



ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ТАМОЖЕННОГО ДЕЛА И МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

9-я Международная
научно-практическая конференция

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

31 мая 2019 года

Сборник научных статей

ТОМ 1

в 2-х томах

Курск – 2019

УДК 621.9.02
ББК Ж.я431(0)
А43 МО-12

ОРГКОМИТЕТ КОНФЕРЕНЦИИ

Председатель – Емельянов С.Г. д.т.н., профессор, ректор Юго-Западного государственного университета.

Зам. председателя – Минакова И.В., профессор, декан факультета государственного управления и международных отношений Юго-Западного государственного университета.

Ученый секретарь – Большичева Е.А., к.э.н., доцент кафедры таможенного дела и мировой экономики Юго-Западного государственного университета.

Члены оргкомитета: Солодухина О.И., к.э.н., доцент, и.о. зав. кафедрой таможенного дела и мировой экономики Юго-Западного государственного университета (председатель рабочей группы оргкомитета); Коварда В.В., к.ф.-м.н., доцент кафедры таможенного дела и мировой экономики Юго-Западного государственного университета; Головин А.А., доцент кафедры таможенного дела и мировой экономики Юго-Западного государственного университета, Старых С.А., ассистент кафедры таможенного дела и мировой экономики Юго-Западного государственного университета.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА, Сборник научных статей 9-й Международной научно-практической конференции, 31 мая 2019 года / под редакцией: Большичевой Е.А. – в 2 –х томах, Том 1, Курск: ЮЗГУ, Юго-Зап. гос. ун-т, 2019. – 320 с.

ISBN 978-5-9907725-0-2

Содержание материалов конференции составляют научные статьи отечественных и зарубежных ученых. Излагается теория, методология и практика научных исследований в области экономики, социологии, философии, права и смежных областей научного знания.

Для научных работников, специалистов, преподавателей, аспирантов в области экономики, права, социологии, философии, финансов.

Материалы в сборнике публикуются по результатам докладов и выступлений на конференции, в авторской редакции.

ISBN 978-5-9907725-0-2

УДК 621.9.02
ББК Ж.я431(0)

© Юго-Западный государственный
Университет, 2019
© ЗАО "Университетская книга", 2019
© Авторы статей, 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

<i>Абдуллаева К.М.</i> ПРИЧИНЫ ЛИКВИДАЦИИ КГН.....	7
<i>Аданькина А.А., Углицких О.Н.</i> ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СТАНОВЛЕНИЯ ИМИДЖА СТРАНЫ НА МИРОВОЙ АРЕНЕ	9
<i>Азнаурова А.Н., Углицких О.Н.</i> ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКИХ ФИНАНСОВ	12
<i>Ал К.Р., Чижов С.Ф.</i> САМОДИСЦИПЛИНА В УПРАВЛЕНИИ РИСКАМИ КАК АКЦИОНЕР В ДОСТИЖЕНИИ КАЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИИ.....	15
<i>Алейникова А.А., Гарибян К.Т.</i> ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В МАРКЕТИНГЕ.....	18
<i>Алиев Ш.Х.</i> ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ БАНКОВСКОГО МАРКЕТИНГА.....	21
<i>Алиев Ш.Х.</i> ПОНЯТИЕ И СТРУКТУРА МАРКЕТИНГОВОГО БЮДЖЕТА.....	25
<i>Алиев Ш.Х.</i> МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ.....	28
<i>Алиева А.Х.</i> НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА ТЕРРИТОРИИ.....	32
<i>Алиева А.Х.</i> ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ.....	35
<i>Алиева А.Х.</i> ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	39
<i>Альмухаметова В.У., Галимова М.П.</i> СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ.....	42
<i>Антоненко Е.А., Васильева З.А.</i> ТЕХНОЛОГИЯ ТАМОЖЕННОГО КОНТРОЛЯ ТОВАРОВ, ПЕРЕМЕЩАЕМЫХ СТАЦИОНАРНЫМИ ВИДАМИ ТРАНСПОРТА	48
<i>Анучин А.А., Васильева З.А.</i> ДЕКЛАРИРОВАНИЕ ТОВАРОВ, ПЕРЕМЕЩАЕМЫХ ТРУБОПРОВОДНЫМ ТРАНСПОРТОМ (НА ПРИМЕРЕ ПРИРОДНОГО ГАЗА)	53
<i>Атамуратов А.Р., Сычева Э.В.</i> УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА.....	58
<i>Бабанова М.Д., Казарян М.Т.</i> УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ НА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ: ПОСТАНОВКА И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ.....	62
<i>Бароян А.А., Гололобова М.А., Болычева Е.А.</i> СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ НАЛОГОВЫХ СИСТЕМ РФ И ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН	66
<i>Белоусова К.В., Лабазова А., Иванова Д.С., Лебедева М.А., Хапова А.В.</i> АНАЛИЗ СПРОСА НА ПРОДУКЦИЮ МЯСОКОМБИНАТОВ	70
<i>Бирюкова А.Н., Ситникова Э.В.</i> СТРАХОВОЙ РЫНОК В РОССИИ: АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И ЕГО СТРУКТУРА	73
<i>Бирюкова О.Ю., Болычева Е.А.</i> АНАЛИЗ УРОВНЯ ЗАНЯТОСТИ И БЕЗРАБОТИЦЫ В РФ	78
<i>Болотова И.С., Кондаков М.В.</i> ВЫВОД НОВОГО ТОВАРА НА РЫНОК : АКТУАЛЬНОСТЬ И ЗНАЧИМОСТЬ РАЗРАБОТКИ КОМПЛЕКСНОЙ ПРОГРАММЫ	81
<i>Бондарев А.Г., Болдырева Т.В.</i> МУЗЫКА КАК ЭЛЕМЕНТ СЕНСЕРНОГО МАКЕТИНГА С ЦЕЛЬЮ УВЕЛИЧЕНИЯ ОБЪЕМА ПРОДАЖ	89

<i>Боташева С.С., Шевченко И.В.</i> К ВОПРОСУ О ЗАМЕЩЕНИИ КРЕДИТА ОБЛИГАЦИОННЫМИ ЗАЙМАМИ.....	94
<i>Бредихина А.В., Тимофеева О.Г.</i> АНАЛИЗ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	97
<i>Васюткина Г.В., Васильева З.А.</i> ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ФОРМ ТАМОЖЕННОГО КОНТРОЛЯ ПРИ ПЕРЕМЕЩЕНИИ ТОВАРОВ И ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ ВОЗДУШНЫМ ТРАНСПОРТОМ.....	101
<i>Ващенко Е.А., Гололобова М.А., Бароян А.А.</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АНАЛИЗА ПОКАЗАТЕЛЕЙ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА КУРСКОЙ ОБЛАСТИ «КУРСКАЭРОПОРТ».....	105
<i>Веретенникова Д.Г., Хозяинова Е.Л.</i> ОЦЕНКА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ МИНЕРАЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ БРАЗИЛИИ	109
<i>Гавришев М.В., Ващенко Е.А., Гололобова М.А.</i> АНАЛИЗ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ НА ПРИМЕРЕ КПК «КУРСКАЭРОПОРТ».....	113
<i>Ганина Ю.И.</i> БЮДЖЕТНАЯ СИСТЕМА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	117
<i>Гапеев В.О.</i> МАРКЕТИНГ В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ	120
<i>Головчанский И.А., Плужникова Т.В., Хамалинская В.В.</i> ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ДОЛГ КАК ИНСТРУМЕНТ ВЛИЯНИЯ НА СОСТОЯНИЕ ЭКОНОМИКИ (НА ПРИМЕРЕ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ).....	127
<i>Губарев Н.А., Грудинкин В.В., Болычева Е.А.</i> ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОДУКТОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ	132
<i>Гущунц С. Ж., Салпагаров М.И., Филипповская О.В.</i> ЗНАЧЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ НА ПРИМЕРЕ КУРСКОЙ ОБЛАСТИ.....	136
<i>Данилова Н.П., Галимова М.П.</i> ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ	140
<i>Деятилова Е.М., Щетинин В.А., Болычева Е.А.</i> ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ РФ НА МИРОВЫХ РЫНКАХ.....	148
<i>Дускрядченко А.С., Расторгуев А.А., Сапронова П.В., Болычева Е.А.</i> ОСОБЕННОСТИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ПРОБЛЕМЫ ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ.....	151
<i>Емельянова О.В., Чарыева С.М.</i> ПОНЯТИЕ И ВИДЫ КОРРУПЦИОННЫХ ПРЕСТУПЛЕНИЙ, СОВЕРШАЕМЫХ СОТРУДНИКАМИ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ	154
<i>Ефименко А.В., Болычева Е.А.</i> ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В ЭКОНОМИКУ РОССИИ	158
<i>Жидкова А.А.</i> МИГРАЦИЯ НАСЕЛЕНИЯ КУРСКОЙ ОБЛАСТИ	161
<i>Жукова З.Б., Товсултанова Л.И.</i> ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МУСУЛЬМАНСКОГО ПРАВА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ	164
<i>Захарова И.В.</i> ДВИЖЕНИЕ «МОЛОДЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЫ» (ВОРЛДСКИЛС РОССИЯ) КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ	171

Зенченко М.А., Тонконог В.В., Нормова Т.А. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ РЕСУРСОВ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	175
Зубкова О.Ю., Ситникова Э.В. ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ	180
Зыкова Ю.А., Муравьёва Е.В., Шахова А.А., Сухарева Ю.С., Старыгина М.Е. ИЗУЧЕНИЕ СПРОСА НА ПРОДУКЦИЮ ХЛАДОКОМБИНАТА	184
Иванова Д.С., Лебедева М.А., Шахова А.А., Сухарева Ю.С., Хапова А.В. ИССЛЕДОВАНИЕ СПРОСА НА УСЛУГИ ШИНОМОНТАЖНОГО ЦЕНТРА	187
Иванова К.С., Байдина К.Н. АНАЛИЗ СБЕРЕЖЕНИЙ НАСЕЛЕНИЯ И ИХ РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ ИНВЕСТИЦИОННОГО СПРОСА В РОССИИ	190
Иванчук О.С., Оганисян Л.М., Большаева Е.А. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ И УГРОЗЫ НАЦИОНАЛЬНЫМ ИНТЕРЕСАМ РОССИИ В СФЕРЕ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА	197
Иевлева Д.О., Пипия В.Р., Большаева Е.А. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РФ	200
Исаченко Т.В., Осиневич Л.М. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРИ УЧЕТЕ ОБЯЗАТЕЛЬНЫХ УДЕРЖАНИЙ ИЗ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ	203
Ишмаева В.З. РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ С ПОЗИЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ	206
Кабанова С.А., Корчагина Е.В. УПРАВЛЕНИЕ ЦЕННОСТЬЮ КЛИЕНТОВ В ОРГАНИЗАЦИИ	212
Кадыгроб О.О. СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА В ОБРАЗОВАНИИ	216
Кайгородов В.В., Фролова Н.С. СОВРЕМЕННОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ	219
Канев А.В., Литвиненко А.А., Большаева Е.А. ТАМОЖЕННАЯ ПОЛИТИКА РФ В ОБЛАСТИ ЗАЩИТЫ ЕЁ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СУВЕРЕНИТЕТА И БЕЗОПАСНОСТИ	225
Канунникова А.М., Ступина О.Н., Большаева Е.А. ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ РФ НА МИРОВЫХ РЫНКАХ	229
Катыхина В.В. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ В КОЛЛЕКТИВЕ	234
Климова И.В., Кейн О.П. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ С УЧЕТОМ СОВРЕМЕННЫХ ТРЕБОВАНИЙ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ	238
Козина Е.В., Ситкевич А.В. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ У СТУДЕНТОВ – ЭКОНОМИСТОВ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА	241
Козулёва Д.В. БЮДЖЕТНАЯ СИСТЕМА КАНАДЫ	244
Колесникова Е.В., Шинкарёва О.И. ОЦЕНКА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ МИНЕРАЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ КАНАДЫ	246

Кольцын Н.В., Шадурская М.М. МЕСТО И РОЛЬ КРЕДИТНОГО БРОКЕРА В ФИНАНСОВЫХ УСЛУГАХ СОВРЕМЕННОСТИ	250
Комаристая К.О. ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА РАЗНЫХ СТАДИЯХ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ОРГАНИЗАЦИИ	259
Комаристая К.О. УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В СЛУЧАЕ СТАБИЛЬНОСТИ И КРИЗИСА	263
Кондратова А.И., Баркова В.А. ТАМОЖЕННАЯ ПОЛИТИКА РФ В ОБЛАСТИ ЗАЩИТЫ ЕЁ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СУВЕРЕНИТЕТА И БЕЗОПАСНОСТИ	267
Конорева Ю.С. ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА: РАЗВИТИЕ И ВЛИЯНИЕ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ	270
Контрайберг И.С. ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАНЯТОСТЬЮ НАСЕЛЕНИЯ НА МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЕ	275
Коростелева Н.А. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	278
Коростелева Н.А. О ЦЕЛЕВОМ ЗНАЧЕНИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ	282
Костина Т.М. К ВОПРОСУ О МЕНЕДЖМЕНТЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ	286
Кротенко Т.Ю. МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ ИННОВАЦИОННО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ ЭКОНОМИКИ	290
Кротенко Т.Ю. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ	293
Крысан С.Г., Перегина О.В., Гут Ю.Н. СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КАДРОВОГО СОСТАВА ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ	297
Лось К.И. ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ В ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ	300
Малая А.В., Алейникова А.А., Гарибян К.Т. СПОСОБЫ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОТЧЕТА О ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ В РФ И МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРАКТИКЕ	304
Куразова Д.А. ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАРКЕТИНГОВЫХ ЗАТРАТ БАНКА	307
Куразова Д.А. НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОГО МАРКЕТИНГА	310
Ливанов И.А., Биктеев Н.Н., Большаева Е.А. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РФ	314
Лорткипанидзе Т.Р. ПРОБЛЕМЫ САМОРАЗВИТИЯ И САМОВОСПИТАНИЯ	316

ПРИЧИНЫ ЛИКВИДАЦИИ КГН

Абдуллаева К.М., аспирант,
abdullaewa.kalimat@yandex.ru

Научный руководитель: **Мусаева Х.М.**, доцент
Дагестанский государственный университет, г.Махачкала

В статье проведен анализ влияния на формирование доходов бюджетов консолидированной группы налогоплательщиков в Российской Федерации. Рассмотрены ключевые проблемы применения консолидированной группы налогоплательщиков по налогу на прибыль организаций

Ключевые слова: налоги, консолидированная группа налогоплательщиков, прибыль, ликвидация.

С тех пор как в России стала применяться консолидированная группа налогоплательщиков произошли значительные изменения, которые коснулись как налогоплательщиков, так и всей налоговой системы. На основе договора был создан механизм добровольного объединения взаимозависимых компаний в группу, которая с учетом совокупного результата финансово-хозяйственной деятельности исчисляла и уплачивала налог на прибыль организаций.

Изначально авторами закона считалось, что установление режима создаст ряд преимуществ для страны и плательщиков налога за счет снижения негативных эффектов, связанных с перемещением налоговой базы между субъектами [1], [2]. Планировалось достижение экономически обоснованного распределения налога на прибыль организаций между бюджетами субъектов, которое основывается на мало поддающихся манипулированию объективных показателях численности работников и стоимости основных средств [3].

Так, согласно пункту 6 статьи 288 НК РФ наибольшая сумма исчисленного налога поступает не по месту регистрации компаний, как это происходило ранее, а в бюджет тех субъектов, где расположены созданные рабочие места и осуществляется производство. Вместе с тем, исходя из пороговых значений: активов, уплаченных налогов и объема выручки, установленных российским законодательством позволяющим организациям применять режим консолидации, очевидно, что создать консолидированную группу налогоплательщиков смогут лишь очень крупные компании.

Вышеперечисленные ограничения привели к тому, что режимом консолидации воспользовались в основном организации нефтегазовой отрасли, металлургии, а также телекоммуникационной связи. На 2019 год зарегистрировано более 15 консолидированных групп, в число которых входят такие компании как «Роснефть», «Северсталь», «Газпром», «Лукойл», «Новатэк» и «Мечел» и т.д.

Крупнейшими плательщиками налога на прибыль организаций применяющими режим консолидации являются следующие ответственные участники:

- ОАО «Газпром» с долей 50% от всех консолидированных групп,
- ОАО «НК «Роснефть» - 14,2 %,
- ОАО «Транснефть» - 8,9%,
- ОАО «Лукойл» - 7,9%

К 2015 году заявление о создании консолидированной группы в налоговые органы подали еще 5 потенциальных консолидированных групп, но в связи с тяжелым экономическим положением и отрицательным влиянием на бюджет были внесены изменения в Налоговый кодекс и объявлен временный мораторий на создание новых консолидированных групп и на расширение состава уже действующих. Впоследствии мораторий был продлен до 01 января 2018 года.

Таким образом, организации, созданные в период с 2014 года до 2015 года, не были зарегистрированы и не смогли применять режим консолидации. В течении 2016 – 2018 гг. за исключением реорганизации участников группы, никаких изменений в составе консолидированных групп (договор о создании группы, договор о присоединении новых участников к группе) налоговыми органами не регистрировалось.

Причиной введения столь длительного моратория считается невозможность заблаговременного прогноза отрицательных последствий Закона о консолидированной группе налогоплательщиков для бюджетных поступлений, что противоречит основным принципам налогообложения – экономической обоснованности налогов, а также ущемляет права налогоплательщиков.

Так только за 2012 год размер суммы, на которую снизилось поступление налога на прибыль в 18 регионах страны составило 60,8 млрд. руб. В 2013 году объем сокращения поступлений в 20 субъектах составил 63,7 млрд. руб. В 2014 году у 32 регионов снизились поступления на 127 млрд. руб. Наибольшие потери понесли регионы, которые ранее пополняли бюджет за счет налоговых поступлений холдинговых компаний (Москва, Санкт-Петербург и т.д.). По сути, налоговая база переместилась от материнских компаний аккумулировавшей прибыль в региональные организации этой группы. Таким образом увеличение произошло на сумму 53,0 млрд. руб. в 65 регионах в 2012 году, и на сумму 47,4 млрд. руб. в 63 регионах за 2013 год.

Помимо перечисленного, глобальным недостатком консолидированных групп является риск возникновения монополизации в отраслях экономики и секторах. Консолидированные группы получают возможность засчитывать убытки дочерних компаний, а также отсутствие контроля по трансфертному ценообразованию. Согласно расчетам произведенным Минфином, экономия на налоге на прибыль организаций по разным оценкам ежегодно составляет 50-100 млрд рублей в год, которые недополучают регио-

нальные бюджеты. Подобное явления неизбежно возникает при создании объединений юридических лиц, и способствует ухудшению конкурентной среды российского и международного рынков. Малый и средний бизнес не имеющий возможностей создавать консолидированные группы автоматически оказывается в менее конкурентных условиях.

Таким образом, многочисленные научные труды и исследования показали, что существующая система консолидированного налогообложения в России неэффективна, на основании чего в июне 2018 года, наравне с отменой трансфертного ценообразования было внесено предложение о ликвидации института консолидированных групп. Существующие консолидированные группы плавно завершат срок работы до 2023 года и могут быть ликвидированы.

Список литературы

1. Пояснительная записка к проекту закона Ханты-Мансийского автономного округа – Югры «О внесении изменений в статью 2 Закона Ханты-Мансийского автономного округа – Югры «О ставках налога на прибыль организаций, подлежащего зачислению в бюджет Ханты-Мансийского автономного округа – Югры» № 87-оз от 30.09.2011 года.
2. ФЗ от 16.11.2011 №321-ФЗ О внесении изменений в части первую и вторую налогового кодекса Российской Федерации в связи с созданием консолидированной группы налогоплательщиков. Принят Государственной Думой 2 ноября 2011 года.
3. Н.И. Малис, Л.П. Грундел Анализ использования института консолидированного налогоплательщика в России.// Налоги и налогообложение. 2015 - № 3 (627) – С. 40.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СТАНОВЛЕНИЯ ИМИДЖА СТРАНЫ НА МИРОВОЙ АРЕНЕ

Аданькина Анастасия Александровна, студент

(e-mail: adankinazv.ru@yandex.ru)

Углицких Ольга Николаевна, к.э.н., доцент

Ставропольский государственный аграрный университет, Россия

(e-mail: kolga_u@mail.ru)

В данной статье приводится перечень факторов, которые влияют на положительный имидж страны на мировой арене.

Ключевые слова: идентификация страны, внешний и внутренний имидж, альтернативы развития, международная арена, государство.

Возвращаясь к истокам XX века, когда перед правительством СССР стояло две основные задачи: создание образа легитимной власти и идентификация страны на мировых рынках. Для достижения данных целей стали распространять политические тексты знаменитых поэтов, которые своей советской направленностью должны были поднять дух патриотизма. Если проследить, то фактически данные вопросы так же актуальны для развития современной экономики России.

Дефицитность, сложные входные барьеры для среднего предпринимательского состава, зависимость углеводородного фонда от перепадов дол-

лара и ещё множество пунктов затрудняют естественные экономические процессы. Стагнация, или застой, характерен для России с учетом вышеперечисленных моментов. Этот процесс затрудняет потенциальное развитие торговли на разных уровнях.

Несомненно, важным моментом является этногенез, происхождение народов, который по своей природе социально-биологический процесс. Это явление непосредственно связано с формированием ментальности, то есть уникальным мировосприятием, которое индивидуально и характерно только для определённой нации. На основании этого можно сделать вывод, что формирование имиджа страны носит как политический, так и социально-биологический характер. Для понимания общего термина «имидж страны», стоит подробно изучить внешний и внутренний имидж.

Внешний имидж представляет собой образ страны, который складывается у населения других государств. Непосредственными проводниками в этом случае будут выступать субъекты международных сфер: внешнеэкономическая деятельность, дипломатия, туризм, транспорт, гостиничное дело и другое. Государство на международной арене одновременно позиционируется в трёх различных сферах. Первым пунктом является уникальное географическое положение, особенности политической и экономической организации, военная мощь, культура и история. Вторым пунктом служит положение любого государства в системе международных отношений, членство в организациях, характер отношений со странами. Третьим пунктом является реализация государством определённых ролей.

Внутренний имидж представляет собой национальную идентичность, статус государства в международной среде, деятельность правящей элиты, которая транслируется в обществе. Основным отличием этих двух делений является аудитория, с которой осуществляется коммуникация. Внешний имидж направлен на население других стран, внутренний на мнение собственных граждан.

На данный момент, чтобы добиться этой глобальной цели стоит действовать в нескольких направлениях, которые впервые были определены в проекте «Концепции формирования позитивного образа России»:

1. Подготовка и презентация инвестиционных проектов. Это действенный способ привлекать заинтересованных в прибыльных и долгосрочных проектах инвесторов. Дополнительные вложения в бюджет России благоприятно сказываются на становление валюты, оснащение передовых секторов, развитие рынка инноваций;

2. Подготовка банка данных по законодательным, нормативным, экономическим условиям для иностранных инвесторов. Данный пункт способствует урегулированию всех актов, заключёнными с иностранным и иными партнерами, что делает регламентацию вложений более четкой;

3. Привлечение отечественных и зарубежных СМИ к освещению передовых секторов. Альянс компаний или групп привлекает внимание прессу и

телевидение к их роду деятельности, что положительно сказывается на развитии фирмы и экономики России;

4. Подготовка специальных изданий, проведение конференций для широкомасштабного освещения условий и преимуществ российского рынка инвестиций. Это действие благотворно влияет на повышение инвестиционного фонда России, поскольку показывает альтернативы развития и сильные стороны секторов экономики;

Весь этот проект основан на возможности привлечения иностранного капитала, формирование дружественных фирм вместе с иностранными партнерами.

С учётом этих предложений, важно заметить, что государство может синтетически создать свой образ на мировой арене, что формирует стабильную и устойчивую систему власти, а также открытую идеологию страны. Изучение имиджа страны является актуальным для продвижения и распространения национальных интересов, объективность которых будет в полной мере воспринята, если авторитет государства будет неколебим.

Список литературы

1. Володина Л. В. PR-технологии формирования имиджа страны / Л. В. Володина // Российская школа связей с общественностью. – 2014. – Том 1. – №1. – С. 107.
2. Гаджиев К. С. Имидж государства как инструмент культурной гегемонии / К. С. Гаджиев // Мировая экономика и международные отношения. – 2017. – № 12. – С. 11.
3. Панкрухин А.П. Имидж страны: смена парадигмы / А. П. Панкрухин, С. Ю. Игнатьев // Корпоративная имиджелогия. – 2014. – № 02 (03). – С. 8- 14.
4. Сидорская, И. В. Эффективная коммуникация со СМИ: принципы и технологии: пособие для студентов высш. учеб.заведений / И. В. Сидорская. – Минск, 2010.
5. Соловьев А. И. Политология: Политическая теория, политические технологии: учебник для студентов вузов / А. И. Соловьев. – М.: Аспект Пресс, 2014. – 112 с.

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКИХ ФИНАНСОВ

Азнаурова Алина Николаевна студент

(e-mail: aznaurova00@mail.ru)

Углицких Ольга Николаевна к.э.н., доцент

Ставропольский государственный аграрный университет, Россия

(e-mail: kolga_u@mail.ru)

В статье представлены ключевые моменты из истории развития финансов, а также рассмотрена деятельность людей, которые внесли большой вклад в финансовое развитие в России.

Ключевые слова: финансы, финансовая система, история, экономические отношения, деятельность, развитие.

Наш мир – является миром различных товарно-валютных отношений. Они присутствуют во всех сферах жизни любой страны. На разных уровнях процесса воспроизводства и в предприятии, и в национальной экономике в целом используются фонды денежных средств. Причем не важно, какая форма денег используется. Это могут быть как наличные бумажные деньги, так и кредитные карточки, а также банковские счета. Финансы общества представляют собой фонды денежных ресурсов, которые принимают участие в процессе воспроизводства. А финансовые отношения являются экономическими отношениями, которые возникают между предприятиями, государством и организациями. Финансовые отношения похожи на кровеносную систему человека, по которой осуществляется движение товаров и услуг. Что же такое финансы? Финансы появились при расхождении общества на классы, то есть с возникновением государства. Они представляют собой отношения между людьми по поводу использования денежных средств, а не как ошибочно думает большинство людей, что финансы это и есть сами денежные средства.

Известный правительственный активист и первый разработчик административных и экономических переустройств в Российской Федерации начала XIX в. – М.М. Сперанский (1772–1839), был одним из первых историков становления капиталов и валютного обращения.

Критическое исследование формирования валютного обращения в XVIII – начале XIX вв. России помогло ему установить главные тенденции реформ, осуществление которых в XIX в. по сути образовало валютную систему, с которой Россия вошла в XX в.

Знать ключевые направления деятельности Сперанского нужно не из-за того, что практически все его предписания были выполнены в реформах 19-20 вв., а вследствие того что его исследование факторов слабости финансового положения и состояния капиталов валютного обращения в начале 19 в. и предложения по сбалансированности правительственного бюджета и укрепления валютного обращения актуальны и на сегодняшний день.

Работа М.М. Сперанского и создание им абстрактных баз реформ в сфере капиталов и валютного вращения были ориентированы на усиление отечественного предпринимательства. Он хотел приноровать к новым условиям положение капиталов, основную причину расстройств которых понимал под большой разницей доходов и расходов правительства. Осознавая то, что соизмеримость восполняется либо сокращением расходов, либо приумножением прибыли, он, планируя пути экономических переустройств, считал, что нужно уменьшать расходы, сохраняя только требуемые для поддержания жизнедеятельности государства и миную вовсе ненужные расходы. Также он считал вредным способ погашения дефицита бюджета за счет повышения налогов и выпуска ассигнаций.

Основным условием оздоровления капиталов Сперанский считал возможность улучшения валютной системы путем изымания из обращения ассигнаций или с помощью займов на основе серебра. Целью этой деятельности было выравнивание курсов ассигнаций и серебра.

Таким образом, М.М. Сперанский считается основателем непосредственно организационной структуры всех валютных отношений 19-20 вв., так как все реформы проведенные уже после его кончины воплощали в себе именно его виденье финансовых проблем и путей их решения.

Денежная реформа С.Ю. Витте

Потребность в валютной реформе С.Ю. Витте аргументировал пагубным влиянием расстройств валютной системы на народное хозяйство, которое выражалось в непостоянстве колебаний товарных цен и во внутреннем и во внешнем товарообороте.

Осуществление валютной реформы было, безусловно, необходимо, но требовало соблюдения некоторых условий:

- внедрение протекционистского тарифа (1891), облегчившего вовлечение зарубежных денежных средств;
- снижение обязанностей казны муниципальному банку;
- меры по стабилизации рубля;
- эмиссия золотых монет.

Одним из заключительных стадий валютной реформы был указ от 29 августа 1897 г. об эмиссионных операциях Государственного банка. Данным указом правительство утрачивало способность постоянного осуществления эмиссии для покрытия правительственного долга.

Производство кредитных денег муниципальным банком был поставлен в жесткую зависимость от наличия золотого запаса в муниципальном казначействе.

Таким образом, был осуществлён переход денежной системы России на золотой стандарт, при котором кредитные билеты беспрепятственно обменивались на золото.

Денежная реформа, безусловно является завершающим этапом оздоровления денежного обращения, хотя также бесспорно, что устойчивая и на-

дёжная денежная система является основой для оздоровления всей финансовой системы государства.

Капиталы справедливо нужны, так как обусловлены нуждами социального формирования. Правительство ведь способно, принимая во внимание непредвзятую потребность экономических отношений, создавать разнообразные формы их применения: внедрять либо аннулировать различные виды платежей, менять формы применения экономических ресурсов и т. д. Правительство никак не способно формировать то что справедливо никак не подготовлено процессом социального развития.

Без капиталов нереально гарантировать персональный и социальный оборот производственных фондов на расширенной основе, корректировать отраслевую и территориальную структуру экономики, заинтересовывать скорейшее введение научно-промышленных достижений, исполнять прочие социальные потребности.

Список литературы

1. Финансы: Учеб. пособ. / Под ред. проф. А.М. Дробозиной.—М.,2000
2. Финансы: Учеб. пособ. / Под ред. проф. А.М. Ковалевой.—М.,2000
3. Финансы: Учебник / Под ред. В. М. Родионовой.—М.,2000
4. Шитов В.Н. История финансов России: Учебное пособие. - М.: КНОРУС, 2011. - 160с.
5. Ушак Н.В. Теория и история налогообложения: Учебное пособие. - М.: КноРус, 2009
6. Пушкарёва В. М. История финансовой мысли и политика налогов: Учебное пособие. - М.: Инфра - М, 2005 г. - 252 с.
7. Пушкарёва В. М. История мировой и русской финансовой науки и политики: Учебное пособие. - М.: Инфра - М, 2003 г. - 268 с.

САМОДИСЦИПЛИНА В УПРАВЛЕНИИ РИСКАМИ КАК АКЦИОНЕР В ДОСТИЖЕНИИ КАЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИИ

*Ал Каусси Разан, студентка
(e-mail: taem.masa@gmail.com)*

*Чижов Сергей Федорович, к.э.н., доцент
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г.Белгород, Россия
(e-mail: chijov@Intel.ru)*

В данной статье представлена концепция самодисциплины и ее ключевая роль в достижении работы учреждений, а также важность этого элемента в процессе управления рисками в учреждении, а также разъяснены основные виды самодисциплины и ее роль в повышении качества услуг, предоставляемых учреждением.

Ключевые слова: самодисциплина, качество, управление рисками.

Самодисциплина является важной проблемой в настоящее время, важным фактором улучшения национальной и международной экономики и важным элементом управления рисками, способствующим достижению качества и улучшение заведения. Самодисциплина представляет собой образец для подражания личности в его поведении, поведении и подотчетности перед самим собой, прежде чем быть привлеченным к ответственности других, и стремится выполнять свою роль в духе серьезности, приверженности, преданности и преданности работе.[1].

Для того, чтобы человек достиг самодисциплины, должны быть соблюдены следующие спецификации: Контроль и использование времени; Способность контролировать психологическое состояние нервов и различного поведения, выдаваемого индивидом; Полностью подготовиться ко всем изменениям, которые позволяют для развития и продвижения; Работа в командном духе и соблюдение внутренних законов учреждения и иностранных дел; Самоконтроль себя и любовь к участию и общению;[2].

Возможно, наиболее важной характеристикой самодисциплины является ее прямая связь с человеком, и это приводит к убеждению, что дисциплина само-индивид является преобладающим и наиболее важным типом вообще, но истина не менее самодисциплина сообщество, институт и общество важны для самодисциплины.[3].

Индивидуальная самодисциплина в организации достигается за счет:

Каждый сотрудник организации несет ответственность за качество предоставляемых услуг;

- необходимость предоставления услуг без дефектов и без ошибок и это основная задача работника в учреждении;

- профессиональная совесть и дух работы являются ключевыми факторами в достижении и улучшении качества на предприятии;

- рационально и рационально сталкиваться с проблемами без опрометчивости или ошибок, это может увеличить риск серьезности и сложная ситуация;[4].

Кажется, что большинство услуг, предоставляемых учреждением, не могут быть выполнены индивидуально. Скорее, это требует, чтобы одна работа выполнялась в согласованных командах под самодисциплиной, что помогает избежать рисков, уменьшить потери и улучшить качество,

Который должен быть предан человеку в группе, к которой принадлежит все члены самодисциплины команды, а именно:[5]

Принцип единства: он основан на формировании всех членов группы из одной функциональной единицы; Принцип равенства и разделения труда. Этот принцип включает в себя четкое определение ролей и равного распределения труда;

Принцип делегирования: этот принцип заключается в делегировании задач и обязанностей компетентного лица;

Принцип обучения. Этот принцип включает в себя обучение отдельных лиц и постоянное совершенствование их навыков, чтобы идти в ногу с передовыми технологиями.

Можно добавить ряд принципов:

- правило знакомства и любви, а также дух сотрудничества между членами группы и коллективных интересов; - обеспечить высокий уровень доверия и взаимного уважения.

Ученые по менеджменту и экономике считают, что система учреждения не считается полной, если она не имеет регулярный и эффективный контроль, который отражает полноту самодисциплины в качестве базовой поддержки самодисциплины в организации. Надзор в учреждении заключается в рассмотрении и оценке дисциплины каждого человека в его работе, независимо от того, связаны ли они с внутренней работой учреждения или связаны с услугами, предоставляемыми в сообществе. [6].

Контроль работает, чтобы контролировать самодисциплину в организации через три уровня (Стратегический, тактический и оперативный).

Приверженность самодисциплине помогает избежать рисков, минимизировать потери и обнаружить дефолты до того, как они возрастут, и попытаться исправить их. Сотрудники постоянно самокритичны и привержены выполнению своих ролей в духе ответственности, приверженности и преданности делу для достижения целей клиентов, сотрудников и организации одновременно.[7].

Для того, чтобы завершить самодисциплину в учреждении должны быть доступны некоторые из столпов, которые должны соблюдаться:

- моральные реквизиты в том числе: - искренность; - чувство ответственности;

- лояльность и духовная принадлежность учреждения;

- Религиозно-нравственные основания для личности .

- профессиональные реквизиты, в том числе: - мастерство; - эффективность, умение и развитие опыта;
 - юридический реквизит в том числе: - Дисциплина;
 - контроль времени; Уважение внутренних и внешних законов;
 - административный реквизит в том числе: - используемые операции вождения;
 - природа мотивационных сил; Характер процессов убеждения и взаимодействия;
 - характер процесса принятия решений; - Характер процесса постановки целей .[8].

Например, человек, который опытен в работе эффективно, но не дисциплинирован в том, чтобы входить и выходить из рабочего места и плохо обращаться с людьми, является признаком того, что оно является неполным для поведения самодисциплины, что приводит нас к самодисциплине. Административные столбы обеспечивают среду, дополняющую самодисциплинарное поведение индивида, и объединяются друг с другом для достижения конечной цели соблюдения самодисциплины, способствующей достижению качества и улучшению в учреждении путем принятия этого метода в управлении рисками.

Список литературы

1. Абухир . Х . Непрерывная организация и общая система управления качеством. Библиотека Ain Shams, Каир, 1997. - 137с.
2. Voir Geline, Fonction et taches de direction, homes et édition générale, Paris, 1999, p (13).
3. Абдул Саттар А . Приложения в общем управлении качеством. Первое издание, Дар Аль-Майсара для издательского дела, распространения и печати, Иордания, 2002.- 306 с.
4. Махфуз Д. Тотальный менеджмент качества. Первое издание, Дар Ваэль по издательству и распространению, Амман, 2004.- С. 237- 238.
5. Халид В . Управление финансовыми рисками . Первое издание, «Дар аль-Майсара», «Издательство, распространение и печать», Амман-Иордания, 2009 . - 230 с.
6. Латифа А . Роль и место управления рисками в экономических институтах. Университет Тлемсена, 2012.- 276 с .
7. Газиабун А . Маркетинговый контроль и его значение в организации. Университет Бледи, 2005.- 256 с.
8. Дарадка М. Качество в современных организациях. Первое издание, Дар Сафа для публикации и распространения, 2002.- 287 с.

Al kayssi Razan, student

(e – mail: taem.masa@gmail.com)

Belgorod State Technological University. V.G. Shukhov, Belgorod, Russia.

Chijov Sergey Fedorovich, Cand.Tech.Sci., associate professor

Belgorod State Technological University. V.G. Shukhov , Belgorod, Russia

SELF-DISCIPLINE IN RISK MANAGEMENT AS A SHAREHOLDER IN A CHIEVING QUALITY IN AN ENTERPRISE.

Abstract. This article presents the concept of self-discipline and its key role in achieving the work of institutions, as well as the importance of this element in the risk management process in the institution, and also explains the main types of self-discipline and its role in improving the quality of services provided by the institution.

Keywords: self-discipline, quality, risk management.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В МАРКЕТИНГЕ

Алейникова Анастасия Алексеевна

Гарибян Карина Тиграновна

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,

г.Краснодар, Россия

В статье рассматриваются ценообразование с точки зрения маркетинга, а также влияющие на ценообразование факторы. Рассмотрены стратегии образования цен.

Ключевые слова: маркетинг, ценообразование, стратегия, цена, товар.

Маркетинг как концепция управления действиями субъектов рынка в условиях конкуренции приобрел известность в мировом масштабе благодаря эффективному применению в различных сферах деятельности. Выделившись в самостоятельную науку в начале XX в., маркетинг по праву занял свое место в ряду достижений экономических наук и практики бизнеса.

Маркетинг – это вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена. [1, с.28]

Все этапы маркетингового цикла, все направления рыночной деятельности в той или иной мере связаны с процессами ценообразования, с регулированием средств. При этом само понятие товара неразрывно связано с понятием цены.

В современном маркетинге для ценовой политики характерна гибкость цен, что означает изменение цен в зависимости от спроса и других условий рынка.

Факторы, влияющие на процесс ценообразования, можно сгруппировать по нескольким группам:

1. Производственные факторы:
 - Себестоимость;
 - Производственный потенциал фирмы;
 - Финансовый потенциал фирмы;
2. Факторы спроса:
 - Действие закона;
 - Фактор ценовой эластичности спроса;
 - Ограниченность спроса;
 - Сегментация рынка;
3. Факторы конкурентности рынка:
 - Возможность контролировать ценовую ситуацию;
 - Ценовая ситуация;
4. Факторы-характеристики товара:
 - Новизна или уникальность товара;
 - Стадия жизненного цикла товаров;
 - Качество товара;

5. Факторы канала товародвижения:

- Неуправляемые каналы товародвижения;
- Управляемые каналы.

Политика образования цен базируется на стратегии маркетинга и стратегических целях фирмы. В долгосрочной перспективе большинство фирм стремятся обеспечить прибыль, достаточную для процветания, но не сопряженную со значительным риском. Каждый из них соответствует своя ценовая стратегия [2, с. 39]. Различают следующие основные стратегии ценового маркетинга:

1. Стратегия «снятия сливок» – установление фирмой высокой цены, предусматривающее ее возможное снижение по мере появления на рынке конкурентов;
2. Стратегия «цены проникновения» – установление низких цен с целью скорейшего завоевания рынка;
3. Стратегия «стабильности цен» – установление цен, неизменных при любом изменении рыночной ситуации;
4. Стратегия «скользящей падающей цены» или «исчерпания» – применяется вслед за стратегией «снятия сливок»;
5. Стратегия «роста проникающей цены» – продолжает успешное применение стратегии «цены проникновения»;
6. Стратегия «преимущественной цены» – достижение преимущества за счет использования стратегии «атаки» и «обороны»;
7. Стратегия «дифференциации цен в рамках взаимосвязанных товаров» – соответствует маркетинговой политике стимулирования спроса и потребителей к покупке;
8. Стратегия «ценовой дискриминации» – продажа одного и того же товара различным клиентам по разным ценам;
9. Стратегия «ценовых линий» – устанавливаются резко дифференцированные цены на ассортиментные виды товара с целью подчеркнуть различия в качестве;
10. Стратегия «следования за конкурентом» – линия поведения, основанная на копировании действий ценового лидера.

Стратегическому уровню цены необходимо придать конкретное количественное выражение. Выбор метода расчета исходного уровня продажной цены осуществляется с учетом перечисленных факторов и традиций отраслевого ценообразования [3, с. 64]. В маркетинге используют следующие методы образования цен:

1. Затратные методы:

- Калькуляция на базе полных затрат:

$$\text{Цена} = \text{Полные затраты} + \text{Прибыль} \times \text{Полные затраты}$$

$$\text{Полные затраты} = \text{Перем. затраты} + \text{Пост. затраты} \times \frac{\text{Пост. затраты}}{\text{Перем. затраты}}$$

- Калькуляция на базе переменных затрат:

$$\text{Цена} = \frac{\text{Переменные затраты} + \text{Покрывание}}{\text{Объем выпуска}}$$

- Ценообразование на основе обеспечения целевой прибыли:

$$\text{Цена} = \frac{\text{Совокупные затраты} + \text{Планируемые затраты}}{\text{Объем выпуска}}$$

- Метод рентабельности инвестиций:

$$\text{Цена} = \frac{\text{Совокупные затраты}}{\text{Объем выпуска} + \text{Сумма процентов за кредит}}$$

2. Методы, ориентированные на спрос:

- Метод опроса потребителей:

$$P_{\text{опт}} = \text{Прямые издержки} \times \frac{\varepsilon}{1 + \varepsilon}$$

Где, $\frac{\varepsilon}{1 + \varepsilon}$ – наценка на прямые издержки;

$P_{\text{опт}}$ – оптимальная цена;

ε – эластичность по цене.

- Метод аукциона;
- Метод эксперимента;
- Параметрический метод;
- 3. Методы, ориентированные на конкурентов:
 - Метод мониторинга конкурентных цен;
 - Метод конкурса;
- 4. Производные методы (микс, синтетические):
 - Агрегатный метод;
 - Обратная калькуляция;
 - Калькуляционное выравнивание;

По товарам, не принятым рынком:

- а) Реализуемая выручка = Плановый сбыт × Реальная цена;
 - б) Недопокрывание = Реализуемая выручка – Плановая выручка;
- По «ходовому» товару:

- а) Треб. выручка = План. выручка + Недоп. по "неходовым" товарам;
- б) Цена продажи = Требуемая выручка: Плановый объем выпуска.

В настоящее время многие фирмы используют приведенные в настоящей статье стратегии, примерами таких организаций являются следующие: «Clinique», концерн «Равиоли», ОАО «Мосэнерго», компания «1С», кондитерская фабрика «Коркунов» и другие [4, с. 11].

В заключение стоит отметить, что для прибыльного функционирования фирмы необходимо грамотный выбор стратегии ценообразования, а также учесть спрос, предложение и другие значимые факторы.

Список литературы

1. Годин, А.М. Маркетинг [Электронный ресурс]: Учебник / А.М. Годин. — Электрон. дан. — Москва: Дашков и К, 2017. — 656 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/10554>
2. Ларионов, Г.В. Маркетинг в схемах [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.В. Ларионов, Н.Н. Козленко. — Электрон. дан. — Москва: Дашков и К, 2014. — 106 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/>

3. Парамонова, Т.Н. Маркетинг торгового предприятия [Электронный ресурс]: Учебник / Т.Н. Парамонова, Н.Н. Красюк, В.В. Лукашевич. — Электрон. дан. — Москва: Дашков и К, 2016. — 284 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93341>

4. Синяева, И.М. Маркетинг в предпринимательской деятельности [Электронный ресурс]: Учебник / И.М. Синяева, В.В. Земляк, В.В. Синяев. — Электрон. дан. — Москва: Дашков и К, 2017. — 266 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/934>

5. Торговое дело: коммерция, маркетинг, менеджмент: теория и практика [Электронный ресурс]: Монография. — Электрон. дан. — Москва: Дашков и К, 2017. — 410 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/>

УДК 332.14

ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ БАНКОВСКОГО МАРКЕТИНГА

*Алиев Шамхан Харванович, старший преподаватель
кафедры Коммерция и маркетинг*

*Чеченский государственный университет, г.Грозный, Россия
(email: schamkhan@gmail.com)*

Статья посвящена исследованию особенностей финансирования маркетинговых мероприятий в банковской сфере. Рассмотрены основные виды затрат на маркетинг.

Ключевые слова: финансы, затраты, маркетинг, банковский, финансирование.

Финансовый менеджмент в разрезе маркетинговых мероприятий представляет собой управление денежными потоками в форме маркетинговых расходов и притоками денег в форме роста суммы средств, привлеченных банком на депозиты и вклады, и доходов банка по другим направлениям деятельности, явившихся результатом успешной маркетинговой деятельности банка.

Финансовый менеджмент маркетинговой деятельности предполагает сравнение затрат на маркетинг с его результатами в форме увеличения прибыли банка в рассматриваемом направлении. Затраты коммерческого банка на маркетинг включаются в цену банковской услуги [1]. В затраты на маркетинг банка включаются все расходы, необходимые для осуществления его маркетинговой деятельности в разрезе следующих направлений [2]:

1) Расходы на традиционную рекламу. Они представлены размещением платной информации о банке, его услугах в средствах массовой информации, а также использование для этих целей разных рекламных носителей: телевидение, радио, пресса.

2) Затраты на прямой маркетинг (директ-маркетинг). Эти расходы складываются из следующего: продажа через сеть распространителей; почтовая, электронная и факсовая рассылка; телемаркетинг.

3) Затраты на стимулирование сбыта. Эти расходы обеспечивают: организацию работы демонстрационных залов; бесплатное распространение демонстрационных образцов; презентацию новых видов услуг (или новой торговой марки); проведение распродаж, конкурсов, лотерей и т. п.

4) Затраты на исследования рынка, конкурентов, потребителей.

Все затраты на маркетинг фиксируются в маркетинговом бюджете банка [3]. Правильно рассчитанный маркетинговый бюджет позволит банку не потерять своих клиентов и при этом не понести дополнительных расходов. Задача определения маркетингового бюджета очень важна для банков, в структуре которых есть отдел маркетинга, или иная служба выполняющая маркетинговые функции. При этом у среднестатистического банка структура его расходов выглядит следующим образом (см. табл. 1).

Следует иметь в виду, что такой достаточно важный показатель эффективности маркетинга как репутация банка в денежном эквиваленте (гудвилл в денежной форме) в маркетинговый бюджет не включается. Но, поскольку, формирование репутации надежного и профессионального партнера является одной из самых первостепенных задач любого банка, то мы особенности формирования гудвилла как нематериального актива рассмотрим более подробно.

Таблица 1 - Традиционная структура расходов банка, %

Статья расходов	Доля в операционных расходах банка
Расходы на персонал	40-55
Связь и ИТ	10-20
Аренда	5-10
Реклама и маркетинг	2-5
Другое	18-2

Как видно из представленных данных, на маркетинговые мероприятия банки тратят в среднем не более 5% средств, направляемых на свои операционные расходы. Это еще раз подтверждает, что в России банковский маркетинг рассматривается в качестве дополнительного, а не обеспечивающего процесса банковской деятельности. В то время как на выбор банка согласно опросам оказывает большое влияние уровень доверия клиента к этому банку, ассоциирующемуся у клиента с определенным стилем и имиджем банка.

Для измерения эффективности банковской деятельности принято использовать показатель «Cost to Income Ratio» (CIR), который имеет несколько методик расчетов, но, как правило, равен доле операционных расходов в операционных доходах банка. Значение данного показателя варьируется в зависимости от размера банка и региона, в котором он работает. Лучшими считаются показатели CIR на уровне 25-37%, в России его средний уровень почти 48%. Таким образом, российские банки имеют потен-

циал повышения рентабельности своих расходов в сравнении с иностранными банками.

Безусловно, приведенные данные отражают, в том числе, и нормы доходности средние для банковской деятельности в каждой конкретной стране. Таким образом, чем ниже рассматриваемый показатель тем больше маржа между стоимостью и доходностью банковской деятельности в той или иной стране. Россия занимает промежуточное значение, что значит, что у нее есть потенциальные возможности снижения этого показателя.

Так, наименее эффективными в мировом банковском сообществе остаются японские банки со значением показателя 71,43%, несмотря на значительное его снижение за последние годы (более чем на 10% по сравнению с 2013 г.). Также одним из наихудших показателей характеризуются банки из Польши (70,85%), хотя значение этого показателя улучшилось более чем на 6% за последние годы.

В настоящее время мы подошли к точке, когда банки из «мотора», который «гоняет кровь» по всей экономике и зарабатывает значительную прибыль (например, в США последние пять лет финансовый сектор зарабатывал до 40% всей «корпоративной» прибыли), превращаются на ближайшие три-пять лет в классический «центр затрат» [2].

Как отмечают специалисты, главной оценкой работы банков на период до 2016 года будет исключительно их эффективность, способность работать и развиваться при минимальных издержках.

Так, основными причинами проведения программ по сокращению затрат являлись: повышение уровня конкуренции на рынке финансовых услуг; развитие е-коммерции и Интернета как канала продаж банковских продуктов, характеризующегося практически «нулевой» себестоимостью; восприятие потребителями банковской услуги как «стандартного» продукта, который может быть получен в любом отделении банка без «значительных» отклонений в качестве и цене. В результате значимость финансового управления маркетинговыми расходами банка значительно повысилась, поскольку в условиях кризиса возникает необходимость оптимизации и рационализации всех расходов банка. Бюджетирование расходов на рекламу сегодня является одним из факторов конкурентоспособности банка.

Обострение банковской конкуренции в России приводит к тому, что банки все чаще прибегают к рекламе, как способу продвижения своих услуг. Вследствие этого расходы на рекламу ежегодно увеличиваются.

Список литературы

1. Федотова, Г.В., Обухова С.В. Портфельные стратегии оптимизации корпоративных финансовых потоков в условиях санкций Европейского Союза / Г.В. Федотова, С.В. Обухова // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2015. - №19 (253). – С.30-40.
2. Федотова, Г.В. Государственный контроль в системе стратегического планирования развития региона / Г.В. Федотова // Региональная экономика: теория и практика. – 2013. - №8. – С. 17-22.

3. Федотова, Г.В. Проблемы цифровизации промышленного сектора / Г.В. Федотова // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. - 2019. - Т. 15, вып. 2 (371). - С. 273-283.
4. Harmonization of Strategic Planning Indicators of Territories' Socioeconomic Growth / В. Плотников, Г.В. Федотова, Е.Г. Попкова, А.А. Кастюрина // Regional and Sectoral Economic Studies. - 2015. - Vol. 15-2 (July–December). - С. 105-114.
5. Интернет-банкинг как перспективный и быстроразвивающийся сегмент банковского дистанционного обслуживания/ Зубкова Е.И., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2015. № 4 (9). С. 127-133.
6. Информационная безопасность региональных социально-экономических систем: приоритетные направления/ Федотова Г.В., Гонтарь А.А.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 1 (19). С. 369-374.
7. Методики оценки инвестиционного потенциала региона/ Шуваева А.И., Ивушкина И.Е., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2016. № 7 (17). С. 352-356.
8. Налоговый потенциал региональной экономики/ Югай Е.В., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2016. № 7 (17). С. 372-376.
9. Анализ бюджетных расходов региона в 2017 году/ Федотова Г.В., Семенова Е.И.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 1 (19). С. 374-381.
10. Фондовые инструменты на современном финансовом рынке/ Агаркова В.А., Зубкова Е.И., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 2 (20). С. 5-11.
11. Налоговая поддержка предпринимательства в экономике региона/ Церенова Б.И., Гусейнов Р.Р., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 4 (22). С. 253-259.

*Aliyev Shamkhan Harvanovich, senior teacher
(email: shamkhan@gmail.com)*

Chechen State University, Grozny, Russia

PROBLEMS OF FINANCING BANK MARKETING

The article is devoted to the study of the features of financing marketing activities in the banking sector. Considered the main types of marketing costs.

Keywords: finance, costs, marketing, banking, financing.

УДК 332.14

ПОНЯТИЕ И СТРУКТУРА МАРКЕТИНГОВОГО БЮДЖЕТА*Алиев Шамхан Харванович, старший преподаватель
кафедры Коммерция и маркетинг**Чеченский государственный университет, г.Грозный, Россия
(email: schamkhan@gmail.com)*

Статья посвящена исследованию особенностей построения маркетингового бюджета банка. Рассмотрены его содержание и проблемы составления.

Ключевые слова: маркетинг, бюджет, банковские расходы, план.

Маркетинговый бюджет - это финансовый план маркетинга, в котором в детализированной форме приведены величины затрат и доходов от осуществления маркетинговой деятельности фирмы. Другими словами, величина затрат банка на маркетинг отражается в маркетинговом бюджете.

В маркетинговый бюджет включаются расходы на маркетинговые исследования, рекламу, промоакции (презентации, семинары, конференции), работу с агентами, обеспечение средств поддержки продаж (сайт, буклеты, сувенирная продукция) и прямые продажи [1].

Основополагающим для составления маркетингового бюджета является цель коммерческого банка и выбор политики, подходящей для его составления. Наиболее распространены следующие методики расчета необходимых ассигнований на рекламу (рекламного бюджета) [2].

1)Метод по принципу "сколько вы можете выделить". Таким методом пользуются преимущественно мелкие банки. Его несовершенство в том, что остаточный принцип формирования рекламного бюджета вносит неопределенность в комплекс мероприятий по рекламе, что значительно затрудняет разработку стратегии банка в этой области.

2)Метод в процентах к депозитной базе. Он исходит из того, что ассигнования на рекламу должны увеличиваться по мере роста депозитной базы. В соответствии с этим рекламный бюджет исчисляется исходя из среднеотраслевого соотношения расходов на рекламу и величины депозитной базы.

3)Метод сравнения с конкурентами, например, в рамках тактики «следования за лидером», что позволяет сохранить относительный паритет в размере расходуемых на рекламу средств со своими конкурентами.

4)Метод доли рынка, основывающийся на имеющемся у банка опыте, свидетельствующем о наличии определенной корреляции между обслуживаемой банком долей рынка и его долей в общем потоке рекламы, которая выходит на рынок.

5)Метод на основе целей и задач банка, в рамках которого производится подсчет затрат, которые предстоит произвести в рамках отдельных рекламных мероприятий. Сумма всех затрат и дает размер рекламного бюджета.

та. Применение этого метода требует стройной системы четко сформулированных задач и целей банка (начиная от целевой доли рынка, которую необходимо завоевать, и заканчивая конкретными целями в отношении использования отдельных средств рекламы).

6)Количественные модели, основывающиеся на методе количественного моделирования, предназначенного для определения оптимальных размеров ассигнований на рекламу. Однако эти методы еще не очень широко применяются банками.

Учитывая недостатки, присущие каждому из приведенных методов в отдельности, приходим к выводу о том, что наиболее обоснованным будет бюджет, составленный на основе применения интегрированного метода с использованием отдельных элементов всех рассмотренных приемов. Мы же рассмотрим на условном примере метод формирования бюджета рекламы, исходя из доли рынка.

Наиболее распространенным методом определения бюджета является определение бюджета в форме процента от ожидаемой прибыли, ввиду его достаточной простоты и точности отражения основной цели тактического маркетинга – увеличения объема продаж.

Отдельной проблемой составления маркетингового бюджета является определение затрат на рекламу. В среднем по России этот показатель, по экспертным оценкам составляет 3% от выручки (колеблется от 1 до 5%) [2].

Рассматриваемый показатель затрат на рекламу подлежит корректировке в зависимости от целей экономического субъекта и от отрасли. Отметим, что цели коммерческого банка изменяются в зависимости от жизненного цикла банковских услуг (ЖЦБУ).

Корректировка показателя доли затрат на рекламу осуществляется путем перемножения этого показателя на корректирующий коэффициент в зависимости от цели маркетинга и коэффициент в зависимости от отрасли.

Таблица 1 - Объемы инвестиций банков в рекламу на основных
медиаплощадках в 2015–2018 гг., тыс. долл.

Медианоситель	2015	2016	2017	2018
Реклама на ТВ	41274,1	21829,8	54550,4	40480,6
Реклама на радио	2447,6	6219,9	11681,0	18374,1
Реклама в прессе	20908,8	24275,6	32942,6	38956,0
Наружная реклама	10413,0	14771,0	20071,8	24479,5

В последнее время увеличилось не только количество банков-рекламодателей, но и ассортимент рекламных предложений. Существуют различные средства массовой информации (СМИ), при помощи которых

сведения о деятельности конкретного банка могут быть донесены до аудитории, а именно телевидение, пресса, Интернет и т.д., которые достаточно гибки и оперативны. Реклама в СМИ отличается дороговизной и она не всегда охватывает целевую аудиторию. Реклама положительно влияет на имидж банка.

В таблице 1 представлено как распределились бюджеты банков по объемам вложений в рекламу в различных медианосителях. Более или менее равномерным можно считать отношение банков к наружной рекламе – в нее инвестируются все банки, причем доля наружной рекламы в общем бюджете составляет у этих банков не менее 12%.

По итогам данного анализа можно выявить три основные стратегии при распределении рекламного бюджета между основными медианосителями. Первая стратегия (Сбербанк РФ, Внешторгбанк) предполагает большую часть выходов собственной рекламы на радио, остатки бюджета распределены соответственно между рекламой в прессе, наружной рекламой и рекламой на телевидении.

Вторая стратегия (Альфа Банк, Русский стандарт) видит телевидение своим основным медианосителем, поскольку львиная доля выходов рекламы банков этой группы размещается на телевидении. Следующими по количеству выходов идут соответственно радио, наружная реклама и реклама в прессе.

Третья стратегия (Альфа Банк, Петрокоммерц) имеет целью охватить весь рынок медианосителей в равной степени, поскольку выходы рекламы этих банков распределены более или менее равномерно между всеми четырьмя видами медианосителей.

Список литературы

1. Федотова, Г.В., Обухова С.В. Портфельные стратегии оптимизации корпоративных финансовых потоков в условиях санкций Европейского Союза / Г.В. Федотова, С.В. Обухова // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2015. - №19 (253). – С.30-40.
1. 2.Федотова, Г.В. Государственный контроль в системе стратегического планирования развития региона / Г.В. Федотова // Региональная экономика: теория и практика. – 2013. - №8. – С. 17-22.
2. Федотова, Г.В. Проблемы цифровизации промышленного сектора / Г.В. Федотова // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. - 2019. - Т. 15, вып. 2 (371). - С. 273-283.
3. 4.Harmonization of Strategic Planning Indicators of Territories' Socioeconomic Growth / В. Плотников, Г.В. Федотова, Е.Г. Попкова, А.А. Кастюрина // Regional and Sectoral Economic Studies. - 2015. - Vol. 15-2 (July–December). - С. 105-114.
4. Интернет-банкинг как перспективный и быстроразвивающийся сегмент банковского дистанционного обслуживания/ Зубкова Е.И., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2015. № 4 (9). С. 127-133.
5. Информационная безопасность региональных социально-экономических систем: приоритетные направления/ Федотова Г.В., Гонтарь А.А.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 1 (19). С. 369-374.

6. Методики оценки инвестиционного потенциала региона/ Шуваева А.И., Ивушкина И.Е., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2016. № 7 (17). С. 352-356.
7. Налоговый потенциал региональной экономики/ Югай Е.В., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2016. № 7 (17). С. 372-376.
8. Анализ бюджетных расходов региона в 2017 году/ Федотова Г.В., Семенова Е.И.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 1 (19). С. 374-381.
9. Фондовые инструменты на современном финансовом рынке/ Агаркова В.А., Зубкова Е.И., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 2 (20). С. 5-11.
10. Налоговая поддержка предпринимательства в экономике региона/ Церенова Б.И., Гусейнов Р.Р., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 4 (22). С. 253-259.

*Aliyev Shamkhan Harvanovich, senior teacher
(email: shamkhan@gmail.com)*

Chechen State University, Grozny, Russia

CONCEPT AND STRUCTURE OF MARKETING BUDGET

Abstract

The article is devoted to the study of the features of building a marketing budget of a bank. Considered its content and problems of drafting.

Keywords: marketing, budget, bank expenses, plan.

УДК 332.14

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

*Алиев Шамхан Харванович, старший преподаватель
кафедры Коммерция и маркетинг*

*Чеченский государственный университет, г.Грозный, Россия
(email: shamkhan@gmail.com)*

Статья посвящена исследованию особенностей оценки инвестиционной деятельности предприятий в современных рыночных условиях. Рассмотрены общепринятые методы анализа инвестиционных проектов.

Ключевые слова: проект, инвестиции, эффективность, метод, подход.

Основой для оценки инвестиционной деятельности на предприятии служат общенаучные и специализированные методы, их модификации, применяемые к процессу инвестиционной деятельности на предприятии. Рассмотрение этих методов позволит выявить их недостатки и направления модернизации.

Важнейшими методами осуществления инвестиционной деятельности являются методы оценки ее эффективности, служащие основой принятия управленческих решений. Ввиду многогранности понятия инвестиционной деятельности методы ее оценки относятся к разным группам: оценка инвестиционных проектов, выбор оптимальных проектов в процессе формиро-

вания инвестиционного портфеля, определение вклада предполагаемой инвестиционной деятельности в финансовые результаты предприятия и др.

Эффективность понимается как соответствие инвестиционного проекта и, соответственно, инвестиционной деятельности целям и интересам его участников. Предлагается также рассчитывать общественную (социально-экономическую), коммерческую эффективность проекта и эффективность участия в проекте. Показатели общественной эффективности учитывают социально-экономические последствия осуществления инвестиционного проекта для общества в целом и не учитывает платежи, когда финансовые ресурсы передаются от одного участника проекта к другому.

Показатели коммерческой эффективности проекта учитывают финансовые последствия его осуществления для участника, реализующего инвестиционный проект.

Показатели эффективности участия в проекте учитывают финансовые последствия его осуществления для всех сторон проекта.

Основой для принятия решений по инвестициям служат критерии оценки. Одним из самых простых и наглядных критериев оценки инвестиционных проектов является критерий срока окупаемости проекта. Срок окупаемости капитальных вложений CO представляет собой временной период (измеряемый в месяцах, кварталах, годах), в течение которого капитальные затраты, связанные с проектом, окупаются полезным эффектом от его осуществления [1]:

$$CO = \frac{K_c}{\Delta_r} \quad (1)$$

где K_c - капитальные затраты проекта; Δ_r - предполагаемый годовой полезный эффект проекта.

Для принятия решения данный критерий сопоставляют с нормативным значением, задаваемым субъектом оценки, характеризующим желаемое значение показателя, или со сроком окупаемости других проектов.

Простая ставка доходности на вложенный капитал $D_{пр}$ показывает величину процента годовых на вложенный капитал [1, 2]:

$$D_{пр} = \frac{\Delta_r}{K_c} * 100\% \quad (2)$$

Данная величина и срок окупаемости находятся в обратной зависимости: чем больше срок окупаемости, тем меньше простая ставка доходности, и наоборот, поэтому имеет те же недостатки, что и срок окупаемости.

Приведение разновременных стоимостей к одному периоду времени производится при помощи дисконтного множителя $KД$, рассчитываемого по формуле

$$KД = (1 + E)^{T-t} \quad (3)$$

где E - норма дисконта, устанавливаемая инвестором, исходя из ежегодного желаемого процента возврата на инвестируемый им капитал - норма дохода на капитал;

T - момент времени приведения стоимостей - начальный, конечный, промежуточный;

t - год, стоимости которого приводятся к моменту T [2].

Временной период для приведения стоимостей может выбираться любой, однако целесообразно приводить разновременные показатели к начальному моменту времени ($T = 0$), так как в противном случае показатели, относящиеся к более раннему моменту времени, придется приводить в сопоставимый вид с помощью процедуры компаундинга - вычисления будущей стоимости. В связи с этим выбор в качестве базы приведения любого другого момента времени, кроме начального, резко сказывается на трудоемкости процедуры дисконтирования.

Для $T = 0$ формулу (3) можно представить в виде [3]:

$$KД = \frac{1}{(1+E)^t} \quad (4)$$

В этом виде $KД$ используется в дальнейших формулах.

Самым простым из методов оценки инвестиций является дисконтированный срок окупаемости. Он представляет собой временной период, в течение которого первоначальные инвестиции окупятся кумулятивной суммой годовых эффектов, рассчитанных с учетом фактора времени:

$$ДСО = \min n, \text{ при котором } \sum_{k=1}^n \Delta_t * KД > K_c \quad (5)$$

где Δ_t - полезный эффект t -го года.

Основным методом оценки инвестиций является метод чистой текущей стоимости ЧТС, основанный на сопоставлении первоначальных капитальных вложений с общей суммой дисконтированных полезных эффектов от проекта [1, 3]:

$$ЧТС = \sum_{k=1}^n \Delta_t * KД - K_c \quad (6)$$

$$\Delta_t = D_t - Z_t \quad (7)$$

где n - жизненный цикл проекта

Δ_t - полезный эффект от проекта, полученный в t -ом году;

D_t - доходы от проекта, полученные в t -ом году;

Z_t - затраты, связанные с осуществлением проекта в t -ом году.

Очевидно, что при $ЧТС > 0$ проект следует принять;

при $ЧТС < 0$ проект следует отвергнуть;

при $ЧТС = 0$ проект ни прибылен, ни убыточен.

Метод чистой текущей стоимости учитывает фактор изменения стоимости денег во времени, относится ко всему периоду жизненного цикла проекта, дает количественную характеристику прибыльности проекта, поэтому показатель ЧТС аддитивен.

Чтобы точнее определить возможные результаты от реализации проекта, важно оценить меру его рискованности. Под инвестиционными рисками понимается возможность недополучения запланированной прибыли в ходе реализации инвестиционных проектов. Рассмотрим методы оценки влияния риска на инвестиционный проект.

В процессе исследования показателей методов оценки инвестиционной деятельности выявлены направления их совершенствования: определение оптимального количества показателей оценки и объема необходимой ин-

формации в целях достижения максимальной эффективности оценки в современных условиях; систематизация показателей оценки риска инвестиционной деятельности, разработка новых критериев оценки риска.

Список литературы

1. Федотова, Г.В., Обухова С.В. Портфельные стратегии оптимизации корпоративных финансовых потоков в условиях санкций Европейского Союза / Г.В. Федотова, С.В. Обухова // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2015. - №19 (253). – С.30-40.
2. Федотова, Г.В. Проблемы цифровизации промышленного сектора / Г.В. Федотова // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2019. - Т. 15, вып. 2 (371). - С. 273-283.
3. Федотова, Г.В. Государственный контроль в системе стратегического планирования развития региона / Г.В. Федотова // Региональная экономика: теория и практика. – 2013. - №8. – С. 17-22.
4. Интернет-банкинг как перспективный и быстроразвивающийся сегмент банковского дистанционного обслуживания/ Зубкова Е.И., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2015. № 4 (9). С. 127-133.
5. Информационная безопасность региональных социально-экономических систем: приоритетные направления/ Федотова Г.В., Гонтарь А.А.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 1 (19). С. 369-374.
6. Методики оценки инвестиционного потенциала региона/ Шуваева А.И., Ивушкина И.Е., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2016. № 7 (17). С. 352-356.
7. Налоговый потенциал региональной экономики/ Югай Е.В., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2016. № 7 (17). С. 372-376.
8. Анализ бюджетных расходов региона в 2017 году/ Федотова Г.В., Семенова Е.И.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 1 (19). С. 374-381.
9. Фондовые инструменты на современном финансовом рынке/ Агаркова В.А., Зубкова Е.И., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 2 (20). С. 5-11.
10. Налоговая поддержка предпринимательства в экономике региона/ Церенова Б.И., Гусейнов Р.Р., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 4 (22). С. 253-259.

*Aliyev Shamkhan Harvanovich, senior teacher
(email: shamkhan@gmail.com)*

Chechen State University, Grozny, Russia

METHODS FOR ASSESSING THE EFFICIENCY OF INVESTMENT POLICY

The article is devoted to the study of the features of the assessment of investment activities of enterprises in the current market conditions. We consider the generally accepted methods of analysis of investment projects.

Keywords: project, investment, efficiency, method, approach.

УДК 332.14

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА ТЕРРИТОРИИ

Алиева Аминат Харвановна, ассистент

Чеченский государственный университет, г. Грозный, Россия

(email: ami_alv@mail.ru)

Статья посвящена исследованию понятия и состава маркетинга территории. Проведен анализ взглядов различных экономистов на данную категорию.

Ключевые слова: маркетинг территории, стратегия, субъект, объект.

Категория «маркетинг территории» представляет собой взаимосвязь двух независимых, на первый взгляд, элементов — «маркетинг» и «территория». «Маркетинг» (от англ. *marketing*) означает совокупность методов и средств по продвижению товаров или услуг от производителя к потребителю, включающая анализ рынка, дизайн, разработку упаковки, систему сбыта, рекламу. В свою очередь, под **территорией** понимается часть земной суши с ее недрами, а также космическое пространство и находящиеся в нем небесные тела. Таким образом, объединяя и синтезируя данные понятия, **маркетинг территории можно определить, как** деятельность, позволяющую в систематизированном виде, с помощью основных маркетинговых технологий, инструментов и стратегий разработать комплекс мероприятий, направленных на наиболее эффективное и выгодное для территории использование имеющихся ресурсов с целью повышения ее конкурентоспособности и имиджа [1].

В настоящее время маркетинг территории считается довольно известным понятием. Рассмотрим существующие подходы к определению данной категории.

Согласно Филиппу Котлеру, одному из ведущих мировых специалистов в области маркетинга, маркетинг обеспечивает всесторонний подход к решению проблем территории, маркетинг предназначен для усиления способности адаптации территориального сообщества к рыночным изменениям, наращивания возможности, увеличения жизненную силу сообщества [2]. Котлер утверждает, что основные задачи маркетинга территорий заключаются в выявлении и диагностике состояния сообщества, его основных проблем и забот, причин их возникновения; выработке видения перспектив решения этих проблем на основе реалистичного осмысления ценностей сообщества, его ресурсов и возможностей; выработке долгосрочного поэтапного плана инвестиций и трансформации сообществ. Стратегические маркетинговые решения, по Котлеру, предполагают совершенствование четырех групп важнейших маркетинговых факторов, а именно [3]:

- ориентацию основных услуг и инфраструктуры на удовлетворение потребностей трех важнейших целевых групп потребителей территории — жителей, бизнеса, гостей;

- создание новых позитивных черт территории в отношении качества жизни, осуществление предпринимательства при поддержке общества для привлечения новых инвесторов, предпринимательских слоев и отдельных людей;

- коммуникации и продвижение новых позитивных черт, качества жизни и в целом имиджа сообщества;

- обеспечение поддержки населением и лидерами сообщества привлечения новых компаний, инвестиций, гостевых программ.

Доктор экономических наук, заведующий кафедрой маркетинга Кемеровского государственного университета профессор А. М. Лавров положил начало маркетингу территорий в России как направлению научных исследований и практического управления. Ученый определяет региональный маркетинг как новый вид деятельности, предполагающий изучение рынка, спроса, цен на совокупную продукцию региона, реализацию всего его потенциала с позиции как внутренних (региональных), так и внешних (за пределами региона) потребностей. Основное назначение такого вида маркетинга, в отличие от маркетинга продукта или маркетинга в любой другой сфере, заключается не в извлечении прибыли, а в достижении высокого уровня и качества жизни населения региона.

Главная особенность регионального маркетинга, согласно мнениям Лаврова и его коллеги В. С. Сурнина, состоит в том, что в решении своих задач он исходит прежде всего из особенностей региона — экономических, социальных, культурных и др. Он призван реализовывать в регионе не общесредственные в целом по стране цифры, задания, установки, а общезначимые идеи, например идею реформирования экономики в регионах, но с обязательным учетом специфики и особенностей данного региона.

Среди аргументов перспективности, развития территории в первую очередь могут быть названы: возникновение новых и развитие старых производств; динамика производственной и рыночной инфраструктуры, коммуникаций; уровень занятости и ее структура; уровень благосостояния; динамика инвестиций; развитие высшего и послевузовского образования.

К специфическим инструментам маркетинга территории относятся: выставки, ярмарки, в том числе постоянно действующие; тематические парки; декады, месячники культуры и искусства; гостиничное дело и туризм; конференции, симпозиумы; транспорт, связь, банковская система, налоговая политика; учреждения образования, культуры, здравоохранения и отдыха, спорта.

Маркетинг населения, персонала. Стратегия предполагает повышение притягательности территории для рабочей силы определенного профиля, специализации и квалификации, для отдельных категорий граждан, включая поддержку со стороны внутренних жителей региона, политиков, организаций. Территории, характеризующиеся разным состоянием дел, проблемами и потребностями в сфере занятости, выбирают разные стратегии. Так, территории с низким уровнем занятости и дешевой рабочей силой мо-

гут выдвигать это как аргумент для привлечения промышленников, предпринимателей сферы услуг и др. с целью создания новых рабочих мест. Если рабочих рук не хватает, а рабочих мест в избытке, то территории, стремясь заполучить новые кадры, могут подчеркивать, рекламировать положительные возможности для проживания и перспективы роста, высокую заработную плату, возможность выбора профессии и т.п. Возможен и адресный маркетинг, нацеленный на привлечение на территорию людей конкретных профессий, определенных уровней квалификации. Наконец, в ряде случаев территории предпочитают демонстрировать противодействующий маркетинг, например, если вузы перегружены студентами, города — ищущими заработок приезжими и т.п.

Таким образом, маркетинг территории можно определить, как целенаправленную деятельность по разработке и реализации системы мероприятий для максимального удовлетворения социально-экономических интересов внутренних субъектов территории, а также внешних заинтересованных потребителей. Маркетинг территории (региона) может проводиться по четырем основным направлениям: имидж, притягательность, инфраструктура, население.

Список литературы

1. Федотова, Г.В., Обухова С.В. Портфельные стратегии оптимизации корпоративных финансовых потоков в условиях санкций Европейского Союза / Г.В. Федотова, С.В. Обухова // Финансовая аналитика: проблемы и решения. — 2015. — №19 (253). — С.30-40.
2. Федотова, Г.В. Государственный контроль в системе стратегического планирования развития региона / Г.В. Федотова // Региональная экономика: теория и практика. — 2013. — №8. — С. 17-22.
3. Финансовые механизмы формирования благоприятного имиджа территории: монография / С.П. Сазонов, Г.В. Федотова, Е.Е. Харламова, И.А. Езангина, Н.И. Ломакин, А.А. Ермакова, К.Д. Вайсбейн, Е.А. Полянская, С.С. Яцечко; под ред. С.П. Сазонова; ВолгГТУ. — Волгоград, 2016. — 227 с.
4. Интернет-банкинг как перспективный и быстроразвивающийся сегмент банковского дистанционного обслуживания/ Зубкова Е.И., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2015. № 4 (9). С. 127-133.
5. Информационная безопасность региональных социально-экономических систем: приоритетные направления/ Федотова Г.В., Гонтарь А.А.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 1 (19). С. 369-374.
6. Методики оценки инвестиционного потенциала региона/ Шуваева А.И., Ивушкина И.Е., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2016. № 7 (17). С. 352-356.
7. Налоговый потенциал региональной экономики/ Югай Е.В., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2016. № 7 (17). С. 372-376.
8. Анализ бюджетных расходов региона в 2017 году/ Федотова Г.В., Семенова Е.И.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 1 (19). С. 374-381.
9. Фондовые инструменты на современном финансовом рынке/ Агаркова В.А., Зубкова Е.И., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 2 (20). С. 5-11.

10. Налоговая поддержка предпринимательства в экономике региона/ Церенова Б.И., Гусейнов Р.Р., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 4 (22). С. 253-259.

Aliyeva Aminat Harvanovna, Assistant

(email: ami_alv@mail.ru)

Chechen State University, Grozny, Russia

DIRECTIONS OF TERRITORY MARKET DEVELOPMENT

The article is devoted to the study of the concept and composition of marketing territory. The analysis of the views of various economists in this category.

Keywords: territory marketing, strategy, subject, object.

УДК 332.14

ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

Алиева Аминат Харвановна, ассистент

Чеченский государственный университет, г.Грозный, Россия

(email: ami_alv@mail.ru)

Статья посвящена исследованию особенностей формирования инвестиционной политики в регионе. Рассмотрены основные принципы и подходы к реализации инвестиционной стратегии региона.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная политика, государство, инвесторы.

Инвестиционная политика представляет собой комплекс взаимосвязанных целей и мероприятий по созданию благоприятных условий для всех субъектов хозяйствования с целью оживления деятельности, подъема экономики, повышения эффективности производства и решения социальных проблем [1].

Цель инвестиционной политики заключается в реализации стратегического плана экономического и социального развития страны.

К задачам инвестиционной политики относятся:

- обеспечение структурной перестройки экономики;
- стимулирование предпринимательства и частных инвестиций;
- создание дополнительных рабочих мест;
- привлечение инвестиционных ресурсов из различных источников, включая иностранные инвестиции;
- совершенствование системы льгот и санкций при осуществлении инвестиционного процесса;
- выбор и поддержка развития отдельных отраслей хозяйства;
- обеспечение конкурентоспособности отечественной продукции;
- поддержка развития малого и среднего бизнеса.

Исходя из вышесказанного современную региональную инвестиционную политику, проводимую большинством регионов России, можно охарактеризовать как формализованную и централизованную. Роль го-

сударственного вмешательства значительна как по объемам контролируемых им инвестиций, так и по степени регулирования данного процесса.

В осуществлении собственной инвестиционной политики каждый регион России может преследовать самые разнообразные цели. Главная проблема состоит в том, что локальные инвестиционные устремления не должны противоречить установкам как внутренней региональной экономической политики, так и глобальной цели экономического развития страны.

На современном этапе можно признать, что главными целями экономического развития региона являются поддержка собственных товаропроизводителей и увеличение внутреннего совокупного спроса.

Разработка обоснованной инвестиционной политики региона на перспективу должна исходить из глобальной стратегии развития данного региона. Как правило стратегической целью большинства регионов страны является создание развитой экономики с устойчивым типом воспроизводства. В соответствии с этим определяются принципы инвестиционной политики региона.

Принципы инвестиционной политики региона:

- поддержка инвестиционной активности;
- равные условия для российских и иностранных инвесторов;
- снижение административных барьеров;
- обеспечение права инвестора на свободный выбор контрагентов;
- защита прав инвесторов;
- обеспечение инвесторов инфраструктурой;
- привлечение субъектов инвестиционной деятельности к совершенствованию инвестиционного и инновационного законодательства;
- развитие среды проживания [2, 3]

Для большинства регионов России в настоящее время актуальна проблема разработки и реализации промышленной политики, которая была бы нацелена на более эффективное развитие реального сектора, выделение приоритетных направлений индустриального роста, активизацию вложений в них инвестиционных и финансовых ресурсов.

Промышленная политика региона должна включать три блока: [4]

- политики обновления и модернизации производительных сил;
- основная задача - укрепление и развитие промышленности региона, закрепление существующих позиций.
- финансово-кредитной политики совместного участия: должна быть направлена на более эффективное использование традиционных источников производственных инвестиций, а также на привлечение новых финансовых ресурсов.
- инновационной политики: задача — качественное обновление индустриальной базы на основе внедрения новых ресурсосберегающих и эффективных технологий в промышленность.

Работа по привлечению капитальных вложений в регион должна быть ориентирована на поддержку инновационных, наукоемких и экспортоориентированных производств. При этом инвестиционное сотрудничество должно быть направлено в первую очередь на модернизацию предприятий и освоение передовых технологий в наиболее важных отраслях.

На предприятиях важно создавать особо благоприятные условия для иностранных инвестиций, прежде всего тех, которые приносят с собой новые технологии и опыт управления. В области привлечения иностранных инвестиций можно выделить четыре основных направления:

Первое заключается в освоении с помощью иностранного капитала невостребованного научно-технического потенциала, особенно на конверсируемых предприятиях оборонной промышленности. Это направление рассматривается как основное.

Второе – расширение и диверсификация экспортного потенциала.

Третье – создание импортозамещающих производств, особенно в сфере производства товаров народного потребления, основных продовольственных товаров и медикаментов.

Четвертое – привлечение инвестиций в сферу транспорта, связи и другие отрасли инфраструктуры.

Основным препятствием для привлечения внешних инвестиций в регионы помимо общероссийских факторов инвестиционного рынка остается развитие рыночной среды хозяйствования (по сравнению со средним по России уровнем) и маркетинг имиджа региона на российском и мировом рынках.

Поэтому основными направлениями инвестиционной деятельности в регионе должны стать:

- формирование инвестиционной инфраструктуры как основы для активизации инвестиционной деятельности;
- целенаправленная поддержка сельскохозяйственных производителей;
- создание ориентированных на общероссийский рынок производств в машиностроении, пищевой промышленности с привлечением передовых технологий и иностранных инвестиций;
- развитие отраслей строительства и ЖКХ с использованием частного и смешанного финансирования.

Инвестиционная политика – это комплекс взаимосвязанных целей и мероприятий по созданию благоприятных условий для всех субъектов хозяйствования с целью оживления деятельности, подъема экономики, повышения эффективности производства и решения социальных проблем.

Список литературы

1. Федотова, Г.В., Обухова С.В. Портфельные стратегии оптимизации корпоративных финансовых потоков в условиях санкций Европейского Союза / Г.В. Федотова, С.В. Обухова // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2015. - №19 (253). – С.30-40.

1. 2.Федотова, Г.В. Государственный контроль в системе стратегического планирования развития региона / Г.В. Федотова // Региональная экономика: теория и практика. – 2013. - №8. – С. 17-22.

2. Федотова, Г.В. Проблемы цифровизации промышленного сектора / Г.В. Федотова // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. - 2019. - Т. 15, вып. 2 (371). - С. 273-283.

3. Интернет-банкинг как перспективный и быстроразвивающийся сегмент банковского дистанционного обслуживания/ Зубкова Е.И., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2015. № 4 (9). С. 127-133.

4. Информационная безопасность региональных социально-экономических систем: приоритетные направления/ Федотова Г.В., Гонтарь А.А.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 1 (19). С. 369-374.

5. Методики оценки инвестиционного потенциала региона/ Шуваева А.И., Ивушкина И.Е., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2016. № 7 (17). С. 352-356.

6. Налоговый потенциал региональной экономики/ Югай Е.В., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2016. № 7 (17). С. 372-376.

7. Анализ бюджетных расходов региона в 2017 году/ Федотова Г.В., Семенова Е.И.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 1 (19). С. 374-381.

8. Фондовые инструменты на современном финансовом рынке/ Агаркова В.А., Зубкова Е.И., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 2 (20). С. 5-11.

9. Налоговая поддержка предпринимательства в экономике региона/ Церенова Б.И., Гусейнов Р.Р., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 4 (22). С. 253-259.

Aliyeva Aminat Harvanovna, Assistant

(email: ami_alv@mail.ru)

Chechen State University, Grozny, Russia

BASES OF FORMING INVESTMENT POLICY

Abstract

The article is devoted to the study of the features of the formation of investment policy in the region. The main principles and approaches to the implementation of the investment strategy of the region are considered.

Keywords: investments, investment policy, state, investors.

УДК 332.14

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Алиева Аминат Харвановна, ассистент кафедры

Коммерция и маркетинг

Чеченский государственный университет, г. Грозный, Россия

(email: ami_alv@mail.ru)

Статья посвящена исследованию проблем финансирования и государственного субсидирования малых форм предпринимательства в России.

Ключевые слова: предпринимательство, малые формы, государство, субсидии, поддержка.

Предпринимательство - важнейший фактор экономического развития общества. Но оно также оказывает большое влияние и на развитие национальной экономики. Последнее объясняется тем, что предпринимательство, исходя из его сущности (стремление каждого гражданина улучшить свое материальное положение), рождает массовое явление в форме развития малого и среднего бизнеса. Структура национальных экономик стран с рыночной системой хозяйствования подтверждает это положение полностью.

Малое предпринимательство — это предпринимательская деятельность, осуществляемая субъектами рыночной экономики при определенных, установленных законами, государственными органами или другими представительными организациями критериях.

Малые предприятия являются необходимым элементом здоровой экономики и выполняют в ней ряд жизненно важных функций. Оказалось, что в условиях динамичного развития технологии в последние десятилетия системы крупных предприятий в принципе не могут успешно функционировать без дополняющей системы малых предприятий.

Малые предприятия - совершенно особый тип производственных структур в экономическом, социальном, технологическом и управленческом аспектах [1]. Независимо от характера собственности, на которой основано малое предприятие, его политэкономическая сущность не отражается в категориях рыночной или плановой, капиталистической или социалистической экономики (аналогично тому, как в этих категориях не отражалась суть трудового семейного крестьянского хозяйства, описанного А.В.Чаяновым). Именно поэтому малое предприятие как особый социально-экономический уклад легко адаптируется к самым разным социокультурным условиям и эффективно функционирует как в либеральной рыночной экономике США и Западной Европы, так и в традиционных обществах Японии и Юго-Восточной Азии, в Испании и на юге Италии, в исламских странах "третьего мира" [2].

Малые предприятия активно вовлекают в производственный оборот "дремлющие" материальные и трудовые ресурсы и за счет этого резко

снижают капиталовложения на создание рабочего места по сравнению с "нормальным" промышленным предприятием. Поэтому именно малые предприятия, а не строительство крупного завода, являются механизмом оживления экономики тех регионов, которые переживают депрессию или застой. Важнейшей особенностью малых предприятий является их способность легко поглощать и отпускать большое количество рабочей силы (предприятие с 5 работниками может без больших перегрузок расширить штат до 20 человек и так же легко сократить его до обычной нормы). Малые предприятия - главный социальный механизм предотвращения массовой безработицы, особенно в периоды структурных преобразований экономики.

Общее число показателей по данным Мирового банка, по которым предприятие относится к субъектам малого предпринимательства, составляет свыше пятидесяти показателей. Однако наиболее часто применяемыми критериями являются следующие:

- средняя численность занятых на предприятии работников,
- ежегодный оборот, полученный предприятием (как правило, за один год),
- величина активов.

Практически во всех развитых странах первым критерием отнесения предприятий к субъектам малого предпринимательства является численность работающих человек.

Малый бизнес играет важную роль в развитии экономики многих стран. В странах Европейского сообщества (ЕС), в США, в Японии на малые и средние предприятия приходится около 50% в общей численности занятых.

Таблица 1 – Масштабы развития малого предпринимательства в России и в зарубежных странах.

Страны	Количество малых и средних фирм		Число занятых, млн. чел.	Доля малых и средних фирм, %	
	тыс. ед.	на 1 тыс. жителей		доля в числе занятых	ВВП
1	2	3	4	5	6
Великобритания	2930	46	13,6	49	50-53
Германия	2290	37	18,5	46	50-54
Италия	3920	68	16,8	73	57-60
Франция	1980	35	15,2	54	55-62
Страны ЕС	15777	45	68	72	63-67
США	19300	74	70,2	54	50-52
Япония	6450	49	39,5	78	52-55
Россия	1640	8	10,1	15,6	10-11

Как видно из таблицы 1 малое предпринимательство в России существенно отстает в сравнении с развитыми странами. В российской практике существование малого предпринимательства было разрешено в 1988 году. В этот период к числу малых отнесли государственные предприятия, на которых среднее число ежегодно занятых не превышало 100 чел.

Малые предприятия, осуществляющие несколько видов деятельности (многопрофильные), относятся к таковым по критериям того вида деятельности, доля которого является наибольшей в годовом объеме оборота или годовом объеме прибыли.

По данным сплошного наблюдения каждый пятый человек, занятый в экономике, работал в секторе малого и среднего предпринимательства.

В расчете на 1000 чел. населения в среднем по России по предварительным данным приходится 12 малых и средних предприятий – юридических лиц (включая приостановивших и не начавших деятельность в 2016 году) и 20 индивидуальных предпринимателей.

Основное количество малых и средних предприятий – юридических лиц осуществляют деятельность в сфере оптовой и розничной торговли, ремонта автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования (38%), операций с недвижимым имуществом, аренда и предоставления услуг (21%), строительства, а также добычи полезных ископаемых, обрабатывающих производств, производства и распределения газа и воды (по 11%) [1, 3].

Наибольшее распространение индивидуальное предпринимательство получило в сфере услуг и сельском хозяйстве. Таким образом, роль малых предприятий в экономике страны довольно велика, и эта тенденция усиливается. Это происходит под воздействием ряда факторов, действующих порой противоречиво. Так, развитие технологий, науки предполагает, с одной стороны, наличие крупных предприятий (поскольку требуются большие капиталовложения), а с другой стороны, это ведет к сокращению рабочих мест на крупных предприятиях, а следовательно, к увеличению безработицы.

Список литературы

1. Официальный сайт Центра молодежных и предпринимательских инициатив «Покolenie-2025»: <http://pokolenie2025.com/konkurs/>
2. Федотова, Г.В. Государственный контроль в системе стратегического планирования развития региона / Г.В. Федотова // Региональная экономика: теория и практика. – 2013. - №8. – С. 17-22.
3. Федотова, Г.В. Проблемы цифровизации промышленного сектора / Г.В. Федотова // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. - 2019. - Т. 15, вып. 2 (371). - С. 273-283.
4. Гейбатов, Б. Б. Особенности кредитования малого бизнеса в России / В.С. Ключкова, Б.Б. Гейбатов, Н.И. Ломакин // Управление. Бизнес. Власть. - 2016. - № 3 (12). - С. 43-47.
5. Интернет-банкинг как перспективный и быстроразвивающийся сегмент банковского дистанционного обслуживания/ Зубкова Е.И., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2015. № 4 (9). С. 127-133.
6. Информационная безопасность региональных социально-экономических систем: приоритетные направления/ Федотова Г.В., Гонтарь А.А.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 1 (19). С. 369-374.
7. Методики оценки инвестиционного потенциала региона/ Шуваева А.И., Ивушкина И.Е., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2016. № 7 (17). С. 352-356.

8. Налоговый потенциал региональной экономики/ Югай Е.В., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2016. № 7 (17). С. 372-376.

9. Анализ бюджетных расходов региона в 2017 году/ Федотова Г.В., Семенова Е.И.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 1 (19). С. 374-381.

10. Фондовые инструменты на современном финансовом рынке/ Агаркова В.А., Зубкова Е.И., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 2 (20). С. 5-11.

11. Налоговая поддержка предпринимательства в экономике региона/ Церенова Б.И., Гусейнов Р.Р., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 4 (22). С. 253-259.

Aliyeva Aminat Harvanovna, Assistant

(email: ami_alv@mail.ru)

Chechen State University, Grozny, Russia

FEATURES OF THE ORGANIZATION OF SMALL ENTREPRENEURSHIP

The article is devoted to the study of the problems of financing and state subsidies for small businesses in Russia.

Keywords: entrepreneurship, small forms, state, subsidies, support.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Альмухаметова Валерия Ураловна, студент магистратуры

(e-mail: V. Almukhametova@yandex.ru)

Галимова Маргарита Петровна, к.э.н., доцент

Уфимский государственный авиационный технический университет,

г. Уфа, Россия

В статье рассмотрены условия ипотечного кредитования как в России, так и за рубежом, приведены преимущества и недостатки кредитования в этих странах. Подсчитаны переплата по кредиту и дополнительные расходы по ипотеке, не включенные в полную стоимость кредита.

Ключевые слова: ипотечное кредитование, инфляция, ключевая ставка, ставка рефинансирования, процентная ставка, переплата.

Рынок недвижимости и ипотеки напрямую связан с ростом ВВП и экономики в целом, поэтому в стимулировании ипотечного кредитования заинтересованы многие страны мира.

Проведем сравнительный анализ по условиям ипотечного кредитования в России и за рубежом.

Из приложения А видно, что условия по кредитованию в Японии значительно лучше остальных стран и по процентной ставке, и по сроку кредитования, и по низкому первоначальному взносу. По данным портала Numbeo, публикующего рейтинги о стоимости жизни в разных странах мира, средняя ставка в Японии по ипотеке на 2019 год составляет 1,39

процента [1]. Большим преимуществом является и то, что остаток ссудной задолженности и проценты по кредиту переходят от родителей к детям по наследству, но в условиях повышенной сейсмической активности спустя тридцать-сорок лет японцы вынуждены сносить свое жилье. При таком незначительном сроке эксплуатации и высокой стоимости недвижимости позволить себе жилье может далеко не каждый японец.

Процентная ставка в Испании является одной из самых низких в Европе. Система плавающих ставок, привязанная к европейскому показателю Euribor, демонстрирует устойчивую тенденцию к снижению, тем самым уменьшающее бремя выплат по кредиту для заемщиков. Привлекает и возрастной диапазон с минимальным порогом в 18 лет, что является значительным преимуществом для молодежи. Но треть доли населения не может позволить себе взять ипотеку, так как на счету потенциального заемщика должна находиться сумма сбережений, превышающая его ежемесячный доход в три и более раз. Таким образом банковские организации Испании обеспечивают малый удельный вес по просроченной задолженности.

Рынок ипотечного кредитования в США является одним из самых развитых в мире благодаря его прозрачности, а также эффективности взаимодействия между заемщиком, кредитором, посредниками и инвесторами. Высокая конкуренция вынуждает банковские организации предлагать более подходящие условия для клиента под сравнительно небольшую процентную ставку. Система кредитования выстроена таким образом, что при досрочном погашении рискует не только кредитор, но и инвестор. Заемщик же остается в плюсе. Нерезидентам оформить ипотеку в Америке достаточно трудно. Необходимо отработать в этой стране, как минимум, три года, иметь банковский счет в США с достаточно приличной суммой денежных накоплений и положительную кредитную историю. Приобретение недвижимости стоимостью от 500 тысяч долларов дает право на получение ВНЖ [6].

Сравнивая условия ипотечного кредитования в России с представленными странами (см. приложение А), отметим положительные моменты. Это достаточно низкий первоначальный взнос, нет моратория на досрочное погашение кредита, не требуется наличие сбережений на банковском счете, а также отсутствие затрат на выплату агентских вознаграждений банку [5]. Огромным недостатком является высокая процентная ставка, перекрывающая все плюсы ипотеки в России. Она в 3,5 раза превышает ставку в Испании. Если же в Европе ключевая процентная ставка находится в районе 0%, в Японии - 0,1%, а ФРС США держит медианное значение на уровне 2,4%, ключевая ставка ЦБ РФ на сегодняшний день составляет 7,75%. Негативно на процентной ставке сказывается и уровень инфляции. Глава «ВТБ», Андрей Костин, в свою очередь считает, что «ипотечные ставки могут опуститься до 8% в перспективе пары лет, когда уровень инфляции снизится до 3-4%» [2]. Годовые темпы инфляции на се-

годняшний день, согласно официальным данным Минэкономразвития, составляют 5,1-5,2 % г/г [8].

Рассчитаем среднюю процентную ставку на 1 мая по 4 банкам России без учета акций и льготных условий с единой программой кредитования. Данные выведем в таблицу 1 [9-12].

Таблица 1 - Процентные ставки по ипотечному кредитованию в кредитных организациях РФ на 1 мая 2019 г.

	ПАО «Сбер-банк России»	АО «СМП Банк»	АО «КБ ДельтаКредит»	ПАО «Банк Уралсиб»
% ставка	11,4%	10,9%	11,0%	10,7%

Средняя выведенная ставка по России составляет 11% при ключевой ставке ЦБ РФ 7,75%.

Рассчитаем сумму переплаты по ипотечному кредиту в четырех представленных государствах с учетом дополнительных расходов, указанных в приложении А. Для сравнения стоимость объекта, первоначальный взнос и срок кредитования возьмем одинаковые по каждой стране.

Выведем исходные данные в таблицу 2.

Таблица 2 - Исходные данные

Программа кредитования	готовое жилье
Стоимость объекта	5000000 руб.
Первоначальный взнос	20%
Срок кредита	20 лет
Сумма кредита	4000000 руб.
Тип платежей	аннуитетный
Тип процентной ставки	фиксированный

Расчеты отразим в таблице 3.

Таблица 3 - Сумма переплаты по ипотечному кредиту с учетом дополнительных расходов сроком на 20 лет в рублях

	США	Япония	Испания	Россия
В погашение процентов	1847807,24	505508,83	1420763,17	5909008,57
Сумма дополнительных расходов	832235	647235	535835	365334,72
Общая сумма расходов	2680042,24	1152743,83	1956598,17	6294343,29
Сумма переплаты в процентном соотношении	67%	28,8%	48,9%	157,4%

На основании статистики о средней стоимости недвижимости в разных странах, опубликованной порталом Numbeo [1], проанализируем переплату по ипотечному кредиту с учетом стоимости недвижимости в данной стране.

Таблица 4 - Статистика средней стоимости одного квадратного метра жилья на 2019 г. [1]

Страна	Стоимость 1 кв. метра (дол. США)	Стоимость 1 кв. метра (рубль)
Япония	4413,65	285168,57
Испания	2103,7	135921,32
США	1842,58	119050,2
Россия	972,62	62842

Исходные данные оставим прежними (см. табл. 2), а за стоимость объекта возьмем среднюю стоимость квартиры на вторичном рынке площадью в 60 квадратных метров в рассматриваемой стране.

Таблица 5 - Статистика по средней стоимости квартиры площадью 60 квадратных метров на 2019 г.

Страна	Стоимость 60 кв. метров (дол. США)	Стоимость 60 кв. метров (руб.)
Япония	264819	17110114,2
Испания	126222	8155279,2
США	110554,8	7143012
Россия	58357,2	3770520

Результаты выведем в таблицу 6.

Таблица 6 - Итоговая сумма расходов по ипотечному кредиту сроком на 20 лет с учетом стоимости недвижимости в данной стране

	США	Япония	Испания	Россия
В погашение процентов	3028047,45	1546959,38	2328239,76	4491124,23
Сумма дополнительных расходов	1165439,04	1455229,13	625256,48	281030,9
Общая сумма расходов	4193486,49	3002188,51	2953496,23	4772155,13
Сумма переплаты в процентном соотношении	74%	24,5%	45%	157%

Как видно из таблицы 6, хоть и сумма дополнительных расходов в России невелика по сравнению с другими странами, переплата, в большей своей части, складывается из высокой процентной ставки. Предоставлять кредиты по ставке на уровне инфляции и ниже никто не будет, так как если ставка refinancing растет, банки получают средства по более высоким ставкам, а свои издержки заносят в ставку по кредитам для конечного потребителя. [7] Инфляция – это некая цена капитала, на доходность выше которой необходимо выйти любому инвестору.

Государство сейчас активно разрабатывает и внедряет всевозможные кредитные программы, направленные на облегчение выплат по ипотеке, прозрачности процесса. Так, к концу этого года планируется запуск онлайн-ипотеки, позволяющей ускорить и упростить этот трудоемкий процесс. Внедрение онлайн-ипотеки приведет к притоку средств и новых клиентов на этот рынок, стимулируя его развитие.

Сравнительная таблица параметров ипотечного кредитования по странам [3]

Параметры ИК по странам	США	Япония	Испания	Россия
1. Фиксированная средняя процентная ставка, %	4,35	1,39	2,37	11
2. Первоначальный взнос, %	от 20-50	от 10	от 20	от 15
3. Сроки кредитования, лет	до 30	до 50 (в случае смерти должника +50 лет)	до 30	до 30
4. Возраст заемщика	25-75	пожизненно, долг переходит по наследству	18-70	21-70
5. Требования к заемщику	наличие карты social security; наличие рабочей визы/грин-карты/вида на жительства; отсутствие негативной кредитной истории; наличие действующего банковского счета в США с размещением на нем суммы, равной не менее 12 ежемесячным платежам по займу;	нерезиденту необходимо иметь поручителя, который не несет фин. ответственности; основание на длительное проживание в Японии; стаж работы не менее 5 лет; пребывание на территории Японии в течение минимум 5 лет	высокая платежеспособность; не менее чем трехлетний стаж работы с уплатой налоговых обязательств; согласие второго супруга обязательно.	стандартный стаж работы - не менее полугод на последнем месте работы;
6. Пакет документов	1. паспорт (грин-карта, удостоверение водителя американского образца); 2. информация о кредитной истории 3. номер социального страхования; 4. выписка из банков, подтверждающая наличие денежных накоп-	1. паспорт (загранпаспорт); 2. вид на жительство (при наличии); 3. сведения о доходах, полученных в Японии; 4. справка с места работы	1. действующий загранпаспорт; 2. справка о доходах за последний год; 3. договор резерва недвижимости между продавцом и покупателем (ПДКП); 4. выписка из банка с информацией о движении денежных средств за последний год; 5. выписка из НБКИ о качестве кредитной исто-	1. паспорт (вид на жительство); 2. трудовая книжка или иной документ, подтверждающий занятость; 3. документ, подтверждающий доход; 4. постоянная или временная регистрация на территории РФ

	лений, депозитов и др.; 5. справки о доходах; 6. копии договора покупки недвижимости.		рии; 6. NIE (идентификационный номер нерезидента).	
7. Дополнительные расходы	комиссия банку в размере 3% от суммы кредита за оказание услуг; обязательное страхование от непредвиденных ситуаций и стихийных бедствий (17% от суммы кредита); оценка недвижимого имущества (500\$), мониторинг объекта недвижимости (150\$ в год)	агентское вознаграждение-3,15% от стоимости недвижимости+500\$; налог на покупку недвижимости - 1,5% от суммы сделки; налог на саму недвижимость (уплачивается в случае приобретения здания, но не земли) - 3%; нотариальная пошлина - 0,5-1%; государственная пошлина за занесение данных о сделке с недвижимостью в Госреестр - 0,5-1%; сбор за печать - до 0,15%; плата поручителю до 3% от стоимости недвижимости	Комиссия за открытие банковского счета (1,5% от суммы кредита); медицинская страховка; страхование приобретаемой недвижимости 20 евро в месяц; оценка недвижимости банком (около 300 евро); налог на регистрацию нотариального акта (2% от суммы кредита)	оценка недвижимости (2-7 тыс. руб.); страхование имущества (0,14% от ОСЗ, увеличенного на 10% каждый год); страхование жизни (0,27% от ОСЗ, увеличенного на 10% каждый год); титульное страхование (0,21% от ОСЗ, увеличенного на 10% каждый год); нотариус (1-2 тыс. руб.); госпошлина за регистрацию прав на собственность (2 тыс. руб.); банковские услуги (5-10 тыс. руб.)
8. Досрочное погашение	нет моратория на досрочное погашение (для нерезидентов штраф в размере 1-3%)	нет моратория на досрочное погашение	возможно досрочное погашение с оплатой штрафа 0,1-2% от суммы остатка задолженности	Мораторий на досрочное погашение отсутствует, штрафных санкций нет
9. Задолженность по ипотеке	\$9,1 трлн.	н/д	645,440 млн евро	6,53 трлн. руб.

Список литературы

1. Cost of Living [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.numbeo.com/cost-of-living/> (дата обращения 07.05.2019)
2. Ипотека в России в 2019 году — актуальные условия и перспективы развития [Электронный ресурс]. - URL: <https://bankstoday.net/last-articles/aktualnye-usloviya-i-perspektivy-razvitiya-ipotechnogo-kreditovaniya-v-rossii-v-2019-godu> (дата обращения 08.05.2019)
3. Ипотека за рубежом [Электронный ресурс]. - URL: <https://ipotekaved.ru/vse-ob-ipoteke/za-granicey> (дата обращения 03.05.2019)
4. Афонина А. В. Ипотека. Как правильно оформить? Как просчитать все риски? / А. В. Афонина. - М.: Эксмо, 2011. - с.157
5. Корнев В.С. Об адаптации мирового опыта жилищного ипотечного кредитования в России //Вестник Финансовой академии. 2012. №1. - с. 96-99.
6. Свешников А. П. Ипотека за рубежом: методы стимулирования и развития //Ипотека и кредит, 2014, № 2. - с. 87
7. Кредитование в условиях высокой инфляции [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.dg-yug.ru/arhive/85177.html> (дата обращения 03.05.2019)
8. Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. - URL: <http://economy.gov.ru/wps/wcm/connect/f40e2d73-7d6e-4ba7-bc27-bc2e44142de6/2019040501.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=f40e2d73-7d6e-4ba7-bc27-bc2e44142de6> (дата обращения 08.05.2019)

7d6e-4ba7-bc27-bc2e44142de6/2019040501.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=f40e2d73-7d6e-4ba7-bc27-bc2e44142de6 (дата обращения 08.05.2019)

9. Официальный сайт ПАО «Сбербанк России» [Электронный ресурс]. - URL: https://www.sberbank.ru/ru/person/credits/home/buying_complete_house#usl (дата обращения 03.05.2019)

10. Официальный сайт АО «СМП Банк» [Электронный ресурс]. - URL: <https://smpbank.ru/ru/private/ipoteka/vtorichnoe-zhilye/> (дата обращения 03.05.2019)

11. Официальный сайт АО «КБ ДельтаКредит» [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.deltacredit.ru/mortgage-credit/> (дата обращения 03.05.2019)

12. Официальный сайт ПАО «Банк Уралсиб» [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.uralsib.ru/credits/ipoteka/priobretenie-gotovogo-zhilya/> (дата обращения 03.05.2019)

Almukhametova Valeriya Uralovna, graduate student

(e-mail: V. Almukhametova@yandex.ru)

Ufa State Aviation Technical University, Ufa, Russia

Galimova Margarita Petrovna, Candidate of Economic Sciences, associate professor

Ufa State Aviation Technical University, Ufa, Russia

Abstract. The article discusses the conditions of mortgage lending both in Russia and abroad, presents the advantages and disadvantages of lending in these countries. The estimated additional costs of the mortgage, which are not included in the full cost of the loan.

Keywords: mortgage credit lending, inflation, key rate, refinancing rate, interest rate, overpayment.

ТЕХНОЛОГИЯ ТАМОЖЕННОГО КОНТРОЛЯ ТОВАРОВ, ПЕРЕМЕЩЕМЫХ СТАЦИОНАРНЫМИ ВИДАМИ ТРАНСПОРТА

Антоненко Елизавета Александровна, студент

Васильева З.А., ассистент

Юго-Западный государственный университет, г.Курск, Россия

(e-mail: zarislava.1993@gmail.com)

В данной статье рассматривается технология проведения таможенного контроля товаров, перемещаемых стационарными видами транспорта. Анализируются особенности перемещения товаров стационарными видами транспорта. Исследуются различные пути идентификации нефти и газа. А также поднимаются проблемы перемещения данных товаров через таможенную границу.

Ключевые слова: стационарные виды транспорта, экспорт, энергоносители, трубопроводный транспорт, электроэнергия, таможенный контроль, декларирование.

Перемещение энергоносителей осуществляется преимущественно средствами стационарных видов транспорта, например, трубопроводным транспортом или по линиям электропередач, в том числе такие перемещения могут носить экспортный характер.

Анализ товародвижения экспортной деятельности российских предприятий показывает, что значительную часть российского экспорта составляют энергоносители. Энергоносители – это повсеместное название различ-

ных видов топлива, природных или синтетических источников какого-либо вида энергии, комплекс различных видов топлива и энергии (продукция нефтедобывающей, газовой, угольной, торфяной, сланцевой промышленности, энергия атомных и гидроэлектростанций, а также местные виды топлива), которыми располагает государство для обеспечения потребностей всех отраслей хозяйства и бытовых нужд населения. Особое значение имеет обеспеченность энергоносителями государств, климатические условия которых характеризуются сезонным фактором, когда зимний сезон сопровождается низким температурным режимом.

Государства-поставщики и государства-товаропотребители энергоносителей заинтересованы в постоянном обеспечении энергоресурсами, поэтому правовое регулирование экспорта энергоносителей осуществляется на уровне международного и национального законодательства. Обычно правовое обеспечение экспорта российских энергоносителей направлено на страны Европы. Нормативное регулирование экспорта российских энергоносителей в государства Азиатско-Тихоокеанского региона находится на стадии разработки.

Основой таможенного оформления и таможенного контроля при перемещении товаров стационарным транспортом является гл. 41 ТК ЕАЭС и гл. 43 Федерального закона №289-ФЗ «О таможенном регулировании в Российской Федерации».

Особенности правового регулирования указанных категорий товаров состоят в следующем:

- при осуществлении таможенного оформления, как правило, не требуется предъявление указанных товаров;
- количество и (или) качество товаров, перемещаемых трубопроводным транспортом, определяются на основании показаний приборов учета, а при их отсутствии – на основании показаний иных средств и методов измерения количества таких товаров;
- перемещение таких товаров связано с использованием особых видов декларирования, в том числе временного периодического декларирования вывозимых товаров.

Ввоз (вывоз) на таможенную территорию Союза товаров, перемещаемых трубопроводным транспортом, допускается после их помещения под таможенные процедуры и после их таможенного декларирования в соответствии с таможенной процедурой.

При ввозе на таможенную территорию Союза или вывозе с таможенной территории Союза товаров, перемещаемых трубопроводным транспортом, допускаются смешивание товаров, а также изменение количества и состояния (качества) товаров вследствие технологических особенностей транспортировки и специфических характеристик товаров в соответствии с техническими регламентами и стандартами, действующими в государствах-членах ЕАЭС.

Декларирование данных товаров в соответствии с таможенной процедурой таможенного транзита осуществляется исключительно в Центральной энергетической таможне. Для других случаев установлен перечень таможенных органов, которым декларируются отдельные виды товаров данной категории (нефть, нефтепродукты, природный газ, электроэнергия).

Акты о перемещении природного газа через территорию сопредельного государства должны содержать данные о количестве и стране происхождения природного газа, ввезенного на территорию сопредельного государства и вывезенного с его территории, за отчетный месяц.

Таможенный контроль в местах установки приборов учета товаров, перемещаемых по линиям электропередачи и трубопроводным транспортом, осуществляется таможенными органами государства-члена ЕАЭС, на территории которого находятся такие приборы учета товаров.

Проведение таможенного контроля уполномоченными должностными лицами таможенных органов в местах установки приборов учета товаров, перемещаемых по линиям электропередачи и трубопроводным транспортом, находящихся на территориях других государств-членов ЕАЭС, осуществляется с предварительным (за 10 рабочих дней) письменным уведомлением центрального таможенного органа государства-члена ЕАЭС, на территории которого находятся такие приборы учета. По результатам проведения таможенного контроля составляется акт по форме, определенной законодательством государств-членов Союза.

В таможенном законодательстве нет нормативного определения понятия сырой нефти для целей экспорта. Различные подходы к понятию сырой нефти и нефтепродуктов как экспортируемого товара связаны с тем, что отсутствует четкая стандартизация показателей нефти и некоторых иных видов жидкого топлива. Идентифицировать и привести сырую нефть и нефтепродукты к общему знаменателю достаточно проблематично, так как сырая нефть, добываемая на различных месторождениях, неоднородна по своему составу и свойствам, схожа с определенными нефтяными фракциями с неглубокой степенью переработки. Поэтому для целей таможенного контроля определения нефти и нефтепродуктов как товара содержатся достаточно размытые формулировки. В настоящее время указанная проблема решается на межгосударственном уровне: проводится работа по формированию общих рынков нефти и нефтепродуктов, которая включает в себя унификацию норм, стандартов на нефть и нефтепродукты.

Помимо химического состава и идентификации нефти и нефтепродуктов, возникают вопросы и об осуществлении таможенного контроля объемов экспортируемых энергоносителей.

Особый порядок перемещения энергоносителей через Таможенную границу ЕАЭС зависит от вида их стационарной транспортировки:

- нефть и газ перемещаются с использованием трубопроводного транспорта;
- электрическая энергия с помощью линий электропередач.

Для осуществления таможенного контроля объемов экспортируемых энергоносителей определяются специальные технологически обусловленные места для их перемещения через Таможенную границу ЕАЭС, в которых установлены приборы учёта, фиксирующие их перемещение. Одной из проблем технического характера, тормозящих развитие экспорта энергоносителей в страны Азиатско-Тихоокеанского региона, является недостаточное количество трубопроводного транспорта и линий электропередач на территории Дальнего Востока, позволяющих осуществлять их транспортировку. При перемещении товаров трубопроводным транспортом допускается подача временной таможенной декларации в которой указываются сведения исходя из намерений вывоза ориентировочного количества товаров в течение заявленного декларантом периода времени, не превышающего срока действия внешнеторгового договора, условной таможенной стоимости (оценки), определяемой согласно количеству товаров, планируемому к вывозу из Российской Федерации, и их потребительским свойствам и (или) предусмотренному условиями внешнеторгового договора порядку определения цены указанных товаров на день подачи временной таможенной декларации.

Список литературы

1. Таможенный кодекс ЕАЭС [Электронный ресурс]: Официальный интернет-портал правовой информации // <http://www.pravo.gov.ru>
2. Аубакирова, И.У. От Таможенного союза к Евразийскому экономическому союзу: некоторые правовые вопросы региональной интеграции [Текст] / И.У. Аубакирова // Финансовое право. - 2017. - № 9. - С. 10 - 17;
3. Балкова, В.Г. Таможенный тариф [Текст] / В.Г. Балкова // Таможенное дело. - 2018. - № 2. - С. 29 - 36;
4. Буваева, Н.Э. Международное таможенное право [Текст]: учебник для магистров / Под общ. ред. А.В. Зубача. - М.: Издательство Юрайт, 2017. - 376 с.
5. Маховикова, Г.А. Таможенное дело [Текст]: учебник для бакалавров / Г.А. Маховикова. - М.: Издательство Юрайт, 6 - 408 с.
6. Особенности правового регулирования международных перевозок грузов. Учебное пособие / под. ред. Р. А. Курбанова. Москва: РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2016. - 101 с.
7. О подходах к определению промышленной политики как экономической категории/ Васильева З.А.// В сборнике: Исторические, философские, методологические проблемы современной науки, Сборник статей 1-й Международной научной конференции молодых ученых. Ответственный редактор А.А. Горохов. 2018. С. 89-93.
8. Роль международных отношений во внешнеэкономической деятельности/ Васильева З.А.// В сборнике: Молодежь и XXI век – 2012, материалы IV Международной молодежной научной конференции. Ответственный редактор: Горохов А.А.. 2012. С. 211-212.
9. Образование как один из факторов формирования человеческого капитала/ Васильева З.А., Коварда В.В.// В сборнике: Актуальные проблемы развития социально-экономических систем: теория и практика, VII Международная научно-практическая конференция, посвященная 50-летию Юго-Западного государственного университета. 2014. С. 225-227.
10. Дефицит трудовых ресурсов: причины и пути преодоления в аспекте образования/ Васильева З.А., Коварда В.В.// В сборнике: Актуальные проблемы развития социально-экономических систем: теория и практика, VII Международная научно-

практическая конференция, посвященная 50-летию Юго-Западного государственного университета. 2014. С. 221-224.

11. Программа для вычисления индекса пааше при сравнении регионов/ Коржова Г.И., Коварда В.В., Дрантусов А.В., Васильева З.А., Цуканова Н.Е.// свидетельство о регистрации программы для ЭВМ RUS 2014614923 21.03.2014

12. Программа для вычисления индекса территориально-пространственных сопоставлений/ Коржова Г.И., Коварда В.В., Дрантусов А.В., Васильева З.А., Цуканова Н.Е.// свидетельство о регистрации программы для ЭВМ RUS 2014614992 18.03.2014

13. Тенденции развития мировых энергетических рынков/ Васильева З.А., Пархомчук М.А.// В сборнике: Актуальные проблемы развития социально-экономических систем: теория и практика, Сборник статей IX Международной научно-практической конференции. 2016. С. 33-36.

14. Торгово-экономическое и инвестиционное сотрудничество России и ЛАКБ/ Кузмина В.М., Васильева З.А.// В сборнике: Школа приграничного сотрудничества и интеграции Материалы международного сборника научных трудов. Под редакцией В.П. Бабинцева. 2017. С. 79-95.

15. Анализ деятельности курской таможни по организации таможенного контроля товаров на основе системы управления рисками/ Солодухина О.И., Васильева З.А.// В сборнике: Стратегия социально-экономического развития общества: управленческие, правовые, хозяйственные аспекты, сборник научных статей 8-й Международной научно-практической конференции. 2018. С. 127-131.

16. Нормативно-правовая база взимания и обеспечения уплаты таможенных платежей в российской федерации в условиях функционирования ЕАЭС/ Васильева З.А., Солодухина О.И., Солодухин Д.Ю.// В сборнике: Стратегия социально-экономического развития общества: управленческие, правовые, хозяйственные аспекты, сборник научных статей 8-й Международной научно-практической конференции. 2018. С. 95-100.

17. Особенности развития региона с учетом реализации промышленной политики на примере Курской области/ Ларина Р.Н., Васильева З.А.// Вестник Алтайской академии экономики и права. 2018. № 5. С. 160-163.

Antonenko E.A., student

Vasilieva Z.A., assistant

Southwestern State University, Kursk, Russia

TECHNOLOGY OF CUSTOMS CONTROL OF GOODS CONVEYED BY STATIONARY MODES OF TRANSPORT

Abstract. This article deals with the technology of customs control of goods transported by stationary modes of transport. The peculiarities of goods movement by stationary modes of transport are analyzed. Different ways of oil and gas identification are studied. And also the problems of movement of these goods across the customs border are raised.

Key words: stationary modes of transport, export, energy carriers, pipeline transport, electricity, customs control, declaration.

ДЕКЛАРИРОВАНИЕ ТОВАРОВ, ПЕРЕМЕЩАЕМЫХ ТРУБОПРОВОДНЫМ ТРАНСПОРТОМ (НА ПРИМЕРЕ ПРИРОДНОГО ГАЗА)

Анучин Андрей Андреевич, студент

Васильева З.А., ассистент

Юго-Западный государственный университет, г.Курск, Россия

(e-mail: zarislava.1993@gmail.com)

В данной статье рассматривается технология проведения таможенного контроля товаров, перемещаемых трубопроводным транспортом, на примере природного газа. Анализируются особенности перемещения природного газа. Исследуется ряд законов о перемещении трубопроводным транспортом нефти и газа. А также рассматриваются проблемы перемещения данных товаров через таможенную границу.

Ключевые слова: трубопроводный транспорт, таможенные органы, природный газ, экспорт, таможенный контроль, таможенная декларация, энергетика, таможенные платежи.

Вопросы правового регулирования экспорта энергоносителей остаются актуальным на протяжении многих лет. С одной стороны, имеющиеся правовое регулирование экспорта энергоносителей развивается и идет по пути унификации национальных и международных правовых актов. С другой стороны, в последнее время активно развивается экспорт энергоносителей в страны Азиатско-Тихоокеанского региона. Однако анализ технической инфраструктуры, позволяющей экспортировать энергоносители, а также положений различных нормативных актов позволяет сделать выводы о том, что обеспечение трубопроводным транспортом Дальнего Востока России, а также детальное и комплексное правовое регулирование экспорта энергоносителей в страны Азиатско-Тихоокеанского региона в настоящее время отсутствует.

К основным нормам международного регулирования помимо договора о Евразийском экономическом союзе можно отнести Таможенный кодекс ЕАЭС. Отдельное регулирование установлено для таких экспортных ресурсов, как нефть и нефтепродукты, газ и электрическая энергия. Основы сотрудничества в нефтяной сфере, принципы формирования общего рынка нефти и нефтепродуктов и обеспечения доступа к услугам субъектов естественных монополий в сфере транспортировки нефти и нефтепродуктов стран Евразийского экономического союза определены в протоколе о порядке организации, управления, функционирования и развития общих рынков нефти и нефтепродуктов. В том числе в Приложении № 21 к договору о Евразийском экономическом союзе рассматриваются вопросы об обеспечении доступа к услугам субъектов естественных монополий в сфере электроэнергетики, в Приложении № 22 предусмотрены правила доступа к услугам субъектов естественных монополий в сфере транспортировки

газа по газотранспортным системам, в Приложении № 23 описан порядок организации, управления, функционирования и развития общих рынков нефти и нефтепродуктов.

На уровне национального законодательства особое внимание уделяется правовому регулированию отношений, возникающих в связи с транспортировкой нефти и газа. Отдельные нормы, регулирующие деятельность трубопроводного транспорта, содержатся в федеральных законах «О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 03.08.2018 г. № 289-ФЗ, «Об экспорте газа» от 18 июля 2006 г. № 117-ФЗ (далее - Закон «Об экспорте газа») и др.

Порядок доступа к системе магистральных нефтепроводов регулируется подзаконными актами:

- указом Президента РФ от 26 декабря 1994 г. № 2213 «Об упорядочении экспорта природного газа»;

- постановлением Правительства РФ от 29 марта 2011 г. № 218 «Об обеспечении недискриминационного доступа к услугам субъектов естественных монополий по транспортировке нефти (нефтепродуктов) по магистральным трубопроводам в Российской Федерации и признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации»;

- приказом Ростехрегулирования от 23 декабря 2004 г. № 125-ст. «Метрологическое обеспечение учёта нефти при её транспортировке по системе магистральных нефтепроводов. Основные положения».

Основы государственного регулирования экспорта газа заложены в Законе «Об экспорте газа», который учитывает необходимость защиты экономических интересов Российской Федерации, исполнения международных обязательств по экспорту газа, обеспечения поступления доходов федерального бюджета и поддержания топливно-энергетического баланса Российской Федерации. Данный Закон применяется в отношении газа, добываемого из всех видов месторождений углеводородного сырья и транспортируемого в газообразном или сжиженном состоянии.

Для осуществления таможенного контроля за экспортом энергоносителей таможенные органы должны установить четыре определяющих момента:

- кто является экспортером и имеет ли он разрешения и льготы;
- соответствует ли товар (энергоносители) качественным характеристикам, определяющим размер уплаты вывозных таможенных пошлин;
- какой объём энергоносителей экспортируется;
- как обеспечена экологическая безопасность транспортировки энергоносителей.

При определении правового статуса экспортёра в некоторых случаях следует учитывать нормативные правовые акты, ограничивающие круг экспортеров, например, распоряжение Правительства РФ от 14 июля 2014 г. № 1277-р «Об утверждении перечня организаций, которым предоставле-

но исключительное право на экспорт газа природного в сжиженном состоянии» (ред. от 09.10.2014). От статуса и правомерного поведения экспортера могут зависеть требования таможенных органов о предоставлении обеспечения уплаты таможенных пошлин. При перемещении товаров трубопроводным транспортом и по линиям электропередачи таможенный орган вправе потребовать предоставления обеспечения уплаты таможенных пошлин, налогов в случаях:

- если декларант осуществляет свою внешнеторговую деятельность менее одного года;
- если декларант имеет неисполненные требования по уплате таможенных платежей в установленные данными требованиями сроки;
- если декларант имеет неисполненные постановления по делам об административных правонарушениях в области таможенного дела.

Различные подходы имеются также и при определении размера и порядка уплаты таможенных пошлин. Общие правила уплаты таможенных пошлин устанавливаются на уровне российского и международного права. Однако некоторые льготы установлены подзаконными актами РФ. Так, постановлением Правительства РФ от 13 июня 2014 г. № 545 предусмотрено, что освобождение от уплаты вывозных таможенных пошлин предоставляется при вывозе углеводородного сырья из России за пределы единой таможенной территории Таможенного союза при условии, что факт добычи сырья на новом морском месторождении подтверждён Министерством энергетики России и Федеральным агентством по недропользованию. Ставки вывозных таможенных пошлин на нефть сырую и отдельные категории товаров, выработанных из нефти, устанавливаются Правительством Российской Федерации. Однако в таможенной практике встречаются случаи недостоверного декларирования нефти и нефтепродуктов, когда под видом жидких топлив, в частности мазута, экспортируется сырая нефть по ставке, установленной на продукты её переработки.

Допускается подача одной временной таможенной декларации на товары, вывозимые одним и тем же лицом, перемещающим товары в соответствии с условиями одной таможенной процедуры в рамках исполнения обязательств по нескольким внешнеторговым договорам.

Временная таможенная декларация подаётся декларантом на период времени, не превышающий одного квартала, а на природный газ - одного календарного года, не позднее 20-го числа месяца, предшествующего этому периоду.

Если в течение периода времени, указанного во временной таможенной декларации, изменяется количество товаров, указанное во временной таможенной декларации, допускается подача дополнительной временной таможенной декларации до начала перемещения товаров, декларируемых в дополнительной временной таможенной декларации. Декларирование экспорта электрической энергии также имеет свои особенности. Декларированию подлежит вывезенное фактическое количество электроэнергии и

(или) сальдо-переток как алгебраическая сумма перетоков электроэнергии в противоположных направлениях по межгосударственным линиям электропередачи за каждый календарный месяц. В таможенной декларации количество ввезённой или вывезенной электрической энергии указывается за каждый календарный месяц как сальдо-переток электрической энергии либо отдельно фактически ввезенное или вывезенное количество электроэнергии, скорректированное на величину имеющихся при перемещении электрической энергии потерь в электрических сетях.

Учитывая вышеуказанные особенности, следует отметить, что развитие экспортного направления должно идти с учётом технического фактора, совершенствования правового обеспечения и привлечения к работе специалистов-энергетиков. Учёт таких особенностей уже реализуется при осуществлении таможенного контроля за экспортом электрической энергии. В системе таможенных органов создана специализированная структура - Центральная энергетическая таможня, которая совершает таможенные операции, связанные с таможенным декларированием товаров, перемещённых по линиям электропередачи через таможенную границу Таможенного союза.

Вопросы правового регулирования экспорта энергоносителей остаются актуальным на протяжении многих лет. С одной стороны, имеющееся правовое регулирование экспорта энергоносителей развивается и идёт по пути унификации национальных и международных правовых актов. С другой стороны, в последнее время активно развивается экспорт энергоносителей в страны Азиатско-Тихоокеанского региона. Однако анализ технической инфраструктуры, позволяющей экспортировать энергоносители, а также положений вышеуказанных нормативных актов позволяет сделать выводы о том, что обеспечение трубопроводным транспортом Дальнего Востока России, а также детальное и комплексное правовое регулирование экспорта энергоносителей в страны Азиатско-Тихоокеанского региона в настоящее время отсутствуют.

Список литературы

1. Договор о Евразийском экономическом союзе: подписан в г. Астане 20.05.2014 г. // www.pravo.gov.ru (дата обращения 20.05.2019).
2. Таможенный кодекс ЕАЭС. - URL: Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru> (дата обращения: 20.05.2019)
3. Об экспорте газа: федеральный закон от 18.07.2006 г. № 117-ФЗ // Российская газета. 2006. 20 июля.
4. О Таможенном тарифе: закон РФ от 21.22.1993 г. № 5003-1 // Российская газета. 1993. 5 июня.
5. Об упорядочении экспорта природного газа: указ Президента РФ от 26.12.1994 г. № 2213 // Собрание законодательства РФ. 1994. № 35. Ст. 3623.
6. О подходах к определению промышленной политики как экономической категории/ Васильева З.А.// В сборнике: Исторические, философские, методологические проблемы современной науки, Сборник статей 1-й Международной научной конференции молодых ученых. Ответственный редактор А.А. Горохов. 2018. С. 89-93.
7. Роль международных отношений во внешнеэкономической деятельности/ Васильева З.А.// В сборнике: Молодежь и XXI век – 2012, материалы IV Международной молодежной научной конференции. Ответственный редактор: Горохов А.А.. 2012. С. 211-212.

8. Образование как один из факторов формирования человеческого капитала/ Васильева З.А., Коварда В.В.// В сборнике: Актуальные проблемы развития социально-экономических систем: теория и практика, VII Международная научно-практическая конференция, посвященная 50-летию Юго-Западного государственного университета. 2014. С. 225-227.

9. Дефицит трудовых ресурсов: причины и пути преодоления в аспекте образования/ Васильева З.А., Коварда В.В.// В сборнике: Актуальные проблемы развития социально-экономических систем: теория и практика, VII Международная научно-практическая конференция, посвященная 50-летию Юго-Западного государственного университета. 2014. С. 221-224.

10. Программа для вычисления индекса пааше при сравнении регионов/ Коржова Г.И., Коварда В.В., Дрантусов А.В., Васильева З.А., Цуканова Н.Е.// свидетельство о регистрации программы для ЭВМ RUS 2014614923 21.03.2014

11. Программа для вычисления индекса территориально-пространственных сопоставлений/ Коржова Г.И., Коварда В.В., Дрантусов А.В., Васильева З.А., Цуканова Н.Е.// свидетельство о регистрации программы для ЭВМ RUS 2014614992 18.03.2014

12. Тенденции развития мировых энергетических рынков/ Васильева З.А., Пархомчук М.А.// В сборнике: Актуальные проблемы развития социально-экономических систем: теория и практика, Сборник статей IX Международной научно-практической конференции. 2016. С. 33-36.

13. Торгово-экономическое и инвестиционное сотрудничество России и ЛАКБ/ Кузьмина В.М., Васильева З.А.// В сборнике: Школа приграничного сотрудничества и интеграции Материалы международного сборника научных трудов. Под редакцией В.П. Бабинцева. 2017. С. 79-95.

14. Анализ деятельности курской таможни по организации таможенного контроля товаров на основе системы управления рисками/ Солодухина О.И., Васильева З.А.// В сборнике: Стратегия социально-экономического развития общества: управленческие, правовые, хозяйственные аспекты, сборник научных статей 8-й Международной научно-практической конференции. 2018. С. 127-131.

15. Нормативно-правовая база взимания и обеспечения уплаты таможенных платежей в российской федерации в условиях функционирования ЕАЭС/ Васильева З.А., Солодухина О.И., Солодухин Д.Ю.// В сборнике: Стратегия социально-экономического развития общества: управленческие, правовые, хозяйственные аспекты, сборник научных статей 8-й Международной научно-практической конференции. 2018. С. 95-100.

16. Особенности развития региона с учетом реализации промышленной политики на примере Курской области/ Ларина Р.Н., Васильева З.А.// Вестник Алтайской академии экономики и права. 2018. № 5. С. 160-163.

*Anuchin A. A., student
Vasilieva Z. A., assistant*

Southwestern State University, Kursk, Russia

DECLARATION OF GOODS TRANSPORTED BY PIPELINE (FOR EXAMPLE, NATURAL GAS)

Abstract This article discusses the technology of customs control of goods transported by pipeline transport on the example of natural gas. The peculiarities of natural gas movement are analyzed. A number of laws on the movement of oil and gas by pipeline transport are studied. It also considers the problems of movement of these goods across the customs border.

Key words: pipeline transport, customs authorities, natural gas, export, customs control, customs declaration, energy, customs payments.

УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Атамуратов Анвар Реимберганович, студент

(e-mail: atamuradovanvar@gmail.com)

Сычева Эвелина Владимировна, к.э.н., доцент

(e-mail: evelina_sycheva@mail.ru)

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

В данной статье рассматриваются организационные вопросы модернизации ресторанного бизнеса. Авторы рассматривают типологию современных ресторанов и внедрение в них новой системы автоматизации менеджмента и услуг. Также проведен анализ проблем и выявлены перспективы развития отрасли с экономической точки зрения.

Ключевые слова: ресторанный бизнес, тенденция развития, цифровизация ресторанной деятельности.

В современном мире ресторанный бизнес – один из самых быстроразвивающихся сфер экономики, перспективный для инвесторов, привлекательный для предпринимателей. В связи с этим большой интерес уделяется актуальным на сегодняшний день тенденциям организации и развития ресторанного бизнеса.

Ресторанный рынок РФ ещё далёк от насыщения. Факторами роста ресторанного бизнеса является платёжеспособность населения, зависящая от уровня доходов, которая в свою очередь снизилась, в связи с кризисной финансово-экономической ситуацией в стране [1]. В то же время, ёмкость ресторанного рынка ещё достаточно велика. В ресторанном бизнесе существуют отчётливые перспективы роста [2].

Сейчас в РФ насчитывается немалое количество ресторанов. В центре Санкт-Петербурга более 140 заведений ресторанного типа, отличающимися классом и уровнем обслуживания. По словам председателя городского комитета по развитию предпринимательства и потребительского рынка Эльгиза Качаева в 2016 году число кафе и ресторанов в городе выросло на 9 %. В настоящее время в Санкт-Петербурге работают более 7500 ресторанов и кафе. С увеличением роста предприятий питания в ресторанном бизнесе растёт и конкуренция [3].

Целью организации и развития сети ресторанов является установление и удовлетворение потребностей и ожиданий своих посетителей и других заинтересованных сторон (работников, поставщиков, владельцев), гарантирование преимуществ в конкурентной борьбе, достижение результата, стабилизация и увеличение эффективности в условиях кризиса. Эффективность антикризисного маркетинг-менеджмента в значительной степени зависит от своевременных изменений организационной структуры предприятия [4].

Рестораны делятся на три класса – люкс, высший, первый. При этом учитывается качество предоставляемых услуг и уровень обслуживания.

К классу люкс относятся рестораны обладающим такими показателями как грациозность интерьеров, высоким уровнем удобства, большим выбором услуг, особенным ассортиментом заказных блюд и качественных блюд, и кондитерских изделий, напитков, коктейлей и так далее.

К высшему классу относятся рестораны, соответствующие следующим параметрам: самобытный интерьер, большой выбор услуг, повышенное удобство, набор разнообразных блюд сложного приготовления, изделий, напитков и так далее.

К первому классу относят рестораны, имеющие: комфортные условия для отдыха, большой выбор услуг, ассортимент фирменных блюд, напитки и коктейли сложного и несложного приготовления [5].

В динамично развивающемся современном мире почти во всех заведениях пользуются автоматизированными системами учёта, которые снижают затраты на обслуживание и повышают клиентский сервис. Отличие их только лишь в функционировании и в особенностях интерфейса. Учетные системы позволяют управлять заказами, наладить контроль выполнения всех процессов, собирать отчеты и получать аналитику. Многие рестораны в целях модернизации и улучшения качества обслуживания вводят электронное меню, с помощью которого сокращается время подачи блюда и увеличивается поток посетителей, создаются мобильные сервисы и адаптивные сайты с возможностью онлайн-заказа.

Возможности интернет-маркетинга очень многообразны. Можно выдавать целевую информацию в нужной форме в аудиторию до того, как посетители начнут думать о ресторане. Самое популярное – использование маячков по геолокации Google Maps, когда формируются подборки заведений по близости пользователя. Этому примеру последовали и рестораторы так, например, ресторанные мобильные приложения с использованием геотаргетинга (англ. geo targeting; target - цель) выдают посетителю предложения по его месторасположению. Мобильные средства передачи информации изменили коммуникации, в частности, — более точное выявление потребностей потребителей, уменьшение временных затрат, пользователь может улучшить свой гаджет удалённо, в любое время суток, выбрав удобный способ оплаты [6]. К примеру, приложение BurgerKing позволяет осуществить предварительный заказ в определенной точке сети и на определенное время. Также приложения позволяют расширить возможности персонализации и программ лояльности ресторанов [7, 8].

Интернет является важным источником обратной связи: примерно 25% посетителей делятся в социальных сетях своим позитивными впечатлениями от любимого ресторана и 20% оставляют негатив. Формирование бренда и лояльной аудитории происходит именно на этих площадках. Четыре с половиной миллиона человек подписаны на сообщества своих любимых ресторанов – это огромная масса реальных и потенциальных посетителей, с которыми необходимо работать. Поэтому репутация любой

компании определяется информацией, размещенной в различных интернет-ресурсах, в том числе в социальных сетях и в мессенджерах [9].

В настоящее время лидером по цифровизации ресторанной деятельности являются США. По данным NPD на 2017 год, около 12% посетителей приходят в предприятия общественного питания под действием сайтов, интернет-афиш, социальных сетей, и так далее. В РФ такие цифры прослеживаются только в столице. Всё же полученные цифры ничтожно малы в сравнении с результатами по остальным городам цивилизованного мира [10].

Подводя итоги можно констатировать, что современный ресторанный бизнес на российском рынке в своём развитии достаточно молод. В связи с этим рынок пережил несколько стадий развития. Перспективы развития есть. Благодаря широкому развитию ресторанного бизнеса в настоящее время снята проблема дефицита услуг и улучшилось качество услуг общественного питания. Необходимы активные маркетинговые стратегии, изменение бренда, модернизация систем управления. В течение последних лет наметилась тенденция слияний-поглощений, в результате которых на рынок выходят новые бренды и продолжают активно развиваться прежние [11]. В ближайшие годы эта тенденция сохранится и постепенно охватит большинство регионов. Ресторанный бизнес стремительно развивается, конечно, ещё есть куда расти, как в количестве, так и в качестве. Рынок консолидировал мелкие рестораны и влияет на возможности крупных. Для того чтобы остаться на плаву, профессионалам в ресторанном бизнесе всегда приходится предчувствовать и быстрее реагировать на постоянно изменяющуюся ситуацию на рынке.

Список литературы

1. Фоминых И. Л. Состояние и тенденции развития ресторанного бизнеса в современной России. [Электронный ресурс]: URL: http://mitg.vvsu.ru/science/analytics/details/article/10801594/sostoyanie_i_tendencii_razvitiya.
2. Баклановский Д.С. Текущее состояние и перспективы развития сферы услуг в РФ. // В сборнике: Экономика и управление в сфере услуг: современное состояние и перспективы развития. XIV Всероссийская научно-практическая конференция, 2017. С. 77 – 82.
3. Сколько ресторанов и кафе в СПб [Электронный ресурс]: URL: <https://www.the-village.ru/village/city/city/256873-sloiko-restoranov-v-peterburge>.
4. Сычева Э.В. Стратегические направления антикризисного маркетинг-менеджмента в системе планирования и прогнозирования. // Структурные преобразования экономики территорий: в поиске социального и экономического равновесия [Текст]: Сборник научных статей Международной научно-практической конференции (18-19 апреля 2018 года) / Юго-Зап. гос. ун-т., в 2-х томах, Том 2., Курск: ЗАО "Университетская книга", Курск, 2018. - 263 с. С. 218 - 220.
5. Усов В. В. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: учебник. – 12-е издание, стер. - М.: Издательский центр «Академия», 2014. – 432 с.
6. Шевцова И.Е., Сычева Э.В. Антикризисные стратегии российских компаний. / Экономическая безопасность: правовые, экономические, экологические аспекты: сбор-

ник научных трудов Международной научно-практической конференции (29 марта 2017 года), Юго-Зап. гос. ун-т., в 2-х томах, Том 2, Курск, 2017.- С.274-277.

7. Ресторанные технотренды 2019. [Электронный ресурс]: Уроки ведения бизнеса, 2019. URL: <https://joinposter.com/post/restaurant-tech-trends>.

8. Инновации в сфере услуг общественного питания. [Электронный ресурс]: Пищевая промышленность, 2018. URL: <https://nomnoms.info/innovatsii-v-sfere-uslug-obshchestvennogo-pitaniya>.

9. Суворова С.Д., Куликова О.М., Боровкова В.С. Социальные медиа как современный инструмент построения коммуникаций с потребителями. // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2019. № 1 (35). С. 274-279.

10. Тренды ресторанной индустрии 2018. Restoranoff. ru 2005-2019. [Электронный ресурс]: Информационная группа «ресторанные ведомости» URL: <http://restoranoff.ru/news/partners/trendy-restorannoy-industrii-2018>.

11. Малышкина Е. А. Тенденции развития рынка ресторанного бизнеса России в современных условиях. ISSN 1810-0201. [Электронный ресурс]: URL: Вестник ТГУ, выпуск 5 (73), 2009 <http://cyberleninka.ru/article/v/tendentsii-razvitiya-rynka-restorannogo-biznesa-rossii-v-sovremennyh-usloviyah>.

Atamuradov Anvar Reimbergenovich, student

Sycheva Evelina Vladimirovna, Cand.Econ.Sci., docent

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Saint-Petersburg, Russia

Annotation. This article discusses the organizational issues of modernization of the restaurant business. The authors consider the typology of modern restaurants and the introduction of a new system of automation of management and services. Also the analysis of problems and prospects of development of branch from the economic point of view is carried out.

Key words: restaurant business, the development trend of the digitalization of the restaurant operations.

УДК 338.2

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ НА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ: ПОСТАНОВКА И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ

Бабанова Мария Дмитриевна, студент

(e-mail: azzz1998@mail.ru)

Казарян Маник Татуловна, старший преподаватель

Кузбасский государственный технический университет имени

Т. Ф. Горбачева, г. Кемерово, Россия

(e-mail: manik_kazaryan@mail.ru)

В статье рассмотрена актуальность управленческого учета на сельскохозяйственных предприятиях. Представлены особенности функционирования предприятия, рассмотрены принципы управления в современных рыночных условиях. Разработаны этапы постановки управленческого учета в сельскохозяйственной организации.

Ключевые слова: управленческий учет, сельское хозяйство, сельскохозяйственное предприятие, бюджетирование.

Ведение управленческого учета на предприятиях сельского хозяйства объясняется острой необходимостью использования научных инструментов, позволяющих положительно влиять на финансовое положение предприятия в современных нестабильных политико-экономических условиях [2]. Помимо отраслевой специфики сельхозпредприятий, к особенностям которой относятся зависимость урожайности от природно-климатических условий, длительный производственный цикл, производственная сезонность и относительно низкая возможность накопления капитала по сравнению с другими отраслями. На развитие сельскохозяйственных организаций особое влияние оказывает нестабильная экономическая и политическая ситуация в стране. Сельхозпредприятия имеют важное экономическое и социальное назначение в национальном масштабе, поэтому для сохранения и повышения эффективности их деятельности необходимо использовать все возможные рычаги позитивного влияния. Целью работы является оценка необходимости применения инструментов управленческого учета на сельскохозяйственном предприятии для повышения эффективности его деятельности.

Умение накапливать и использовать качественную информацию внутреннего учета для принятия грамотных и обоснованных управленческих решений – необходимая составляющая системных навыков современного управленца [1].

Объектом исследования является управленческий учет в сельскохозяйственном предприятии Кемеровской области, предметом – совершенствование управленческого учета для целей повышения эффективности деятельности предприятия в современных условиях.

Исследуемая организация – крупнейший поставщик зеленых культур и свежих овощей собственного производства в Кемеровской области. Руководство организации взяло курс на использование в работе передовых технологий и лучших сортов овощей. Пристальное внимание уделяется изучению передового опыта, как предприятий России, так и зарубежных стран. Технологи производства постоянно работают над повышением урожайности и качества продукции. Организацией частично проведена реконструкция и монтаж системы электродосвечивания растений под технологию «светокультура», произведен монтаж систем рециркуляции, испарительного охлаждения и дождевания для поддержания влажности и воздуха в теплицах. В котельной произведена частичная замена котлов, смонтирована и запущена система подачи CO₂ в теплицы. Для экономии энергоресурсов объединили автоматическую систему управления теплиц и котельной. Вместо изначально запланированных огурцов, томатов и лука в настоящее время на предприятии возделывают и дают достойный урожай других сельскохозяйственных культур. Таким образом, следует отметить, что данная организация развивается, прислушиваясь к рынку, и применяет современные технологии в своей деятельности.

В современном мире усиливается роль бухгалтерского управленческого учета в сельском хозяйстве как средства контроля за эффективным и экономным использованием ресурсов и объективного определения финансовых результатов деятельности экономического субъекта [3]. Необходимость совершенствования управленческого учета обусловлена снижением продуктивности, удорожанием кормов и ресурсов, сокращением численности поголовья. В организациях сельскохозяйственного направления управленческий учет в большинстве случаев развит очень слабо или вовсе не ведется. Некоторые составляющие управленческого учета включены в традиционный бухгалтерский учет. Например, такие как учет затрат и калькулирование себестоимости продукции, оперативный учет (оперативная отчетность) и экономический анализ, который включает в себя анализ себестоимости продукции, обоснование принимаемых решений и оценку выполнения плановых заданий.

Успешное функционирование исследуемой организации в рыночных условиях базируется на поставленных стратегических целях и задачах, выполнение которых способствует своевременно полученная информация об определенных промежуточных результатах. Так, из-за динамичных рыночных условий одной из главных задач руководителей организации является умение правильно выбирать и сочетать методы и инструменты как оперативного, так и стратегического управления. И, как следствие, принятие обоснованных управленческих решений на основе данных управленческого учета [5].

Информация, которая представлена в управленческом учете раскрывает особенности функционирования предприятия, а также содержит в себе характеристику об экономических, технологических и технических возмож-

ностях производства, отражает сложившиеся отношения внутри экономического субъекта, дает информацию об используемых ресурсах и раскрывает финансовые возможности организации. Разработка и применение системы управленческого учета является одним из ключевых условий эффективного функционирования исследуемой организации.

Информация управленческого учета является коммерческой тайной организации. Подбор варианта ведения управленческого учета зависит от особенностей производственной и финансово-хозяйственной деятельности организации и ее возможностей.

Для управления организацией в нынешних рыночных условиях необходимо быстро реагировать на моментально поступающую информацию и принимать на ее основе эффективные управленческие решения. Когда нет данных об издержках на производство и реализации продукции, то отсутствие этой информации способно привести к неправильной установке цены на продукцию, также может привести к нежелательным убыткам.

При ведении управленческого учета решаются важные задачи: во-первых, формируется полная себестоимость продукции и на ее основе определяется прибыль экономического субъекта; во-вторых, данная система обеспечивает ведение рационального учета, а также способствует обеспечению контроля за уровнем затрат; в-третьих, формируется сокращенная себестоимость, на основе которой исчисляется маржинальный доход [4].

Для постановки управленческого учета в сельскохозяйственной организации нужно следовать следующим этапам:

- 1) необходимо определить цели управленческого учета и разработать документы и документооборот;
- 2) определить полномочия и уровень ответственности работников, которые формируют и используют информацию управленческого учета;
- 3) обеспечить взаимосвязь управленческого, финансового и налогового учета;
- 4) разработать систему бюджетирования, планирования и прогнозирования, учета расходов и доходов, анализа получаемой информации;
- 5) обеспечить контроль за выполнением принятых управленческих решений;
- 6) обучить персонал организации, который должен будет вести данный вид учета.

Соблюдая приведенные выше этапы, можно выстроить эффективную и успешно функционирующую систему управленческого учета сельскохозяйственного предприятия Кемеровской области, которая позволит руководству своевременно и обоснованно принимать решения, направленные на улучшение финансово-хозяйственной деятельности исследуемой организации.

Список литературы

- 1) Герасимова Л.Н. Управленческий учет: теория и практика. Учебник. – Ростов н/Д.: Феникс, 2011. – 508с

2) Кондраков Н.П. Бухгалтерский управленческий учет: учебное пособие / Н.П. Кондраков, М.А. Иванова. – М.: Инфра-М, 2014. – 352с.

3) Организация управленческого учета на предприятии в современных условиях [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/organizatsiya-upravlencheskogo-ucheta-na-predpriyatii-v-sovremennyh-usloviyah>

4) Совершенствование управленческого учета на предприятии [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://earchive.tpu.ru/bitstream/11683/24913/1/TPU142375.pdf>

5) Управленческий учет на предприятии [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://earchive.tpu.ru/bitstream/11683/24913/1/TPU142375.pdf>

Babanova Maria Dmitrievna, student

(e-mail: azzz1998@mail.ru)

Kazarian Manik Tatulovna, senior lecturer

Kuzbass state technical University

T. F. Gorbachev, Kemerovo, Russia

(e-mail: manik_kazaryan@mail.ru)

MANAGEMENT ACCOUNTING FOR AGRICULTURE ENTERPRISES: PRODUCTION AND IMPROVEMENT

The article considers the relevance of management accounting in agricultural enterprises. The features of the enterprise functioning are presented, the principles of management in modern market conditions are considered. The stages of management accounting in the agricultural organization are developed.

Key words: management accounting, agriculture, agricultural enterprise, budgeting.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ НАЛОГОВЫХ СИСТЕМ РФ И ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

Бароян Анна Араевна, студент

(e-mail susannabaroian@gmail.com)

Гололобова Мария Андреевна, студент

(e-mail masha.gololobova68@gmail.com)

Болычева Елена Александровна, к.э.н., доцент

Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Россия

(e-mail: boly4eva2012@yandex.ru)

В статье проведен сравнительный анализ особенностей налоговых систем России и таких зарубежных стран, как США, Япония и Швеция.

Ключевые слова: налоговая система, налогообложение, налог, налоговая ставка, зарубежные страны.

Действующая российская налоговая система далека от совершенства, но для её развития необходимо опираться на опыт построения налоговых систем зарубежных стран, в особенности тех, которые имеют стабильный экономический рост.

Налог – обязательный, безвозмездный платеж государству, взимаемый с юридических и физических лиц. Своевременная уплата налогов – важнейшая обязанность всех граждан. По экономическому содержанию можно выделить прямые и косвенные налоги. Прямые платятся налогоплательщиками непосредственно государству (например, налог на прибыль, подоходный налог, земельный налог, транспортный налог и другие), а косвенные взимаются через надбавку к цене (например, НДС, акцизы). Существует 4 метода налогообложения в мировой экономике: прогрессивный, регрессивный, пропорциональный, равный. Прогрессивная система налогообложения, построена на принципе увеличения налоговых ставок в зависимости от роста уровня облагаемого дохода налогоплательщика, регрессивная - система налогообложения, построенная на принципе понижения налоговых ставок в зависимости от роста уровня облагаемого дохода налогоплательщика, пропорциональная – система налогообложения, при которой налоги взимаются по единой ставке при любом уровне дохода, равная – система налогообложения, при которой суммы налоговых платежей одинаковы вне зависимости от дохода гражданина страны.

Налоговая система – совокупность налогов, методов и механизмов их исчисления. Цель налоговой системы - обеспечить поступление в бюджет финансовых ресурсов, которые необходимы для поддержания деятельности государства в области социальной защиты граждан, перераспределения доходов, регулирования экономики, обеспечения обороноспособности и правопорядка в стране.

Прежде чем непосредственно перейти к рассмотрению особенностей налоговых систем России и развитых зарубежных стран, необходимо учесть различие типов государственного устройства. Так, в странах-федерациях

налоговая система имеет 3 основных уровня – федеральный, региональный и местный, а в унитарных государствах налоговая система состоит лишь из 2 уровней – центрального и местного. Кроме того, экономические системы государств формировались в разных условиях, что наложило отпечаток на принципы построения налоговых систем.

Рассмотрим основные особенности налоговых систем Российской Федерации и Соединенных штатов Америки, как стран федеративного государственного устройства.

Налоговый Кодекс – главный нормативно-правовой акт системы налогообложения Российской Федерации. Основанные на нем федеральные законы о налогах и сборах регулируют налоги, относящиеся к федеральному уровню и являющиеся обязательными к уплате на всей территории РФ: налог на добавленную стоимость, акцизы, налог на доходы физических лиц, налог на прибыль организаций, налог на добычу полезных ископаемых, водный налог, сборы за пользование объектами животного мира и за пользование объектами водных биологических ресурсов, государственная пошлина. Региональные налоги устанавливаются Налоговым кодексом и региональным законодательством. К региональным налогам относятся: налог на имущество организаций, налог на игорный бизнес, транспортный налог. Местные налоги устанавливаются Налоговым кодексом и нормативно-правовыми актами представительных органов муниципальных образований. К местным налогам относятся: земельный налог, налог на имущество физических лиц, торговый сбор. Основная ставка по налогу на доходы физических лиц составляет 13 %, по НДС – 20 %, по налогу на прибыль организаций – 20 % (из которых 3 % идут в федеральный бюджет, а 17 % – в бюджет соответствующих субъектов).

В настоящее время одной из передовых налоговых систем мира является налоговая система Соединенных Штатов. Кодекс внутренних доходов 1986 года – основной нормативно-правовой акт налогообложения в данной стране. Контрольными и надзорными полномочиями в налоговой сфере наделена Служба внутренних доходов, которая в свою очередь подчиняется Министерству финансов США. В Соединённых Штатах Америки прогрессивная налоговая система. Большая доля федерального бюджета США состоит из сборов, взимаемых с экономически активных слоев населения. Кроме того, налоговая система США грамотно рассчитывает налоговую нагрузку для каждого отдельно взятого физического или юридического лица благодаря существованию различных льгот и скидок и четкому разделению всех налогов по 3 уровням: федеральный налог, налог штата и местный налог. Стоит обратить внимание, что подоходный налог взимается на всех 3-х уровнях, из-за чего налогоплательщик облагается им с «тройной» силой. Однако существуют и такие штаты (Техас, Луизиана, Теннесси, Вайоминг, Аляска и Северная Дакота) в которых нет налогов, относящихся к среднему уровню налогов – налогам штата. Так, в Соединенных Штатах подоходный налог равен от 10% до 39,6% (только на фе-

деральном уровне) и в среднем гражданин США облагается налогом в 25-30% (подоходный налог суммарно с 3-х уровней). НДС в США не установлен, но существует альтернативный косвенный налог – налог с продаж, который устанавливается лишь на региональном уровне до 11%. Налог на прибыль (доходы) корпораций имеет ставку от 15% до 35%. Налог на имущество варьируется от 1% до 2%.

В качестве примера налоговой системы унитарных государств рассмотрим такие страны, как Япония и Швеция.

Налоговая система Японии обладает рядом специфических особенностей, которые отличают ее от систем других стран. Япония – унитарное государство. Оно делится на 47 префектур и почти 2000 местных муниципалитетов. Из-за высокой степени автономности местные власти получают налоговые поступления в несколько раз больше, чем центральные власти. В Японии действует двухуровневая структура налогообложения. Все налоги можно разделить на государственные и местные. Уровень налоговых ставок составляет по налогу на доходы физических лиц от 10 % до 50 % в зависимости от доходов (максимальная ставка устанавливается для тех, чей годовой доход превышает 30 млн. иен), по НДС или налогу на потребление – 8 %, по налогу на прибыль организаций – свыше 23,2 % от суммы чистой прибыли, по налогу на имущество – 1,7 % от стоимости имеющихся в собственности объектов.

Налоговая система Швеции трудно понимаема не только для россиянина, но и для местного жителя в том числе. Шведы же являются самыми честными налогоплательщиками, они готовы платить еще больше налогов, если это потребует любимому ими государству. Национальное налоговое ведомство подчиняется Минфину, Правительству страны, но является независимым от Правительства ведомством. Хотя с момента вступления в ЕС налоговая система Швеции адаптируется под европейские стандарты, она все еще имеет ряд своих особенностей. Одной из них является существование налоговой службы, которая разделена на специализированные подразделения, отвечающие за конкретные сферы. Основным нормативно-правовым актом шведской системы налогообложения является Налоговый кодекс Швеции 1999 г. Налоговая система этой страны имеет прогрессивный характер. Швеция, как и Япония, имеет унитарную форму государственного устройства. Она делится на 290 муниципалитетов и 20 окружных советов (ландстингов). Налоги в Швеции можно разделить на центральные и местные, а также на обязательные, дополнительные и налоги на ведение трудовой деятельности и сбережения. Процентная ставка по НДФЛ в этом государстве занимает 2-е место в мире и достигает 57 %. Кроме того, установлено несколько ставок НДС от 0 % до 25 %. На территории Швеции при покупке недвижимости действует налог в 1,5 % от оценочной стоимости имущества. Также ежегодно уплачивается сбор 1,75 % с рыночной стоимости. Налог на прибыль имеет ставку от 30 % до 55 %.

Таким образом, можно заметить, что в большинстве развитых стран прогрессивная система налогообложения, в отличие от России. Кроме этого налоговые ставки во многих развитых странах постиндустриального общества соответственно намного выше, чем в РФ. С другой же стороны, российские нормативно-правовые акты, регламентирующие законы о налогах, достаточно упорядочены, что, несомненно, является плюсом.

Таким образом, несмотря на то, что России придется еще долго совершенствовать свою налоговую систему, ей следует не только придерживаться собственных принципов, но и перенимать передовой опыт развитых стран в вопросах налогообложения.

Список литературы

1. Бобычева Е.А. Особенности администрирования НДС в Курской области // Е.А.Бобычева // Актуальные проблемы развития социально-экономических систем: теория и практика: материалы международной научно-практической конференции. – Курск, 2018. – С. 5-9.
2. Кузнецов Л.Д. Правовая характеристика налоговой системы США // Вопросы российского и международного права. 2017. Том 7. № 9А. С. 222-231.
3. Минакова И.В. Государственное регулирование рыночных процессов в современной экономике. Коллективная монография. – Орел: АПЛИТ. – 2010. – 428 с.
4. Интернет ресурс: https://revolution.allbest.ru/finance/00994693_1.html
5. Интернет ресурс: <https://gmvp.ru/nalogovye-sistemy-zarubezhnyh-stran/>
6. Интернет ресурс: <http://ulas-vladimir.ru/3068/>

Baroian Anna Arayevna

susannabaroian@gmail.co

Gololobova Mariia Andreevna

masha.gololobova68@gmail.com

Southwest state university, Kursk, Russia

Bolycheva Elena Aleksandrovna, Cand.Econom.Sci., associate professor,

Southwest state university, Kursk, Russia

.COMPARATIVE ANALYSIS OF TAX SYSTEMS IN RUSSIAN FEDERATION AND FOREIGN COUNTRIES

Abstract: In the article there is a comparative analysis of tax Russia of systems with tax the systems of such foreign countries as the USA, Japan and Sweden is carried out. Some distinctions and similarities and also pluses and minuses of tax systems are revealed ...

Keywords: tax system, taxation, tax, tax rate.

УДК 339.13

АНАЛИЗ СПРОСА НА ПРОДУКЦИЮ МЯСОКОМБИНАТОВ

Белоусова Ксения Владимировна, студент

(e-mail: ksbel99@yandex.ru)

Лабазова Анастасия Васильевна, студент

(e-mail: n.labazova99@gmail.com)

Иванова Дарина Сергеевна, студент

(e-mail: darina1995_95@mail.ru)

Лебедева Маргарита Алексеевна, студент

(e-mail: lebedeva.ritale@yandex.ru)

Хапова Александра Владимировна, студент

(e-mail: hapovaav@std.mininuniver.ru)

Нижегородский государственный педагогический университет им.

К.Минина, г.Нижний Новгород, Россия

В статье представлены результаты маркетингового исследования, проведенного в мае 2019 года. Целью являлось выявление требований потребителей при выборе колбасных изделий.

Ключевые слова: маркетинговое исследование, опрос, колбасные изделия

На рынке Нижнего Новгорода осуществляют свою деятельность 33 мясокомбината. Ассортимент продукции различен, при этом все из них производят колбасные изделия. (рис. 1).

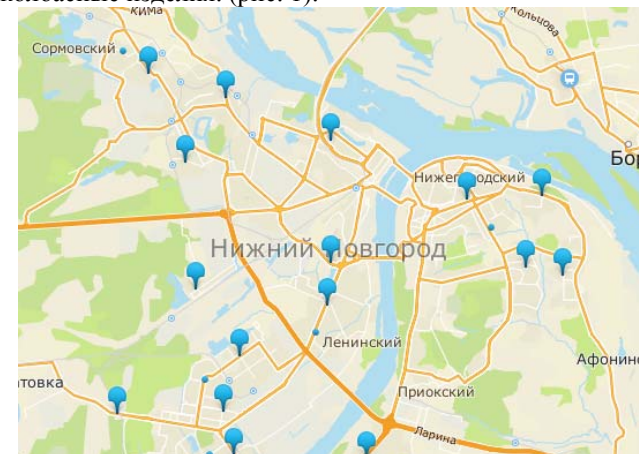


Рис. 1. Расположение мясокомбинатов в Нижнем Новгороде (по данным https://2gis.ru/n_novgorod на 20.05.19)

Цель опроса: изучить потребности людей в колбасных изделиях. Так же выяснить какие колбасные изделия будут пользоваться спросом [1, 2].

Методы исследования: опрос, проведенный в мае 2019 года на нижегородском рынке. выборка малая – 25 человек (40% женщины и 60% мужчины). Возраст составляет 40% от 35-55 лет, 60% 18-35 лет.

Результаты опроса показали следующие данные. 60% опрошенных покупают колбасные изделия часто, 40% не покупают для себя. Нужно указать, что 60% опрошенных не уверены, что могут полностью отказаться от употребления колбасных изделий, 20% могут полностью отказаться, 20% не могут полностью отказаться (рис. 2).

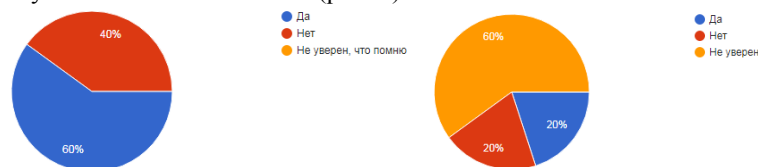


Рис. 2. Частота покупки колбасных изделий нижегородцами и анализ возможности отказа от данной продукции

При выборе мясной продукции опрошенные предпочитают: 20% отечественного производителя, 20% импортного производителя, 40% все зависит от вида продукта, 20% опрошенным это не важно. Критерии выбора колбасных изделий: 40% выбирают вкус, 20% интересует цена, 20% качество, 20% полезность.



Рис. 3. Предпочтения производителей и критерии выбора продукции мясокомбинатов

Опрошенные считают наиболее вкусным полукопченые изделия (отметили 40% респондентов), далее идут сосиски, сардельки и копченые изделия (по 20%). 100% опрошенных утверждают, что у них есть любимые торговые марки. Больше всего опрошенных (60%) покупают за одну покупку 0,5-1 кг колбасных изделий (рис. 4).



Рис. 4. Спрос по видам колбасных изделий и объем разовой покупки

Нужно отметить, что 40% опрошенных людей обычно не обращают внимание на торговую марку, 20% никогда не обращают внимание, 20% опрошенных обычно обращают внимание, 20% всегда обращают внимание на производителя.

Большинство опрошенных стараются покупать колбасные изделия в мясных магазинах и супермаркетах. 100% опрошенных покупают сами колбасные изделия. Большинство регулярно покупает вареную колбасу, что видно из рисунка 5.

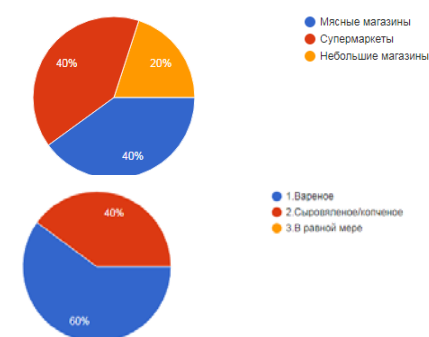


Рис. 5. Места покупки колбасных изделий и повседневный спрос

Таким образом, проведенное исследование показало, что существует регулярный спрос на продукцию мясокомбинатов, критериями выбора колбасных изделий являются вкус, цена, качество и полезность.

Список литературы

1. Булганина С.В. Маркетинговые исследования Практикум / Нижний Новгород, 2012.
2. Калугина Н.К., Булганина С.В. Тайный покупатель в маркетинге // В сборнике: Инновационные технологии управления сборник статей по материалам II Всероссийской научно-практической конференции. Нижегородский государственный педагогический университет им. К.Минина. 2015. С. 86-88.

Belousova Ksenia Vladimirovna, student

Labazova Anastasia Vasilievna, student

Ivanova Darina Sergeevna, student

Lebedeva Margarita Alekseevna, student

Khapova Alexandra Vladimirovna, student

Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University, Nizhny Novgorod, Russia

ANALYSIS OF THE DEMAND FOR PRODUCTION OF MEAT PLANT

Abstract. The article presents the results of a marketing study conducted in May 2019. The goal was to identify consumer requirements when choosing sausages.

Keywords: marketing research, survey, sausages

СТРАХОВОЙ РЫНОК В РОССИИ: АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И ЕГО СТРУКТУРА

Бирюкова Анна Николаевна, студент
(e-mail: ann.580690@yandex.ru)

Ситникова Эльвира Валерьевна, к.э.н., доцент
Юго-Западный государственный университет, г.Курск, Россия
(e-mail 0209elvira@mail.ru)

В данной статье рассмотрен страховой рынок в России, а также описано его состояние. Проведен анализ объемов страховых премий и выплат, количества заключенных договоров, охарактеризованы современные тенденции, происходящие на рынке в период 2014-2017 гг.

Ключевые слова: страховой рынок, страховые организации, страховые премии и выплаты, обязательное страхование автогражданской ответственности.

На протяжении последних лет традиционно лидирующие позиции в структуре совокупных страховых премий занимает Центральный федеральный округ. В 2014 году - 57,44%, в 2015 - 57,67%, в 2016 - 58,56%, в 2017 году - 59,24%. За 4 рассматриваемых года некоторые округа показали колоссальный рост, в том числе объем премий в Центральном ФО вырос почти на 200 миллиардов рублей, остальные же к концу 2017 года подошли со средним приростом в 20 миллиардов. Особое место можно отвести Северо-Кавказскому ФО, в котором не просто не увеличился объем премий, а снизился по сравнению с 2016 годом на 1,5 миллиарда рублей. В таблице 1 отражено распределение премий по федеральным округам.

Таблица 1 - Объем страховых премий в период 2014-2017 гг., тыс. руб.

Федеральный округ	2014	2015	2016	2017
Центральный	567 394 997	590 421 630	691 396 365	756 914 871
Дальневосточный	21 997 515	23 269 378	27 635 943	32 616 312
Приволжский	120 780 815	120 386 920	137 239 841	146 672 401
Северо-Западный	96 830 137	105 719 983	115 940 422	122 098 775
Северо-Кавказский	11 764 990	12 520 702	14 093 751	12 649 641
Сибирский	59 936 235	61 166 040	70 005 454	74 626 501
Уральский	64 146 194	63 357 122	68 407 254	75 794 444
Южный	44 745 857	46 401 466	55 912 558	56 174 704
Крымский до 2016	175 847	576 077	-	-
Всего	987 772 587	1 023 819 318	1 180 631 588	1 277 547 649

Если рассматривать статистику ЦБ РФ, то можно увидеть, что темпы роста премий превышают темпы роста выплат. В том же Центральном федеральном округе в 2014 году страховые организации в качестве страховых взносов получили более 567 миллиардов рублей, а выплатили страхователям на 300 миллиардов меньше (согласно таблице 3 - 257 миллиардов рублей). Однако если рассматривать конкретные виды страхования и организации, ими занимающиеся, то обратная тенденция (выплаты превышают

премии) наблюдаются у non-life организаций, то есть тех, которые не занимаются страхованием жизни [13, с. 34].

Таблица 2 - Объем страховых выплат за период 2014-2017 гг., тыс. руб.

Федеральный округ	2014	2015	2016	2017
Центральный	257 320 355	290 642 550	275 259 069	283 010 819
Дальневосточный	7 898 437	9 292 866	11 999 858	12 152 602
Приволжский	60 093 424	62 552 431	64 088 222	65 689 182
Северо-Западный	54 502 536	53 711 421	50 216 194	47 716 824
Северо-Кавказский	5 130 580	6 413 648	8 559 588	9 042 023
Сибирский	27 287 131	29 072 297	29 894 218	29 913 854
Уральский	37 117 682	33 496 787	32 530 947	32 859 990
Южный	22 912 553	23 952 323	33 242 014	29 153 763
Крымский до 2016	5 889	83 154	-	-
Всего	472 268 587	509 217 477	505 790 110	509 539 057

Анализируя таблицу 2 можно сказать, что достаточно стабильная ситуация наблюдается в Сибирском ФО, где на протяжении нескольких лет объем страховых выплат не растет. Незначительный рост показывают страховые компании в Северо-Кавказском, Приволжском, Дальневосточном ФО. Отрицательную динамику (что в контексте страховых выплат хорошо) в 2017 году показали организации из Северо-Западного, Уральского и Южного федеральных округов.

Таблица 3- Количество заключенных страховых договоров в период 2014-2017 гг., тыс. руб.

Федеральный округ	2014	2015	2016	2017
Центральный	68 751 813	64 839 340	89 524 835	111 660 506
Дальневосточный	4 293 652	4 233 147	4 466 599	5 227 838
Приволжский	23 196 641	20 702 674	21 351 900	22 715 071
Северо-Западный	13 592 991	12 221 434	13 705 895	15 359 068
Северо-Кавказский	3 224 888	3 006 442	2 831 699	2 480 375
Сибирский	15 633 229	13 975 205	14 603 654	14 143 787
Уральский	12 732 861	9 572 441	11 017 102	11 110 863
Южный	15 773 685	14 744 647	10 295 481	10 411 258
Крымский до 2016	84 337	166 848	-	-
Всего	157 284 097	143 462 178	167 797 165	193 108 766

В таблице 3 представлены данные о количестве заключенных страховых договоров. И если рассматривать показания за последние 2 года, то можно констатировать, что на протяжении этого периода наблюдается стагнация (исключение составляет Центральный ФО). Однако если смотреть в разрезе 4 лет (с 2014), то можно сделать вывод о некоем спаде. И хотя его нельзя назвать значительным и существенно меняющим положение на страховом рынке, такая тенденция к снижению интереса среди страхователей заставляет задуматься.

На протяжении рассматриваемого периода с 2014 по 2017 год наблюдается активное снижение игроков на страховом рынке. Так, в 2014 году было зарегистрировано 404 страховых и перестраховочных компаний (на 16 меньше, чем в 2013 году). А уже в 2015 году это количество уменьшилось ровно на 70 организаций, причем 12 из них входили в ТОП-100. 2016 год показал примерно те же результаты, с рынка ушло 73 компании, 13 из которых также входили в ТОП-100. Самыми крупными ушедшими организациями стали «МСК», «Независимость» и «Инвестиции и финансы» [10, с. 193].

Таким образом, к началу 2017 года на страховом рынке действовало 256 организаций. Из них к началу 2018 года на страховом рынке осталось 226 страховщиков (не включая брокеров), причем 21 компания отказалась от лицензии добровольно. В таблице 4 отражены данные, характеризующие численность страховщиков по состоянию на май 2018 года. Стоит отметить, что в период с января по конец апреля 2018 года лицензию смогли получить 26 организаций, из них 22 страховые компании и 4 брокера.

Таблица 4- Количество субъектов страхового дела в России в 2018 году

Федеральный округ	Количество действующих субъектов		
	Страховщики	Перестрахователи	Брокеры
Центральный	134	4	55
Дальневосточный	8	-	-
Приволжский	26	-	3
Северо-Западный	14	-	8
Северо-Кавказский	-	-	-
Сибирский	18	-	-
Уральский	17	-	-
Южный	5	-	1
Всего	293		

Основными причинами отзыва лицензии у субъектов страхования было невыполнение требований регулятора, в роли которого с сентября 2013 года выступает Банк России. При этом некоторые компании уходили с рынка путем присоединения (слияния) с более крупным страховщиком. Так, в частности, в 2016 году «МСК» была присоединена к «ВТБ Страхование», в 2017 году страховое общество «ЖАСО» стало частью «СОГАЗ». В принципе тенденция таких слияний-поглощений довольно очевидна, особенно на фоне объединения страховых активов группы «Ренессанс страхование» и «Благосостояние», а также переходе «Росгосстраха» под контроль ФК «Открытие».

Ситуация на рынке обостряется еще и тем, что мелкие страховщики в существующих условиях становятся неконкурентоспособными. Обусловлено это как раз слияниями и поглощениями, а также наращиванием ус-

тавного капитала и крупными объемами страховых премий. В 2017 году совокупный уставной капитал составил 206,6 миллиардов рублей, что ниже показателя 2016 года на 10 миллиардов. При этом средний размер уставного капитала вырос на 8,5% (с 842 до 914 миллионов рублей). Если впоследствии будет принято решение об установлении минимального порога капитала в 300 миллионов рублей, то большинству мелких страховщиков придется отказаться от своей деятельности.

Наиболее существенные изменения коснулись страхования жизни и ОСАГО: доля страхования жизни за год выросла в 1,5 раза, доля ОСАГО продолжает сокращаться. Доли добровольного личного страхования, ответственности, предпринимательских и финансовых рисков и прочих видов обязательного страхования (ОЛС, ОСОПО, ОСГОП) остались на прежнем уровне. В 2018 году существенных изменений структуры не ожидается.

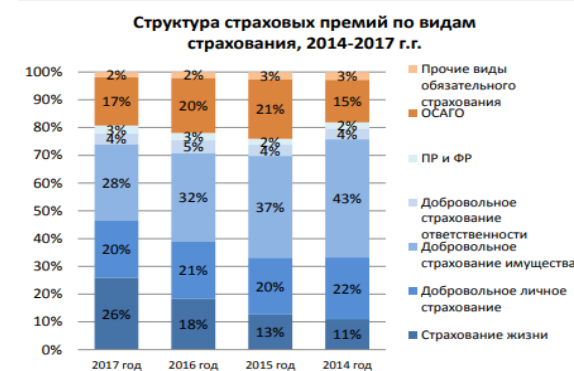


Рисунок 1. Структура страховых премий по видам страхования, 2014-2017 г.г.

Объем страховых премий по добровольным видам страхования за 2017 год составил 1,03 трлн рублей, по обязательным – 246,2 млрд рублей. Сегмент добровольного non-life страхования, оживившийся в прошлом году, показал отрицательную динамику: объем премий сократился за год на 5,8 млрд рублей. В отличие от прошлого года, сократились премии по страхованию имущества юридических лиц, страхованию сельскохозяйственных рисков, страхованию ответственности [6, с. 17-18.].

Также продолжилось падение премий по страхованию всех средств транспорта, кроме воздушного, и страхованию грузов. В структуре премий по добровольным видам на первом месте осталось страхование жизни (32%), а страхование средств наземного транспорта – на втором (15,8%). На ДМС приходится 13,6%, на страхование от несчастных случаев – 11,8%, на страхование имущества юридических лиц – 9,3%.

Список литературы

1. Колмыкова Т.С., Ситникова Э.В., Третьякова И.Н. Кредитные ресурсы в решении задач модернизации национальной экономики // Финансы и кредит. - 2015. - № 14 (638). - С. 2-11.
2. Ситникова Э.В., Третьякова И.Н. Кредитование и основные тенденции развития промышленного сектора экономики // Экономика в промышленности. - 2014. - № 1. - С. 34-36.
3. Колмыкова Т.С., Ситникова Э.В. Долгосрочное банковское кредитование в российской экономике: роль и тенденции развития // Экономика и предпринимательство. - 2015. - № 2 (55). - С. 49-54.
4. Kolmykova T.S., Chernih Z.V., Sitnikova E.V. Foreign investment: potential of growth and constraints // Asian Social Science. - 2014. - Т. 10. № 20. - С. 88-96
5. Tretyakova I., Sitnikova E. International financial processes influence on the retail lending market in Russia development // Економічний часопис-XXI. - 2016. - № 3-4-1 (157). - С. 100-102.
6. Быстрякова Ю.А., Ситникова Э.В. Финансовый рынок и его роль в стимулировании развития экономики // Международный научно-исследовательский журнал. - 2015. - № 4-2 (35). - С. 17-18.
7. Ситникова Э.В., Вертикова Е.В. Развитие финансового рынка: материалы 5-й Международной молодежной научной конференции «Будущее науки-2017». – Курск, 2017. – С.388-391

Biryukova Anna Nikolaevna, student
(e-mail: ann.580690@yandex.ru)

Elvira Sitnikova, Ph.D., Associate Professor
Southwestern State University, Kursk, Russia
(e-mail 0209elvira@mail.ru)

Insurance market in Russia: analysis of key indicators and its structure

Abstract. This article describes the insurance market in Russia and describes its condition. The analysis of the volume of insurance premiums and payments, the number of contracts concluded, describes the current trends in the market in the period 2014-2017.

Keywords: insurance market, insurance organizations, insurance premiums and payments, compulsory motor third party liability insurance.

АНАЛИЗ УРОВНЯ ЗАНЯТОСТИ И БЕЗРАБОТИЦЫ В РФ

Бирюкова Ольга Юрьевна, студент
(e-mail: olybiryukova@yandex.ru)

Болычева Елена Александровна, к.э.н.

Юго-Западный государственный университет, г.Курск, Россия
(e-mail: boly4eva2012@yandex.ru)

В статье рассмотрены вопросы безработицы и занятости, проанализированы основные статистические показатели, характеризующие состояние трудовых ресурсов РФ.

Ключевые слова: безработица, рынок труда, трудовые ресурсы, экономическое активное население, занятость.

XXI век в России известен значительными демографическими, политическими и социально-экономическими переменами. Переход государства к рыночной экономике сопровождался формированием рынка труда. В связи с этим, важнейшими показателями, характеризующими данный сегмент экономики, являются экономическая активность, занятость и безработица.

Безработица – это социально-экономическое явление, выражающее наличие в государстве людей, являющихся частью экономически активного населения, которые готовы и желают работать по найму, но не имеют возможности найти работу. Понятие "уровень безработицы" является одним из основных показателей безработицы. Уровень безработицы – это отношение количества безработных к общей численности экономически активного населения. Этот показатель позволяет ассоциировать уровень безработицы для различных групп населения, который чаще всего выражается в процентах.

Безработица является одной из самых сложных проблем современного общества. Изучая проблему безработицы, можно сказать, что, чем выше уровень безработицы, тем хуже экономическое положение в стране, а значит и ниже уровень жизни населения. Поскольку одной из ключевых задач государства считается обеспечение достойного уровня жизни населения, данная проблема становится одной из важнейших, с которой необходимо бороться, как государству, так и самому населению.

В соответствии с ФЗ РФ № 1032-1 "О занятости населения в Российской Федерации", занятость – это деятельность людей, связанная с удовлетворением личных и публичных потребностей, которая не противоречит действующему законодательству и приносит, как правило, трудовой доход.

В результате проведенного анализа по итогам 2018 года численность рабочей силы составила 76 млн. человек или 51,8 % общего населения РФ, из них 72,5 млн человек – занятые в экономике, 3,7 млн. человек – безработные (таблица 1). Численность рабочей силы в РФ по итогам I квартала 2019 г. составила 75,0 млн человек или 51 % от общего населения страны, в том числе, 71,4 млн человек были заняты в экономике и 3,6 млн человек

не имели работы, но активно ее искали (по методологии Международной организации труда они классифицируются как безработные).

Таблица 1 - Динамика численности рабочей силы в РФ

Период	Рабочая сила		В том числе				Уровень безработицы, %	Безработные, зарегистрированные в органах службы занятости населения	
	млн чел.	в % к ответств. периоду пред. года	занятые		безработные			млн чел.	в % к ответств. периоду пред. года
			млн чел.	в % к ответств. периоду пред. года	млн чел.	в % к ответств. периоду пред. года			
I кв.	75,9	100,0	72,1	100,5	3,8	91,3	5,1	0,8	86,3
II кв.	76,1	100,0	72,4	100,5	3,6	91,6	4,8	0,7	86,4
III кв.	76,6	99,8	73,1	100,3	3,5	91,5	4,6	0,7	87,7
IV кв.	76,2	99,7	72,6	99,9	3,7	94,3	4,8	0,7	89,6
Год	76,0	99,9	72,5	100,3	3,7	92,2	4,8	0,7	87,4
I кв.	75,0	98,8	71,4	99,1	3,6	94,0	4,8	0,8	99,5

Таблица 2 - Динамика уровня занятости населения в РФ

Период	Уровень занятости, %				
	всего	мужчины	женщины	город	село
2018 г.					
Январь	59,3	67,2	52,8	61,4	53,1
Февраль	59,3	67,0	53,0	61,5	52,9
Март	59,6	67,6	53,0	61,7	53,4
Апрель	59,6	67,7	52,9	61,6	53,8
Май	59,8	67,6	53,3	61,8	53,8
Июнь	59,8	68,0	53,0	61,5	54,8
Июль	59,9	68,3	53,0	61,9	54,1
Август	60,5	68,6	53,8	62,4	54,9
Сентябрь	60,3	68,5	53,6	62,2	54,7
Октябрь	59,8	67,8	53,1	61,7	54,1
Ноябрь	59,9	67,7	53,4	61,9	53,8
Декабрь	59,9	67,8	53,4	62,0	53,4
2019 г.					
Январь	58,8	66,7	52,3	61,1	52,0
Февраль	59,1	66,9	52,6	61,2	52,7
Март	59,1	67,0	52,5	61,2	52,5

Уровень занятости населения в возрасте 15 лет и старше по итогам 2018 года составил 59,9 %, а по состоянию на вторую неделю марта 2019 г - 59,1 % (таблица 2).

В феврале 2019 года 31,9 млн человек, или 44,6 % от общей численности занятого населения, являлись штатными (за исключением работников, за-

нятых неполный рабочий день) работниками организаций, не связанных с малым бизнесом. В условиях параллелизма и по договорам гражданского характера в этих организациях занято еще 1,3 миллиона человек (в эквиваленте полной занятости). Количество замещенных рабочих мест работниками списочного состава, совместителей и лиц, которые выполняли работы по гражданско-правовым договорам в организациях (без субъектов малого предпринимательства) в феврале 2018 года составило 33,2 млн. человек, что было больше, чем в феврале 2018 года, на 458 тыс. человек, или на 1,4 %.

Подводя итог, стоит отметить, что безработица и занятость – это одна из проблем современного общества, которая влечет за собой большие социальные и экономические проблемы. Конструктивные отношения между государством и обществом должны стать основой их решения.

Список литературы

1. Ашуркина, А.В. Проблема занятости и безработицы в РФ / А.В. Ашуркина // Новая наука: Опыт, традиции, инновации. 2017. № 1-1 (123). С. 17-19.
2. Безработица в России [электронный ресурс] //URL: <https://person-agency.ru/statistic.html>.
3. Вон, С. М. Безработица: ее причины и последствия / С.М. Вон // Молодой ученый. - 2016. - №17.1. - С. 71-77.
4. Горшенина, Е.В. Занятость и безработицы / Е.В. Горшенина // Экономические исследования. 2017. № 3. С. 5.
5. Даньшина, Д. Н. Проблемы безработицы в Российской Федерации / Д.Н. Даньшина // Молодой ученый. - 2016. - №6.6. - С. 64-66.
6. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru>.

Olga Biryukova, student

(e-mail: olybiryukova@yandex.ru)

Bolycheva Elena Alexandrovna, Ph.D.

Southwestern State University, Kursk, Russia

(e-mail: bolycheva2012@yandex.ru)

ANALYSIS OF THE LEVEL OF EMPLOYMENT AND UNEMPLOYMENT IN THE RUSSIAN FEDERATION

Abstract: The article discusses the issues of unemployment and employment, analyzes the main statistical indicators characterizing the state of the labor resources of the Russian Federation

Keywords: unemployment, labor market, labor resources, economically active population, employment.

ВЫВОД НОВОГО ТОВАРА НА РЫНОК : АКТУАЛЬНОСТЬ И ЗНАЧИМОСТЬ РАЗРАБОТКИ КОМПЛЕКСНОЙ ПРОГРАММЫ

Болотова Инна Сергеевна, старший преподаватель

*Белгородский университет кооперации, экономики и права, г. Белгород,
Россия (e-mail: innabltv@mail.ru)*

Кондаков Максим Викторович, студент

*Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г.Белгород, Россия*

В статье рассматривается сложный процесс, включающий в себя множество этапов, связанных с исследовательской деятельностью, разработкой элементов комплекса маркетинга и их применением на практике - выводение нового товара на рынок. Описан алгоритм разработки комплексной программы вывода нового товара на рынок, последовательно охарактеризованы основные этапы.

Ключевые слова: новый продукт, конкурентные преимущества нового продукта, маркетинговое планирование, комплексная программа вывода нового товара на рынок, технологии позиционирования товара.

За последние годы конъюнктура рынка сильно изменилась. После многолетнего динамического роста множество областей реальной экономики оказались сраженными мировым экономическим кризисом. Ситуация на современном на рынке характеризуется возрастающей силой конкурентной борьбы и ускорением изменения основных экономических факторов. В таких жестких условиях при разработке нового продукта важнейшим конкурентным преимуществом становится маркетинговое планирование, которое позволяет предприятию рационально распределить имеющиеся ограниченные ресурсы и минимизировать возможные риски.

Разработка комплексной программы вывода нового товара на рынок и стратегия его продвижения должны способствовать реализации главной цели – своевременному достижению плановых показателей деятельности предприятия.

Компания, как любой живой организм, должна быть обучающейся системой, которая постоянно изменяется и адаптируется, приспосабливаясь к изменяющейся внешней среде.

Несмотря на то, что вопросам разработки нового товара и стратегиям его продвижения на рынок посвящено значительное количество исследований, проблема разработки комплексной эффективной программы действий по выводу новой продукции на рынок продолжает оставаться актуальной [5,7,10].

Для того, чтобы снизить риски, мы предлагаем рассмотреть алгоритм разработки комплексной программы вывода нового товара на рынок. Успешная реализация проекта начинается с постановки целей предприятия на данном этапе. Далее проводится анализ рынка.

Для проведения работ по сбору первичной и вторичной рыночной информации компания может пользоваться услугами собственного персонала компании, может прибегать к услугам консалтингового агентства.

В качестве основных методов сбора информации выделяют следующие: конкурентная разведка, статистические базы данных, глубинные интервью экспертов, глубинные интервью клиентов, отраслевая специализированная пресса, интернет- ресурсы [1].

Важно обратить внимание, что итоги анализа рынка нового продукта должны показать емкость рынка и потенциал роста рынка, выявить степень конкуренции на рассматриваемом рынке, определить целевые сегменты (основные группы потребителей), показатели целесообразности выхода на рынок. Считаем необходимым отметить, что если компания является мелкой или средней по размеру организацией, то она должна выходить только на растущие рынки.

Важно на этапе анализа рынка определить основные регионы продаж и их потенциал.

Анализ товаров-конкурентов и товаров-заменителей позволит сопоставить характеристики рассматриваемых продуктов и их ценовую политику.

По итогам данного этапа работы - сбора информации - предприятие получит необходимые данные для принятия управленческих решений о реализации второго этапа –планирования и формирования программы вывода продукции на рынок [2].

Для определения конкурентных преимуществ нового продукта считаем целесообразным следующий порядок действий:

- 1) сформировать перечень конкурентных преимуществ нового товара с точки зрения разработчиков;.
- 2) составить перечень основных мотивов приобретения продукции целевой группой клиентов на основании опроса;
- 3) сопоставить два перечня и определить их совпадения (пары: мотив-преимущество);
- 4) из имеющихся парных совпадений выбирают те, которые не дублируют (отличаются) заявления конкурентов;
- 5) определить стратегию позиционирования и сформировать коммерческое предложение для использования в продвижении продукта на новый рынок. Стратегия позиционирования выбирается в зависимости от конкурентных преимуществ.

Считаем необходимым обозначить существующие технологии позиционирования товара:

1) Технология уникального торгового предложения (УТП). Предлагаемый товар/услуга имеет очевидно уникальное свойство, которым он заинтересует потребителя.

В качестве примера можно привести минераловатный утеплитель под торговой маркой IZOVOL, выбор технологии позиционирования, которого был сделан в пользу технологии «УТП». Наличие на производственном

комплексе технологии («know-how») получения качественно нового высокоэффективного базальтового минераловатного утеплителя IZOVOL, принципиально отличающейся от существующих в России; самое современное технологическое оборудование от европейских производителей; признанная в мировой практике технология производства высококачественных минераловатных утеплителей позволили «построить» позиционирование, основанное на «уникальной суперчистой технологии получения базальтового волокна под торговой маркой IZOVOL, не имеющей аналогов в России, что резко повышает физико-механические свойства минераловатных плит, улучшает структуру базальтового волокна» и позволяет «вывести» материал IZOVOL в категорию продукта «премиум» -класса. Потребителя России, стран ближнего и дальнего Зарубежья по достоинству оценили преимущества продукта IZOVOL и превосходство характеристик. Для компании IZOVOL стабильно высокое качество готовой продукции – вопрос первостепенной значимости, отличительная черта продукции и важнейшее стратегическое преимущество предприятия.

2) Технология «УТП, которого нет» (модификация УТП). Предлагаемое свойство товара/услуги объявляется уникальным, так как об этом объявлено впервые.

В качестве примера можно привести известный (посредством массовой рекламы) стиральный порошок, который «стирает безупречно чисто», но по факту ничем не отличается от других стиральных порошков.

Предложение продажи, рассчитанное на эмоциональное воздействие. Нефункциональная характеристика товара или услуги, вызывающая в сознании потребителя единственные в своем роде ассоциации.

3) Технология «Имидж». Товар представляется частью идеального мира потребителя.

В качестве примера продукта можно привести сигареты «Marlboro». После Великой депрессии в США потребители сигарет переключились на другие, более дешевые сорта, но курить меньше не стали. Компания Филип Моррис создает сигареты с образом свободного ковбоя, зная, что для мужчин важна свобода.

В технологии «Имидж» используется многократно повторяемое утверждение, выдаваемое как доказательство.

4) Технология «Бренд». Товар/услуга представляется наиболее полно удовлетворяющим потребность, так как произведен известной фирмой [3].

Отличительными особенностями для выбора позиционирования нового товара являются:

1) Значительность. Данная отличительная особенность предоставляет целевым потребителям такое преимущество, которое они могут оценить, как значительное.

2) Характерность. Конкуренты не предлагают данной отличительной особенности или же компания может обеспечить ее предложение более специфическим способом.

3) Превосходство. Данная отличительная особенность превосходит все другие способы с помощью которых потребители могут получить аналогичные преимущества.

4) Наглядность. Смысл данной отличительной особенности может быть легко доведен до потребителей и является для них очевидным.

5) Защищенность от копирования. Конкуренты не смогут легко скопировать эту отличительную особенность.

6) Доступность. Покупатели должны быть в состоянии позволить себе заплатить за эту отличительную особенность.

7) Прибыльность. Внедрение данной отличительной особенности будет для компании прибыльным [12].

Следует отметить, что спрос на тот или иной вид продукта во многом определяется торговой политикой, позиционированием продукции, уровнем проводимых PR-компаний.

Выбранная стратегия позиционирования и конкурентные преимущества нового продукта при проведении обучения менеджеров по продажам будут декларироваться как основной аргумент в переговорах с заказчиками.

Следующий этап – разработка ценовой политики и системы скидок.

Для получения наибольшей рентабельной для компании и приемлемой для потребителя эффективной цены необходимо, на наш взгляд, применить указанные ниже методы расчета цены на новый продукт не отдельно, а в комплексе, в сочетании и наложении один на другой:

1) затратные методы ценообразования: метод ценообразования «издержки плюс» - предполагает расчет цены путем прибавления к цене производства и цене закупки и хранения материалов и сырья определенной добавочной величины – прибыли;

2) определение цены с ориентацией на спрос;

3) определение цены с ориентацией на конкуренцию: цена на продаваемый товар определяется через анализ и сравнение силы дифференциации нового товара

4) с предприятиями – конкурентами на конкретном рынке, а также через соответствующий анализ и сравнение сложившихся на рынке цен. Другими словами, указанный метод состоит в определении цены с учетом конкурентной ситуации и конкурентного положения предприятия на рынке;

5) маркетинговые методы ценообразования, учитывающие при определении уровня цен прежде всего требования самих потребителей.

По итогам проведенного анализа принимается решение о ценообразовании и применении политики скидок.

В условиях современного рынка, для которого характерно ужесточение конкуренции, любое предприятие рано или поздно сталкивается с проблемой выбора наиболее эффективных каналов сбыта продукции и их оптимизации, поскольку от успешной реализации продукции зависит стабильная деятельность компании и результат проекта. Именно поэтому выбор сбытовой сети можно отнести к области стратегических решений. По ито-

гам проведенного анализа представленных проектов это характерно более, чем для 63% успешных проектов.

Выбор сбытовой политики компании и, в конечном итоге, конкретного канала сбыта определяется, в первую очередь, ограничениями, накладываемыми целевым рынком, факторами поведения покупателей, особенностями товара и компании.

В настоящий момент на рынке сложились устойчивые модели продвижения материалов на потребительский рынок.

Проведем сравнение двух основных способов организации сбыта:

1) реализация продукции напрямую конечному потребителю через собственную сбытовую сеть;

2) реализация продукции через посредников.

В качестве достоинств первого варианта можно выделить большую рентабельность и возможность полного контроля за сетью сбыта.

К отрицательным моментам следует отнести:

- необходимость содержать собственную разветвленную сеть связана с дополнительными расходами;

- необходимость содержать собственные региональные склады связана с дополнительными расходами;

- работа с конечным покупателем не даст возможности сформировать гарантированный бюджет, т.к. работа ведется в основном под конкретный проект. заполнение складов происходит за собственный счет;

- необходимость раскручивать торговую марку самостоятельно через дистрибьюторскую сеть.

К положительным сторонам второго варианта нами отнесены:

- возможность обременять дистрибьюторов специальными условиями, например, обязательным ежемесячным оборотом, минимальным содержанием материалов собственной торговой марки на складе и т.п. это делает возможным формирование гарантированного ежемесячного бюджета;

- возможность зарабатывать больше при делении дистрибьюторов на категории (например, по ежемесячному обороту) – предоставляя максимальную скидку только самым успешным продавцам;

- возможность раскрутить торговую марку силами дистрибьюторов;

- возможность не обременять себя большой торговой базой клиентов, некоторые из которых приобретут материал всего один раз – возможность не увеличивать чрезмерно свой офисный штат. работая на договорных отношениях с дистрибьютором, можно получить максимальную юридическую защиту, поручив разработку договора собственному юридическому отделу;

- охват проектов силами дистрибьютора шире, чем собственной торговой сетью. фонд заработной платы дистрибьютора формируют продажи – это главный стимул. собственному ТД зарплату приходится платить из «собственного кармана», даже если нет продаж.

Отрицательные стороны данного варианта проявляются в:

- с дистрибьютором приходится работать на заранее оговоренных условиях, даже если в сезон предприятие видит возможность заработать больше, изменив правила игры. только стабильность поставщика позволит существовать дистрибьюторской сети;

- в некоторых регионах предприятие становится полностью зависимым от сильного дистрибьютора. его возможный переход на другую марку сразу «отбросит» бизнес поставщика назад;

- производителю все равно придется тратить деньги на поддержание торговой марки и содержать торговых представителей в регионах, которые будут мониторить рынок. иначе производитель перестанет чувствовать пульс рынка и будет вынужден слушать дистрибьютора. а дистрибьютор всегда готов предоставить негативную «картинку», чтобы оправдать возможное невыполнение плана продаж или попытаться получить дополнительные условия.

Далее осуществляется формирование плана продаж нового товара на периоды (год, квартал, месяц). Для данной цели возможно применение методов прогнозирования, среди которых аналоговые модели, когда в качестве прогноза рассматриваются благоприятные показатели рыночной ситуации по аналогичной продукции, уже имеющей динамику продаж на рынке.

Экспертные методы прогнозирования применяются, когда отсутствует сбытовая статистика по данному продукту; предприятие собирается выпустить на рынок новый товар; существует большая группа факторов, оказывающих влияние на реализацию планов, но при подготовке решений не поддающихся количественной оценке [4].

С учетом итогов проведенной работы анализируются несколько альтернативных вариантов сбытового канала, сравнивают стоимость различных вариантов организации сбыта и показатели оценки их экономической целесообразности.

В рамках формирования программы продвижения нового продукта на рынок планирование рекламных и маркетинговых мероприятий, планирование рекламного бюджета наиболее логично осуществлять, применяя метод расчета рекламного бюджета на основе целей и задач, поскольку предприятие устанавливает размер бюджета на основании того, чего оно хочет добиться с помощью продвижения. Этот метод включает: выработку конкретных целей продвижения нового продукта; определение задач, которые следует выполнить для достижения этих целей; оценку затрат на выполнение этих задач. Сумма этих затрат и составит бюджет продвижения. Данный метод расчета заставляет сформулировать соображения относительно взаимосвязи между денежными затратами и результатом продвижения [11].

По итогам проведенного анализа исследуемых инновационных проектов их всех представленных вариантов инструментами для продвижения нового товара: личные продажи (презентации нового продукта в действии);

прямой маркетинг (почтовая и электронная рассылка каталогов и предложений); интернет (продвижение, баннерная, контекстная реклама, блоги, вирусные ролики в сети, рекомендации ведущих экспертов) – сегодня это важнейшее средство коммуникации; мнение экспертов на профессиональных форумах; стимулирование сбыта – акции по стимулированию сбыта и спроса направлены как на непосредственно конечного покупателя, так и на торгующую сеть. Мероприятия по стимулированию сбыта позволяют выявить потребности существующих и потенциальных заказчиков, информировать потребителя о продукте, формировать лояльность к товару целевой аудитории, увеличить объем продаж продукта; выставки и специальные мероприятия – представление продукции в рамках специализированных международных и межрегиональных выставок – это неотъемлемая составляющая эффективной маркетинговой деятельности предприятия [8,9]. В настоящий момент времени, в условиях кризиса, участие в выставках – это самая надежная инвестиция, поскольку в обмен на деньги, потраченные на выставочную площадь и строительство стенда, компания получает самое ценное – укрепление доверия к компании, приобретение новых партнеров и заказчиков, заключение новых контрактов, сохранение своих позиций на рынке и укрепление их; PR (информационные статьи, пресс-конференции, пресс-релизы); Web-сайт компании, электронная коммерция; ТВ и радиореклама; наружная реклама – мощный информационный инструмент маркетинга. Следует отметить, что размещая сеть рекламных щитов в правильно выбранном месте, предприятие получает уверенность в том, что охватывает значительный объем целевой аудитории, в разы повышает эффективность наружной рекламы. Дизайн наружной рекламы представляет собой четкую цель – привлечь внимание потенциальных заказчиков продукта (компании) и побудить их к покупке нового товара, стимулированию повторных продаж, формирование и /или укрепление имиджа компании. Размещение наружной рекламы - действительно эффективный способ привлечения новых клиентов, а также повышения узнаваемости торговой марки, укрепление позиций бренда, стимулирования сбыта; печатная реклама (каталоги, листовки); семинары по применению продукта - специализированные программы проведения семинаров- необходимое условие эффективной работы и успешного продвижения продукции компании на рынке. Семинары и презентации по представлению и применению продукции компании ставят своей целью передачу необходимых знаний о преимуществах изготавливаемых продуктов. Правильный подход к заказчику и предоставление самой полной информации- важные составляющие эффективного продвижения продукции на рынке, обеспечение эффективных продаж нового продукта.

Очевидно, что прежде чем потребители получают возможность приобрести новый продукт, они должны узнать о его существовании.

Достижение целей по увеличению объемов продаж, доли рынка, получению заданного уровня прибыли возможно при интегрированном воздей-

ствии с применением необходимых мероприятий различных форматов продвижения.

Таким образом, любой новый продукт выводится на рынок посредством всех представленных выше этапов разработки программы. Различие будет определяться используемыми методами продвижения в зависимости от типа продукта и специфики рынка. А разработка и реализация комплексной программы продвижения (вывода) нового продукта позволит скоординировать деятельность подразделений и оптимизировать затраты на выполнение поставленных целей в рамках реализуемого проекта предприятия.

Список литературы

1. Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент: Учебное пособие. 4-е изд. / Л. А. Дробышева. – М.: Дашков и К, 2016. – 152 с.
2. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования: Учебник для бакалавров / А. В. Коротков. – М.: Юрайт, 2012. – 591 с.
3. Котлер, Ф. Брэнд-менеджмент в B2B-сфере / Ф. Котлер, В. Пфферч. – М.: Вершина, 2007. – 432 с.
4. Морозов, Ю. В. Основы маркетинга: Учебное пособие, 8-е изд. / Ю. В. Морозов. – М.: Дашков и К, 2016. – 148 с.
5. Роздольская, И. В. Маркетинговые технологии и интенции продвижения продукции организации [Текст] / И. В. Роздольская, Ю. А. Мозговая, И. С. Болотова, Л. А. Исаенко // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2015. – № 1 (53). – С. 33-44.
6. Роздольская, И. В. Использование инновационных маркетинговых технологий продвижения товаров и услуг некоммерческих субъектов рынка [Текст] / И. В. Роздольская, Ю. А. Мозговая, М. Е. Ледовская // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 2 (55). – С. 787-792.
7. Роздольская, И. В. Маркетинг инноваций как основополагающее направление обеспечения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов в условиях инновационно ориентированной экономики [Текст] / И. В. Роздольская, К. В. Лихонин // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. – 2010. – № 4 (36). – С. 5-12.
8. Роздольская, И. В. Разработка и реализация инновационных маркетинговых решений как фактор повышения эффективности процессов коммерциализации инноваций в организации [Текст] / И. В. Роздольская, К. В. Лихонин // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2014. – № 2 (50). – С. 98-105.
9. Роздольская, И. В. Особенности маркетингового сопровождения инновационных продуктов в целях инициирования перманентных изменений потребностей потребителей [Текст] / И. В. Роздольская, М. Е. Ледовская, Л. А. Коровякова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2014. – № 3 (51). – С. 121-135.
10. Савчук, Г. А. Управление маркетингом на предприятии, учебное пособие, Г. А. Савчук, Ю. В. Мокерова – М, 2014 – 220 с.
11. Траут, Дж. Новое позиционирование: Пер. с англ. [Текст] / Дж. Траут. – СПб: Питер, 2001. – 192 с.

Bolotova Inna Sergeevna, senior lecturer

Belgorod University of cooperation, Economics and law, Belgorod, Russia
(e-mail: innablvt@mail.ru)

Kondakov Maxim Viktorovich, student

Belgorod state technological University. V. G. Shukhov, Belgorod, Russia

LAUNCHING A NEW PRODUCT ON THE MARKET : THE RELEVANCE AND IMPORTANCE OF DEVELOPING A COMPREHENSIVE PROGRAM

Annotation. The article discusses a complex process that includes many stages associated with research activities, development of elements of the marketing mix and their application in practice - the introduction of a new product to the market. The algorithm of development of the complex program of a conclusion of new goods on the market is described, the main stages are consistently characterized.

Keywords: new product, competitive advantages of a new product, marketing planning, a comprehensive program of bringing a new product to the market, product positioning technology.

МУЗЫКА КАК ЭЛЕМЕНТ СЕНСОРНОГО МАКЕТИНГА С ЦЕЛЬЮ УВЕЛИЧЕНИЯ ОБЪЕМА ПРОДАЖ

Бондарев Артем Георгиевич, магистрант
(e-mail: art.mrwhite@gmail.com)

Болдырева Татьяна Владимировна, к.э.н., доцент
(e-mail: belka-econot@yandex.ru)

Саратовский социально-экономический институт (филиал)
РЭУ им. Г.В. Плеханова

Ключевой задачей организации продаж является создание условий, при которых, произойдет увеличение времени пребывания потребителей, а также их длительный контакт с товарами. Одним из эффективных инструментов сенсорного маркетинга можно считать музыку. Музыкальное оформление магазина поможет сформировать условия, благоприятные для потребителей. От возникающего у них впечатления будет зависеть, насколько они задержатся и сколько денег потратят.

Ключевые слова: сенсорный маркетинг, продажи, музыкальный маркетинг, музыкальное оформление, фоновая музыка, настроение

Маркетологи уверены, что сенсорный маркетинг способствует выработке у покупателя условного рефлекса – ясную ассоциацию мелодии, звуков, запахов, цветов с определенными брендами. Основой задачей сенсорного маркетинга является улучшить настроение покупателя, т.к. большинство потребителей ждут от шоппинга приятных эмоций. Музыкальное оформление является одним из результативных инструментов сенсорного маркетинга[3,13].

Уже несколько тысяч лет известно, что музыка может очень сильно влиять на состояние человека. Стоит так же отметить, что при помощи музыки можно оказать влияние на желание людей совершать покупки. Первые исследования по изучению влияния музыки на поведение покупателей были проведены в начале 1950-х годов. Исследователи хотели понять, какой тип музыки будет больше способствовать покупкам. В итоге выяснилось, что расслабляющая и спокойная музыка может заставить покупателей задержаться у прилавка намного дольше, ознакомливаясь с характеристиками

продукта, при этом критическое мышление у покупателей становилось наименее выраженным. Мелодии в быстром темпе, наоборот показали противоположное воздействие т.к. потребители начали совершать покупки и выходить из магазина намного быстрее[2]. Такой эффект допустимо применять, например в час пик. Занятно, что во многих сетях ресторанов быстрого питания существуют специальные менеджеры, которые анализируют трафик посетителей[8], а также их поведение, и меняют музыку в зале на более быструю или медленную исходя из количества посетителей.

Музыкальный маркетинг является мощным инструментом, который воздействует на эмоции покупателя. Стоит отметить, что в западных странах весьма сильно развита отрасль, в которую входят специализированные компании, занимающиеся музыкальным оформлением торговых помещений[1,9]. Одна из популярных «Playnetwork, Inc.» Компания предлагает креативную стратегию по звуковому сопровождению в магазинах, а также предоставляет аудиовизуальные системы, которые включают в себя широкоформатные и многоэкранные видеостены, аудиосистемы, системы управления контентом, и индивидуальную фирменную музыку.

В настоящее время большое количество потребителей отдают предпочтение покупкам в крупных супермаркетах[4]. При этом лишь 35% покупок в розничной торговле – запланированные покупки, в то время как остальные 65% являются непроизвольными, когда решение о приобретении товаров будет приниматься исключительно в самом магазине. Музыкальное сопровождение в значительной мере может внести фундаментальный вклад в создание атмосферы магазина в целях управления поведением потребителя.

Исследователями доказано, что с помощью музыки можно выявлять сегменты и разрабатывать подходящие ситуации настроения[6]. Согласно результатам исследований Дж. Энджела, спокойная музыка, по сравнению с быстрой, в несколько раз увеличивает время, которое проводит покупатель в магазине, и на 20% возрастает чек клиента. Если музыкальное сопровождение совпадает с демографическими характеристиками клиентов, то они пребывают на 20% больше времени и на 18% тратят больше денег, чем обычно. Вдобавок, к главным достоинствам музыкального сопровождения можно отнести привлечение, а также направление внимания клиентов. На первый взгляд музыка не должна отвлекать внимание потребителей, но в тоже время им должно приятно ее слушать. В соответствии с Дж. Энджелом, тихая мелодия может привести к более непритворному общению клиентов с работниками магазина, а сопровождение классическими композициями, к примеру, придают магазину имидж модного и дорогого.

Выигрышным вариантом может стать проигрывание блюзовых либо джазовых композиций, поскольку они формируют правильную атмосферу (в зависимости от конкретной мелодии) и играют фоном, стимулируя на успешный шоппинг. Исследования маркетологов показывают, что спокойная, инструментальная композиция (в темпе около 60-70 ударов в минуту)

может способствовать тому, что покупатель будет проводить в среднем на 18 % больше и тратить примерно на 37% средств больше, в отличие от того, когда играет более энергичная композиция (в темпе около 107 ударов в минуту). Поэтому, чаще всего спокойные музыкальные композиции можно услышать в магазинах среднего и высшего класса, где небольшое количество клиентов, но при этом практически все могут позволить себе произвольную покупку[10].

Музыка с неровным ритмом, беспокойная, наоборот, заставляет людей чувствовать волнение. Появляются мысли о незаконченной работе, нехватке средств, и желание что-нибудь купить может вмиг отпасть.

На данный момент, популярным стилем музыки является Chillout, которого характерен успокаивающий ритм и удары среднего темпа. Слово «chill», взятое из уличного языка, означает «расслабиться». Этот жанр появился в начале и середине 90-х годов в ночных клубах, где играет мягкая музыка, чтобы дать любителям вечеринок время расслабиться от более энергичных и быстрых мелодий, которые обычно играют диск-жокеи.

Музыкальный фон значительно сказывается на принятии решений о приобретении товара. Это все происходит неосознанно, даже если клиент не обращает внимания на музыкальное сопровождение[12]. В ходе эксперимента исследователи включали музыку в винном магазине. Посетителям включали классическую музыку и современные хиты. Было установлено, что во время проигрывания классической музыки потребители тратили значительно больше денег, приобретая дорогую продукцию. Помимо этого, ни кто из них не смог вспомнить какую музыку услышал (музыку из хит-парадов или классическую). Также, исследователями был установлен еще один важный фактор влияния национальной принадлежности музыкальных композиций на выбор вин, а именно, из какой страны музыка, той страны вина и продавались больше. В дни итальянской музыки, итальянских вин продавалось несколько раз больше чем испанских. В те дни, когда звучала испанская музыка соотношение сводилось к обратному. Из данного эксперимента можно выделить вывод, о том что, выбор музыкальных композиций должны обуславливать товары или услуги, которые нужно продать. Данный вывод, можно применить в разных сферах. К примеру, новогодняя музыка в супермаркетах, может настроить покупателей на праздничный лад и побудить приобрести товары.

Установлено влияние музыки, передаваемой в телефонную трубку для тех, кто ожидает ответа, на время ожидания[7]: терпение клиентов эффективнее поддерживает музыка в стиле джаз.

В других исследованиях было установлено, что фоновая музыка может влиять на различные виды поведения человека. Было выявлено, что дети, которые имели эмоциональные и поведенческие проблемы, наиболее успешно изучали арифметику, когда во время обучения играла спокойная фоновая музыка. Помимо этого, исследователями было установлено изменение отношения клиентов к их банку, когда там играла фоновая музыка.

Использование классической музыки вызвало увеличение количества клиентов, которые воспринимали банк как «многообещающий» на 220 %.

Фоновая музыка обладает весьма сильным влиянием, а именно она может влиять на то, какие товары приобретут покупатели и, какую сумму они готовы заплатить за них.

Интересным примером успешного использования фонового музыкального сопровождения точки продаж является один из самых крупных магазинов игрушек FAO Schwarz, который находится в Америке. Магазин имеет три этажа, на каждом из которых представлены разные отделы игрушек со своим уникальным музыкальным сопровождением. Так в отделе Barbie можно услышать музыку в стиле дэнс, поп, которая создает ощущение счастья и веселья, в то время как в отделе про супергероев Marvel играет увлекательная и драматическая музыка.

Креативное оформление звуков может способствовать запоминаемости магазина. Так во многих торговых центрах, вместо обычно музыки можно услышать звуки пения птиц, шум морской волны и т.д.

Так же нужно помнить о технических характеристиках. Необходимо избавляться от нежелательных звуков – шум работы вентиляторов, гудение в трубах[5].

Установлено, что в рекламе детского питания около 70% матерей отдают предпочтение спокойной и тихой музыке. В общей сложности, матери испытывают тяготение к рекламе, которая сопровождается спокойной музыкой и использованием постельных тонов. Примером может служить реклама детского питания Gerber Nestle.

Стоит отметить, что при музыке, которая имеет высокий темп, покупатели начинают двигаться быстрее, в то время как медленная музыка успокаивает клиентов, и они задерживаются у витрин намного дольше. Обладая данной информацией, управляющие могут включить музыкальное сопровождение нужного темпа в определенное время или на выбранных участках магазина.

Также, выбирая музыку необходимо ссылаться на возраст клиентов и целевую аудиторию. Если мы рассматриваем магазин молодежных товаров, то музыка должна быть динамичной, модной среди молодежи. Если магазин предназначен для пожилых клиентов, то музыка должна быть близка к той, которая звучала в их молодости – спокойной, мелодичной. В больших магазинах, а также торговых центрах, осуществляется мониторинг всех посетителей, объектом исследования становится преобладающая часть посетителей в разное время дни и, исходя из этого, подбирается музыкальное сопровождение[11].

Говоря об эталонном звучании, музыка для продаж должна обладать смешанным и непредельным стилем. Помимо этого, она должна быть мелодичной и ненавязчивой и желательна в инструментальном исполнении т.е. без слов. Крупные компании пользуются услугами специалистов по мониторингу покупателей и составлению музыкального сета. Не имея

больших средств, вы можете осуществить собственный мониторинг. Для этого нужно произвести подбор музыкальных композиций по всем, выше-указанным примерам и делать пометки о том, при каком звучании и в какое время увеличиваются продажи.

Воздействие музыки на продажи нельзя переоценить: большинство людей понимают, что очень часто покупки происходят под воздействием эмоций и импульсов. Поэтому музыка и является тем эмоциональным толчком, заставляющим принимать решения в пользу покупки товара: покупателю так приятно находится в магазине, который заполнен чудесными звуками, что он просто обязан забрать с собой его частичку. И чем сильнее будет ощущение радости и праздника в атмосфере магазина, тем охотнее покупатели будут расставаться со своими сбережениями и приобретать товары.

Список литературы

1. Андрущенко Е.Ю. Менеджер в сфере академической музыкальной культуры и современные event - технологии. СПб: Лань, 2017. 84 с.
2. Аракелова И.В., Кублин И.М. Как «приручить» клиента//Маркетинг в России и за рубежом.2018.№1.С.15-23.
3. Болдырева Т.В. DIGITAL MARKETING как инструмент конкурентного преимущества компании будущего//Наука и общество.2018. №2(31).С.4-9.
4. Бурмистрова И.К., Кублин И.М., Сулян Г.С., Тинякова В.И. Проблемные аспекты моделирования риска при внедрении инноваций//Учет и статистика.2018.№2(50).С.54-63.
5. Бурмистрова И.К., Кублин И.М. Проблемы ориентации инновационного развития предприятий в нестабильных экономических условиях//Актуальные проблемы экономики и менеджмента.2015. №2(06).С.11-17.
6. Верещагина Л.С., Ольхова Л.А., Кузнецова Е.А. Исследование социально-психологического климата в подразделениях образовательной организации //Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2018.№3(72).С.181-184.
7. Ветров А.С., Ивер Н.Н., Мангушева Е.В., Суханова Ю.А. Качество и инновации сервисного обслуживания//Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2017.№4(68).С.26-31.
8. Калашников А.Н., Пянзина Ю.Ю., Кублин И.М., Фомин Р.В. Использование программных решений бизнес-аналитики как инструмент повышения конкурентоспособности компаний и регионов//Экономика устойчивого развития.2019.№1(37).С.289-292.
9. Мартынович В.И., Миронов М.Г., Плеханов С.В. Применение современных методов маркетинга при импортозамещении// Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2018.№3(72).С.67-72.
10. Матвеева В.В., Яковлев Л.С. Конструирование национальной самоидентичности: социокультурные контексты// Актуальные проблемы экономики и менеджмента.2016.№2(10).С.87-92.
11. Найденков В.И. Виртуальный бизнес-инкубатор как инструмент взаимодействия бизнеса и образования//Наука и общество.2017.№2(28). С.37-40.
12. Юрманова Е.А. Институционализация сферы производства общественных благ//Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики.2012.№4.С.49-53.

13. North A.C., Sheridan L.P., Areni C.S. Music Congruity Effects on Product Memory, Perception, and Choice // Journal of Retailing. 2016. Vol. 92, iss. 1. – P. 83–95.

Bondaryev Artem Georgievich, postgraduate

Boldyreva Tatyana Vladimirovna, Ph. D., associate Professor

MUSIC AS AN ELEMENT OF SENSORY MARKETING TO INCREASE SALES

Abstract. The key task of the sales organization is to create conditions under which there will be an increase in the residence time of consumers, as well as their long-term contact with the goods. Music can be considered as one of the effective tools of touch marketing. Music design of the store will help to create conditions favorable for consumers. The impression they get will depend on how long they stay and how much money they spend.

Keywords: touch marketing, sales, music marketing, music design, background music, mood

К ВОПРОСУ О ЗАМЕЩЕНИИ КРЕДИТА ОБЛИГАЦИОННЫМИ ЗАЙМАМИ

*Боташева Сапра Скандарбековна, студент
(email: dnsshop2343@gmail.com)*

Шевченко Ирина Владимировна, к.э.н., доцент

*Пятигорский государственный университет, г.Пятигорск, Россия
(email: irenni@mail.ru)*

В статье рассмотрена проблема банковского сектора, связанная с «удлинением» пассивов банка путем замещения кредита облигационным займом.

Ключевые слова: облигационные займы, корпоративные облигации, банковский кредит, пассив банка, «длинные» деньги, «короткие» пассивы

В современных условиях развития банковской системы происходит постепенное замещение банковских кредитов облигационными займами. Сейчас так называемые «длинные» деньги становятся большой проблемой для банков. Поэтому, чтобы привлечь их на длительный период необходимо использовать другой альтернативный источник – облигации, в основном корпоративные облигации.

Корпоративные облигации привлекают инвесторов тем, что это гарантированная ценная бумага по отношению к акциям, по облигациям необходимо в обязательном порядке вернуть сумму и фиксированный процент. При этом здесь инвестор получает больше льгот по налогообложению, чем по другим инструментам.

В основном корпоративный сектор облигаций представлен тремя группами:

- классические, которые требуют залога и государственной регистрации в ЦБ;
- коммерческие, регистрация происходит без залога при закрытой подписке;

- биржевые, регистрация проходит на бирже без залога и по открытой подписке.

Преобладание облигаций над кредитом обусловлено рядом причин:

Во-первых, банкам не получается удовлетворить запросы предпринимателей касательно объемов привлекаемых ресурсов и срока предоставляемых кредитов.

Во-вторых, большинство отечественных банков предпочитает обходиться без, так называемых, «длинных» кредитов. На сегодняшний день в стране сложилась такая ситуация, что многие банки не в силах предоставлять долгосрочные инвестиции в кредит, за исключением Сбербанка и ВТБ.

Рассмотрим причину возникновения данной проблемы более подробно. Предоставляемая банками юридическим лицам доля кредитов на срок свыше 3 лет – долгосрочных кредитов, очень мала, порядка 38 %. [3, с. 183]. Такие кредиты выдаются лишь первой пятеркой банков России. К сожалению, ЦБ не дает более подробную классификацию кредитов по срокам.

Банк представляет собой классического финансового посредника, который привлекает финансовые ресурсы и в последующем выдает их физическим или юридическим лицам в пользование, в форме банковских кредитов. Формирование капитала банка, также, как и любого юридического лица происходит за счет двух источников таких, как собственные средства и заемный капитал.

Привлечение средств в банк представляет собой пассивные операции для банка. Сами источники привлечения капитала отражаются в пассиве баланса банка. Что касается, доли заемного капитала, то она значительно выше собственного. Доля собственного капитала довольно таки мала, приблизительно 10 %, а доля заемного капитала соответственно 90 %[4, с.46].

На сегодняшний день, средняя продолжительность депозитного вклада, не считая вкладов до востребования, составляет 1,4 года, что обуславливается «короткими» пассивами банка. Существуют несколько типов вкладчиков: одни могут вложить в банк деньги на 3 месяца, другие на год, а третьи вообще на три года. Однако, в среднем, все же продолжительность депозитного вклада колеблется около 1,4. Отсюда и корень проблемы - не состояния банков удовлетворить запросы заемщиков, которые обращаются в банк за кредитом, к примеру, на 5 лет.

Приведем наглядный пример. Допустим, предприятие имеет перспективный инвестиционный проект, реализация которого составляет порядка 2 лет, в течение последующих 3 лет после окончания проекта, предприниматель готов погасить этот кредит. При этом для обеспечения этого кредита он может предоставить свое здание, причем стоимость которого превышает объем привлекаемых кредитных ресурсов. Далее заемщик объясняет, что хочет приобрести кредит на 5 лет. И тут возникает проблема: банк не может предоставить ему такой кредит и предлагает свои условия - кредит на 1 год.

Сотрудники банков в силу своей специфики, являясь финансовыми посредниками, должны обеспечить баланс продолжительности пассивов с продолжительностью тех активов, которые они дают в пользование юридическим или физическим лицам, в форме кредитов. Так как всегда есть риск, что вкладчики, к примеру, спустя год, могут закрыть свои депозиты, и нет никакой гарантии, что на их место придут новые. Такая гарантия является прерогативой лишь таких банков, как Сбербанк и ВТБ, где постоянно закрываются депозиты, но появляются новые вкладчики, а также некоторые депозиторы могут повторно разместить свои средства уже на новый срок, при завершении предыдущего срока депозитного вклада.

Таким образом, можно заметить такую тенденцию, что в крупных банках таких проблем, как таковых, особо не возникает, чего нельзя сказать про мелкие банки. Проблема заключается в «удлинении» банками своих пассивов. Так как, в большинстве своем мелкие банки обладают именно «короткими» пассивами, они могут выдавать долгосрочные кредиты в ограниченном количестве либо вообще не могут.

Решить такую проблему можно «удлинив» свои пассивы, для этого необходимо больше ориентироваться на привлечение денежных средств на «длинные» депозиты, к примеру, на три года. Добиться этого можно путем установления более высоких процентных ставок. Однако, такой способ является неконструктивным, так как высокие ставки по депозиту неизбежно приведут к выдаче кредитов также под более высоким процентом.

Однако, не каждое предприятие сможет справиться с такими кредитами со столь высокими ставками, и они просто могут отказаться от них, что впоследствии приведет к снижению инвестиционной активности, чего не хотелось бы наблюдать на отечественном финансовом рынке.

С другой стороны, даже если вкладчик открыл депозитный вклад на длительный период, у банка нет никакой гарантии, что эти деньги останутся нетронутыми. Ведь если вкладчику срочно потребуются деньги, он имеет право расторгнуть депозитный договор, при этом, соглашаясь потерять проценты, но вернуть сумму этого депозитного вклада.

По мнению многих экономистов, было бы целесообразно одобрить инициативу, с которой выступают коммерческие банки, и ввести в национальную банковскую систему понятие - безотзывного депозитного вклада. Такие вклады получили свое распространение уже во многих зарубежных странах.

Мы согласны с такой позицией, так как считаем, что банкам нужна стабильность и уверенность, а безотзывные депозитные вклады могут сыграть свою роль в «удлинении» депозитных ресурсов. Но для этого нужно ввести соответствующие законодательные изменения.

На международном рынке капитала банки имеют феноменальную возможность получать деньги без ограничения срока. Такой первый опыт привлечения бессрочных денег получил банк ВТБ и Газпромбанк, выпустившие в 2012 г. бессрочные облигации, которые банкам не надо было по-

гашать. Это были действительно «длинные» деньги, которые могли выдаваться предприятиям на очень большие сроки.

Мы рассмотрели вопросы, связанные с проблемой развития банковского сектора и пришли к выводу, что лучший вариант для банков «удлинения» своих пассивов - это эмиссия облигаций. Банки выпускают облигации на достаточно длительные сроки (10-15 лет) и это реальный источник получения банком «длинных» денег. На сегодняшний день, как мы можем заметить, примерно 35 % рынка корпоративных облигаций представлены облигациями российских банков (без учёта еврооблигаций).

Список литературы

1. Матовников М.Ю. Банковская система и долгосрочные ресурсы / М.Ю. Матовников // Деньги и кредит № 5. – 2013. – С. 11-20.
2. Положение Банка России от 12 ноября 2007 г. № 312-П «О порядке предоставления Банком России кредитным организациям кредитов, обеспеченных активами» (с изменениями и дополнениями).
3. Трусова А.Е., Шевченко И.В. Денежное обращение как объект государственного регулирования / В сборнике: Современные социально-экономические процессы: проблемы, закономерности, перспективы сборник статей III Международной научно-практической конференции: в 2 частях. 2017. С. 183-185.
4. Шевченко И.В., Чечина М.В. Банкротство кредитных организаций за рубежом // Современные социально-экономические процессы: проблемы, закономерности, перспективы сборник статей победителей Международной научно-практической конференции. 2017. С. 46-48.

АНАЛИЗ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Бредихина Анна Васильевна, студент

(e-mail:anna.bredikhina.97@mail.ru)

Тимофеева Ольга Геннадьевна, к.э.н.,доцент

(e-mail:liolija@bk.ru)

Юго-Западный государственный университет, г.Курск, Россия

В данной статье исследуется государственное регулирование сельскохозяйственного производства в Российской Федерации. Проводится анализ современного состояния сельского хозяйства в Российской Федерации за 2010-2017 год.

Ключевые слова. Государственное регулирование, сельское хозяйство, сельскохозяйственное производство

Сельское хозяйство является одной из важнейших отраслей экономики любого государства. Оно дает жизненно необходимую человеку продукцию: основные продукты питания и сырье для выработки предметов потребления. Сельское хозяйство производит свыше 12% валового общественного продукта и более 15% национального дохода России, сосредоточивает 15,7% производственных основных фондов. Восемьдесят отраслей

промышленности поставляют свою продукцию сельскому хозяйству, которое, в свою очередь, поставляет свою продукцию шестидесяти отраслям промышленности.

Сельское хозяйство в регионах России обеспечивает продовольственную безопасность и его развитие определяет стабильность развития сельских территорий.

Специфика сельского хозяйства, высокий уровень затрат и риска в данной сфере, предъявляет особые требования к организационно-экономическим и управленческим инструментам управления

На развитие сельского хозяйства большое влияние оказывает территориальные факторы, которые в свою очередь включают природно-климатические и социально-экономические условия.

В современных условиях развития экономики страны усиливается роль государства как принципиально важного фактора в достижении экономического роста и повышения социальной стабильности в стране. Сельское хозяйство ввиду специфики его функционирования и развития еще больше нуждается в регулировании и поддержке со стороны государства.

Государственное регулирование сельского хозяйства рассматривается чаще всего как воздействие со стороны государства на систему аграрного предпринимательства, функционирующую преимущественно на рыночной основе с применением методов экономического регулирования, а в случае необходимости и административных методов управления сельским хозяйством.

Государственное управление сельскохозяйственным производством осуществляется следующими методами:

- прямые методы;
- косвенные методы.

Прямые методы государственного воздействия на деятельность хозяйствующих субъектов вынуждают их принимать решения, основанные не на самостоятельном экономическом выборе, а на предписаниях государства.

Косвенные методы предусматривают использование инструментов и форм воздействия государства на частное предпринимательство с точки зрения обеспечения макроэкономических пропорций расширенного воспроизводства. При их применении государство прямо не вмешивается в процесс принятия решений экономическими субъектами.

С целью совершенствования государственного регулирования сельскохозяйственного производства, улучшения производительности сельскохозяйственных организаций, а также увеличения объемов производства государство проводит государственную поддержку данной отрасли путем реализации Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы.

В 2017 году мероприятия Государственной программы были направлены на увеличение производства сельскохозяйственной продукции и повышение ее конкурентоспособности.

Мерами государственного регулирования через Государственную программу являются прогнозирование структуры производства и потребления путем разработки баланса ресурсов и использования по видам сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, таможенно-тарифное регулирование, техническое регулирование.

Для того, чтобы оценить влияние государственного регулирования на сельскохозяйственное производство, необходимо провести анализ современного состояния сельскохозяйственного производства в Российской Федерации.

Динамика посевных площадей сельскохозяйственных культур представлена в таблице 1

В 2017 году наибольшая площадь посевных площадей приходилась на ПФО (23906,6 га), что составляет 29,87% от всех посевных площадей в России; на втором месте – ЦФО (15530,4 га) – 19,4%. Наибольший темп прироста в 2017 году по сравнению с 2010 годом наблюдается в ДФО – 48,91%; на втором месте – ЦФО (12,63%); высокие показатели и у ЮФО (12,05%); отрицательная динамика прослеживается в УФО (-3,22%) и в СЗФО (-5,41%).

Доля Федерального округа в структуре посевных площадей Российской Федерации в 2017 году сложилась следующим образом. Больше всего посевных площадей расположено в Южном Федеральном округе – 30%. Далее идут Центральный Федеральный округ и Северо-Западный Федеральный округ, количество посевных площадей которых составляет по 19%.

Рассмотрим основные финансовые показатели организаций, осуществляющих деятельность в растениеводстве и животноводстве.

Мы видим, что в 2017 году рентабельность была ниже по продукции растениеводства, чем в 2014-2016 гг. и на 4,8% выше, чем в 2010 году. Рентабельность продукции животноводства в 2017 году выросла относительно предыдущего года – на 2,2% и относительно 2010 года – на 3,4%; относительно 2014 и 2015 гг. рентабельность продукции животноводства снизилась на 6,3% и 3,4% соответственно.

С 2011 г. по 2013 г. наблюдается резкий спад посевных площадей сахарной свеклы с 1291 тыс.га до 902,6 тыс. га. (- 388,4 тыс.га или 30,1% относительно 2011 года). Динамика 2013-2017 гг. носит положительный характер: темп прироста составил 32,7%. Основная доля площадей сахарной свеклы приходится на ЦФО (650,4 тыс.га. в 2017 г.).

При анализе поголовья скота в 2010-2017 годах мы выяснили, что в сельскохозяйственном производстве преобладает поголовье овец и коз. Данный показатель в 2017 году составил 24389,1. Темп прироста поголовья овец и коз за анализируемый период составил 0,12%. Лидирующую позицию по поголовью овец и коз занимает СКФО (8952). На втором месте

по количеству голов поголовья свиней с темпом прироста 0,34%. На первом месте по количеству поголовья свиней находится ЦФО.

В Российской Федерации первое место по производству скота и птицы на убой занимает ЦФО (3887,6). Лидирующие позиции по данному виду производства в ЦФО занимают Белгородская (1332,9) и Курская (406,0) область. Второе место занимает ПФО (2080,2). Темп роста производства скота и птицы на убой в данном округе составляет 0,24%.

По производству молока в нашей стране является лидером ПФО – 9351,5. В данном округе можно выделить регионы с наибольшими показателями: это Республика Татарстан (1823,8), и Республика Башкортостан (1609). ПФО также занимает лидирующие позиции в производстве яиц (11143,0) и меда (2182). Второе место по производству молока, яиц и меда занимает ЦФО, показатели которых составили 5521,6, 9708,4 и 12496.

В ходе проведенного анализа было установлено, что несмотря на проведение успешной государственной политики в некоторых отраслях сельскохозяйственного производства наблюдается спад.

Таким образом, согласно проведенному анализу, можно сделать вывод о том, что государственное регулирование имеет огромное влияние на развитие сельскохозяйственного производства. Государственное регулирование направлено на стабилизацию внутри страны рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, на увеличение удельного веса отечественной сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в формировании ресурсов внутреннего рынка и повышение конкурентоспособности отечественной сельскохозяйственной продукции на мировом рынке.

Список литературы

1. Коварда В.В. Особенности Инструментов стимулирования регионального развития в России / В.В. Коварда, О.Г. Тимофеева // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2018. № 8. С. 135-143.
2. Кудина О.В. Информационно-аналитическое обеспечение мониторинга экономической деятельности сельскохозяйственных предприятий: монография / О.В. Кудина. – Курск, 2007. – 211 с.
3. Головин, А.А. Оценка эффективности управления в АПК / А.А. Головин, М.А. Пархомчук // Международный экономический журнал: Проблемы теории и практики управления. – 2006. – № 10. – С. 113-119.
4. Emelyanova O. Agrarian processing industry as a guarantor of food security in the region / O. Emelyanova, O. Mihaylova // Економічний часопис-XXI. 2017. № 11-12 (168). С. 24-27.
5. Minakova I. Improvement of solid waste management: organizational and technological aspects / I/ Minakova, T. Bukreeva, O. Timofeeva // Journal of Applied Engineering Science. 2018. T. 16. №1. С. 99-103.

Bredikhina Anna Vasilievna, student

(e-mail: anna.bredikhina.97@mail.ru)

Southwestern State University, Kursk, Russia

Timofeeva Olga Gennadievna, candidate of Economics Associate Professor

(e-mail: liolija@bk.ru)

Southwestern State University, Kursk, Russia

ANALYSIS OF STATE REGULATION OF AGRICULTURAL PRODUCTION IN THE RUSSIAN FEDERATION

Annotation. This article examines the state regulation of agricultural production in the Russian Federation. The analysis of the current state of agriculture in the Russian Federation for the 2010-2017 year.

Keywords. State regulation, agriculture, agricultural production.

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ФОРМ ТАМОЖЕННОГО КОНТРОЛЯ ПРИ ПЕРЕМЕЩЕНИИ ТОВАРОВ И ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ ВОЗДУШНЫМ ТРАНСПОРТОМ

Васюткина Галина Витальевна, студент

Васильева З.А., ассистент

Юго-Западный государственный университет, г.Курск, Россия

(e-mail: zarislava.1993@gmail.com)

В данной статье рассматриваются особенности применения форм таможенного контроля при перемещении товаров и транспортных средств воздушным транспортом. Анализируются технология проведения таможенного контроля товаров, перемещаемых воздушным видом транспорта. Исследуются проблемы применения форм таможенного контроля при перемещении товаров данным видом транспорта.

Ключевые слова: формы таможенного контроля, перемещение товаров, таможенный контроль, воздушный транспорт, международные воздушные перевозки, международные соглашения, правовое регулирование, воздушно-перевозочный документ.

Правовой режим воздушного пространства государства определяется его национальным законодательством. При этом данное государство должно учитывать и те международные обязательства, которые оно принимает на себя, присоединяясь к различным международным договорам и соглашениям.

Главной особенностью правового регулирования международных воздушных перевозок является то, что они в значительной степени регламентируются международными договорами, в которых принимает участие Российская Федерация.

Перевозки пассажиров и грузов через воздушное пространство Российской Федерации совершаются иностранными авиакомпаниями на основании соответствующих соглашений. Пассажирские перевозки регулярно совершаются рядом иностранных авиакомпаний. Грузовые полеты на основе соглашений с тремя авиакомпаниями Люфтганза, Эйрфранс и Кореан Эйр стали совершаться с 1 апреля 2003 г.

В качестве международной воздушной перевозки рассматривается перевозка, при которой хотя бы один из пунктов посадки находится на территории другого государства (ст. 101 Воздушного кодекса РФ).

Россия участвует в более чем 130 двусторонних международных договорах о воздушном сообщении. Этими договорами, базирующимися на Чикагской конвенции о международной гражданской авиации 1944 г., определяются коммерческие права сотрудничающих государств при осуществлении воздушных перевозок пассажиров, багажа, груза и почты. Эти права реализуются назначенными государствами авиапредприятиями (фактическими пользователями прав) в соответствии с заключаемыми ими коммерческими соглашениями [10, с.56].

Данная особенность обусловлена тем, что международные воздушные перевозки осуществляются в том числе и на территории иностранных государств, а также в международном пространстве.

Международно-правовым документом для правового регулирования международных воздушных перевозок является Конвенция для унификации некоторых правил, касающихся международных воздушных перевозок.

Конвенция для унификации некоторых правил, которые касаются международных воздушных перевозок, была подписанная 12 октября 1929 г. в Варшаве и вступила в силу 13 февраля 1933 г. На сегодняшний день она насчитывает 127 участников (в их число входит Российская Федерация) и, несомненно, относится к числу наиболее широко признанных договоров международного частного права [4, с.145].

Одним из главных достижений этой конвенции, является унификация правил, которые касаются ответственности воздушного перевозчика.

Данная Конвенция была впоследствии изменена Протоколом об изменении Конвенции для унификации некоторых правил, касающихся международных воздушных перевозок, подписанным 28 сентября 1955 г. в Гааге.

Варшавская конвенция применяется при любой международной перевозке, осуществляемой за плату, в которую входит перевозка людей, багажа и грузов воздушными видами транспорта. Конвенция применяется также к бесплатным перевозкам на воздушном судне.

Данная конвенция регулирует международные перевозки, местом отправления и местом назначения которых служит территория двух государств-участников Конвенции, либо территория одного и того же государства-участника Конвенции, если предусмотрена остановка на территории другого государства, даже если оно не является участником этой Конвенции.

Но, в то же время Варшавская конвенция не может применяться при почтовых пересылках и перевозке почтовой корреспонденции.

Принятая впоследствии Гвадалахарская конвенция в 1961 г., дополнительная к Варшавской конвенции, распространила действие Варшавской

конвенции на воздушные перевозки, осуществляемые лицом, которое не является перевозчиком по договору [6, с.83].

Варшавской конвенцией определяются основные требования к документам на перевозку, которые выдаются пассажирам и грузоотправителям при осуществлении международных воздушных перевозок. Кроме этого, Конвенцией устанавливаются требования к порядку выдачи груза, к правам отправителя на распоряжение грузом во время перелета, ответственность перевозчика, и устанавливает порядок предъявления перевозчику исков и претензий.

В соответствии со ст. 5 Варшавской конвенции перевозчик товаров имеет право требовать от отправителя воздушно-перевозочный документ, а отправитель, в свою очередь, имеет право требовать от перевозчика принятия данного документа.

При этом отсутствие, неправильность оформления или утеря проездного билета, багажной квитанции или воздушно-перевозочного документа не влияет на действительность договора о перевозке, который будет тем не менее подпадать под действие правил Варшавской конвенции.

Статья 10 Варшавской конвенции отмечает, что отправитель отвечает за правильность сведений и объявлений, касающихся товара, которые он заносит в воздушно-перевозочный документ. А также отправитель несет ответственность за вред, который понес перевозчик или любое другое лицо, перед которым перевозчик несет ответственность, по причине неправильности, неточности или неполноты сведений, или объявлений, данных отправителем.

Таким образом, международно-правовые нормы, взаимодействуя с соответствующими нормами национального права, они способствуют развитию и гармонизации нормативно-правовой базы государств, осуществляющих международные воздушные перевозки. Из этого следует, что российское воздушное законодательство должно в полной мере соответствовать положениям международных соглашений.

Список литературы

1. Таможенный кодекс ЕАЭС. - URL: Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru> (дата обращения: 20.05.2019)
2. Аубакирова, И.У. От Таможенного союза к Евразийскому экономическому союзу: некоторые правовые вопросы региональной интеграции [Текст] / И.У. Аубакирова // Финансовое право. - 2017. - № 9. - С. 10 - 17;
3. Балковая, В.Г. Таможенный тариф [Текст] / В.Г. Балкова // Таможенное дело. - 2018. - № 2. - С. 29 - 36;
4. Буаева, Н.Э. Международное таможенное право [Текст]: учебник для магистров / Под общ. ред. А.В. Зубача. - М.: Издательство Юрайт, 2017. - 376 с.
5. Быков, А.Н. Перспективы евразийской интеграции: российские и зарубежные оценки [Текст] / А.Н. Быков // Российский внешнеэкономический вестник. - 2017. - № 4. - С. 10-18;
6. Гринберг, Р.С. Евразийский союз: хрупкие надежды [Текст] / Р.С. Гринберг // Международная экономика. - 2018. - № 1. - С. 83-93

7. Зубач, А.В. Таможенное право [Текст]: учебник для бакалавров / А.В. Зубач. - М.: Издательство Юрайт, 2015. - 479 с.
8. Козырин, А.Н. Организационно-правовые основы таможенного регулирования в Таможенном союзе ЕвразЭС [Текст] / А.Н. Козырин // Реформы и право. - 2018. - № 1. - С. 2 - 14
9. Маховикова, Г.А. Таможенное дело [Текст]: учебник для бакалавров / Г.А. Маховикова. - М.: Издательство Юрайт, 6 - 408 с.
10. Особенности правового регулирования международных перевозок грузов. Учебное пособие / под ред. Р. А. Курбанова. Москва: РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2016. - 101 с.
11. О подходах к определению промышленной политики как экономической категории/ Васильева З.А.// В сборнике: Исторические, философские, методологические проблемы современной науки, Сборник статей 1-й Международной научной конференции молодых ученых. Ответственный редактор А.А. Горохов. 2018. С. 89-93.
12. Роль международных отношений во внешнеэкономической деятельности/ Васильева З.А.// В сборнике: Молодежь и XXI век – 2012, материалы IV Международной молодежной научной конференции. Ответственный редактор: Горохов А.А.. 2012. С. 211-212.
13. Образование как один из факторов формирования человеческого капитала/ Васильева З.А., Коварда В.В.// В сборнике: Актуальные проблемы развития социально-экономических систем: теория и практика, VII Международная научно-практическая конференция, посвященная 50-летию Юго-Западного государственного университета. 2014. С. 225-227.
14. Дефицит трудовых ресурсов: причины и пути преодоления в аспекте образования/ Васильева З.А., Коварда В.В.// В сборнике: Актуальные проблемы развития социально-экономических систем: теория и практика, VII Международная научно-практическая конференция, посвященная 50-летию Юго-Западного государственного университета. 2014. С. 221-224.
15. Программа для вычисления индекса пааше при сравнении регионов/ Коржова Г.И., Коварда В.В., Дрантусов А.В., Васильева З.А., Цуканова Н.Е.// свидетельство о регистрации программы для ЭВМ RUS 2014614923 21.03.2014
16. Программа для вычисления индекса территориально-пространственных сопоставлений/ Коржова Г.И., Коварда В.В., Дрантусов А.В., Васильева З.А., Цуканова Н.Е.// свидетельство о регистрации программы для ЭВМ RUS 2014614992 18.03.2014
17. Тенденции развития мировых энергетических рынков/ Васильева З.А., Пархомчук М.А.// В сборнике: Актуальные проблемы развития социально-экономических систем: теория и практика, Сборник статей IX Международной научно-практической конференции. 2016. С. 33-36.
18. Торгово-экономическое и инвестиционное сотрудничество России и ЛАКБ/ Кузьмина В.М., Васильева З.А.// В сборнике: Школа приграничного сотрудничества и интеграции Материалы международного сборника научных трудов. Под редакцией В.П. Бабинцева. 2017. С. 79-95.
19. Анализ деятельности курской таможни по организации таможенного контроля товаров на основе системы управления рисками/ Солодухина О.И., Васильева З.А.// В сборнике: Стратегия социально-экономического развития общества: управленческие, правовые, хозяйственные аспекты, сборник научных статей 8-й Международной научно-практической конференции. 2018. С. 127-131.
20. Нормативно-правовая база взимания и обеспечения уплаты таможенных платежей в российской федерации в условиях функционирования ЕАЭС/ Васильева З.А., Солодухина О.И., Солодухин Д.Ю.// В сборнике: Стратегия социально-экономического развития общества: управленческие, правовые, хозяйственные аспекты, сборник научных статей 8-й Международной научно-практической конференции. 2018. С. 95-100.

21. Особенности развития региона с учетом реализации промышленной политики на примере Курской области/ Ларина Р.Н., Васильева З.А.// Вестник Алтайской академии экономики и права. 2018. № 5. С. 160-163.

Vasyutkina G.V., student

Vasilieva Z.A., assistant

Southwestern State University, Kursk, Russia

PECULIARITIES OF APPLICATION OF CUSTOMS CONTROL FORMS WHEN CONVEYING GOODS AND MEANS OF TRANSPORT BY AIR

Abstract This article deals with the peculiarities of application of forms of customs control in the movement of goods and vehicles by air transport. The technology of customs control of goods transported by air transport is analyzed. Problems of application of the forms of the customs control at movement of the goods by the given kind of transport are investigated.

Key words: forms of customs control, movement of goods, customs control, air transport, international air transport, international agreements, legal regulation, air transport document.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АНАЛИЗА ПОКАЗАТЕЛЕЙ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА КУРСКОЙ ОБЛАСТИ «КУРСКАЭРОПОРТ»

Ващенко Екатерина Александровна, студентка

e-mail:katya.vashchenko.96@mail.ru

Гололобова Мария Андреевна, студентка

Бароян Анна Араевна, студентка

Юго-Западный государственный университет, г.Курск, Россия

При анализе финансового положения экономической единицы особенно важен анализ рентабельности, который напрямую связан с суммой прибыли, которую компания получила в результате своей финансовой деятельности. Рентабельность измеряется относительными показателями, характеризующими эффективность бизнеса в целом, прибыльность различных видов деятельности, включая производство, инвестиции, торговлю и т. д., а также прибыльность производственного процесса для определенных видов продукции.

Ключевые слова: показатели рентабельности, финансовый анализ, ликвидность, деловая активность, снижения расходов.

Действующие законы о рыночной экономике призваны диктовать предприятиям необходимость своевременного анализа их финансового положения. Это связано с тем, что стабильность финансового положения компании в будущем развитии является одной из предпосылок ее эффективности в деловом сотрудничестве с существующими контрагентами.

Анализ финансового положения компании представляет собой сложную и трудоемкую деятельность, характеризующуюся двумя важными аспектами: определение метода анализа на основе потребностей конкретного

пользователя и адаптация интерпретации результатов финансового анализа для пользователя на основе показателей.

Конечные результаты корпоративного управления больше характеризуют показатели рентабельности, так как их значение демонстрирует эффективность вложенного капитала или потребление ресурсов [1, с. 416].

Поэтому показатели рентабельности являются основными критериями оценки уровня эффективности бизнеса. Рост прибыльности обычно характеризует достижение бизнес-цели любой рыночной экономики.

Повышение прибыльности способствует финансовой устойчивости бизнеса. Для всех предпринимателей показатели рентабельности характеризуют степень привлекательности бизнеса в той или иной сфере деятельности. [2, с. 462].

Аэропорт Курск (Восточный) основан в 1946 году. В 1998 году аэропорт Курск в соответствии с Распоряжением Правительства Российской Федерации от 21.02.98 г. № 269 открыт для международных полетов. Организационно-правовая форма — казенное предприятие Курской области. Учредитель: Администрация Курской области.

Казенное предприятие Курской области (КПКО) «Курскаэропорт» создано в апреле 2003 года, постановлением Губернатора Курской области № 130 от 14.04.2003 г., расположено в северо-восточной части г. Курска на аэродроме совместного использования с Министерством обороны РФ.

После 2-х летнего перерыва в работе, связанного с капитальным ремонтом ИВПП, аэропорт возобновил аэропортовую деятельность. В настоящее время отмечается устойчивая положительная тенденция роста пассажиро-потока [3].

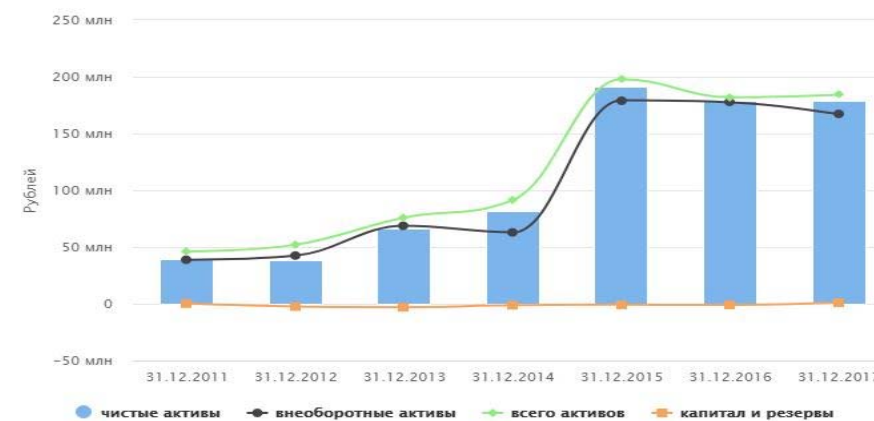


Рисунок 1 - Краткий анализ баланса «Курскаэропорт» за 2011-2017гг.

Таблица 1 - Анализ ликвидности и платежеспособности по данным баланса казенное предприятие курской области «Курскаэропорт»

Финансовый показатель	31.12.2011	31.12.2012	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017
Чистые активы	39 350	38 896	66 010	81 947	191 113	178 563	179 326
Коэффициент автономии (норма: 0,5 и более)	0	-0.05	-0.04	-0.01	-0	-0.01	0.01
Коэффициент текущей ликвидности (норма: 1,5-2 и выше)	0.2	0.2	0.1	0.3	0.1	0	0.1



Рисунок 2 - Краткий анализ финансовых результатов «Курскаэропорт» за 2011-2017гг.

Таблица 2 - анализ финансовых результатов, рентабельности и деловой активности казенное предприятие курской области «Курскаэропорт»

Финансовый показатель	2012	2013	2014	2015	2016	2017
ЕВТ	(1 282)	89	212	1 208	523	756
Рентабельность продаж (прибыли от продаж в каждом рубле выручки)	-413.9%	-154.7%	-99.6%	-135.1%	-238.4%	-251.1%
Рентабельность собственного капитала (ROE)	242%	24%	12%	-45%	0%	-775%
Рентабельность активов (ROA)	-5.3%	-1%	-0.3%	0.3%	-0%	0%

Исходя из рассчитанных данных, можно увидеть, что за 2017 год совокупные затраты увеличились на 18,5% по сравнению с 2016 годом, хоть и за 2014 год произошло сокращение совокупных затрат на 26,1%.

Резкое увеличение кредиторской задолженности, причём одновременно (в корреспонденции) со счётом «Капитал и резервы», выглядит как вывод денежных средств: затраты списаны на расходы, но деньги поставщикам и подрядчикам не вернули. А в следующем периоде восстановили Капитал и резервы в корреспонденции с основными средствами вследствие переоценки имущества Аэропорта.

Также при анализе проблемы превышения расходов мы должны учесть такой показатель как рентабельность. Рентабельность рассчитывается по-разному: как отношение валовой прибыли к выручке, как отношение операционной прибыли к выручке, как отношение чистой прибыли к выручке.

Если в период до 2014 г. даже валовая рентабельность Аэропорта была положительной, то начиная с 2015г. она стала отрицательной и составила 16%, маржа по чистой прибыли составила 13%

Таким образом, наличие резервов снижения расходов с точки зрения себестоимости продукции имеет отрицательный характер, так как в виду увеличения себестоимости за 2016 год на 29,5% привело к увеличению расходов и прибыли. На данный момент у организации слишком маленькие резервы снижения расходов.

В целях будущего развития организации казенного предприятия курской области «Курскаэропорт» будет необходимо повышать конкурентоспособность путем различных финансовых операций связанных с оценкой себестоимости, уменьшение расходов на обслуживание персонала, сокращение кадров и т.п.

Как итог, хотелось бы отметить, что повышение прибыли для данной организации будет заключаться не только в повышении себестоимости, но и в других аспектах (например, оплатой по краткосрочным кредитам), которыми должны будут заняться управленцы и специалисты организации.

Список литературы

1. Григорьева Т.И. Финансовый анализ для менеджеров: оценка, прогноз: Учебник для магистров / Т.И. Григорьева. - М.: Юрайт, ИД Юрайт, 2017. - 462 с.
2. Жилин В.В., Чаплыгина М.А., Старых С.А., Савичева И.Г. Использование регрессионной модели в совершенствовании управления дебиторской задолженностью в хозяйственной деятельности субъектов хозяйствования Таврический научный обозреватель. 2017. № 3-2 (20). С. 19-24.
3. Жилин В.В., Чаплыгина М.А. Совершенствование аналитических действий работников потребительских обществ кооперации Курской области на основе регрессионного метода. Региональный вестник. 2017. № 3 (8). С. 17-22.
4. Чаплыгина М.А., Сафонова А.И. Проблемы расчетов с дебиторами и кредиторами на современном этапе. В сборнике: Проблемы развития общества: право, экономика, технологии Материалы Всероссийской студенческой научно-практической конференции 22 апреля 2016 года. Курский институт кооперации (филиал) БУКЭП. 2016. С. 266-270.
5. Чаплыгина М.А., Польская Г.А., Зубкова Т.А. Ускорение оборачиваемости товарных запасов - важнейший резерв сокращения издержек обращения. Вестник БИСТ (Башкирский институт социальных технологий). 2016. № 1-2 (30). С. 103-108.
6. Чаплыгина М.А., Польская Г.А., Виноградова Н.И. Практические аспекты совершенствования комплексного подхода к контролю за состоянием качества дебиторской

задолженности. Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2014. № 1 (49). С. 366-373.

7. Чаплыгина М.А. Использование модели «затраты-объем продаж – прибыль» при факторном анализе формирования финансовых результатов в организациях потребительской кооперации В сборнике: Модернизация - путь России в XXI веке 2010. С. 109-116.

Vashchenko Ekaterina Aleksandrovna; Student Southwestern State University e-mail: katty.vashchenko.96@mail.ru
Gololobova Maria Andreevna; student Southwestern State University
Baroyan Anna Araevna; student Southwestern State University

PERFECTION OF THE ANALYSIS OF THE PROFITABILITY INDICATORS ON THE EXAMPLE OF THE ECONOMIC SUBJECT OF THE KURSK AREA "KURSKAERPORT" AT THE PRESENT STAGE

Abstract: When analyzing the financial position of an economic unit, analysis of profitability is particularly important, which is directly related to the amount of profit that a company received as a result of its financial activities. Profitability is measured by relative indicators characterizing the efficiency of the business as a whole, the profitability of various activities, including production, investment, trade, etc., as well as the profitability of the production process for certain types of products.

Keywords: profitability indicators, financial analysis, liquidity, business activity, cost reduction.

УДК 339

ОЦЕНКА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ МИНЕРАЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ БРАЗИЛИИ

Веретенникова Дарья Геннадьевна, студент,

Хозяинова Елизавета Львовна, студент,

Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Россия

В статье исследована обеспеченность минеральными ресурсами Бразилии. В ходе исследования было определено, что запасы топливно-энергетических ресурсов Бразилии не значительны, но достаточные для обеспечения минимального уровня энергетической безопасности. В стране преобладают запасы черных, цветных и редкоземельных металлов. Высокая обеспеченность металлорудным сырьём способствует развитию собственного металлургического и обрабатывающего производства.

Ключевые слова: Бразилия, ресурсный потенциал, минеральные ресурсы, топливно-энергетические ресурсы, металлорудное сырье, добыча, запасы.

Обеспеченность минеральными ресурсами Бразилии имеет важное значение для мировой экономики, поскольку здесь сосредоточены значительные запасы чёрных, легирующих, цветных, а также редкоземельных металлов. Наличие запасов металлорудного сырья способствует развитию металлургических, металлообрабатывающих, станкостроительных и других производств [3, с. 130].

Запасы нефти Бразилии на 2017 год составляют 12,8 млрд. баррелей. Добыча нефти на 2016 год – 2,608 млн. баррелей, а на 2017 год – 2,734 млн. баррелей. Таким образом, отклонение 2017 года от 2016 года 126 млн. баррелей, а темп роста 2017 года к 2016 году равен 104,8% [1, с. 62].

Объём запасов природного газа в Бразилии составляет 0,4 млрд. куб. м. Добыча газа в 2016 году составила 24,5 млн. куб. м, а в 2017 году – 27,5 млн. куб. м. Отклонение 2017 года от 2016 года составило 3 млн. куб. м, а темп роста 2017 года к 2016 году равен 112,2%.

Запасы угля Бразилии на 2017 год составляют 6596 млн. т. Добыча угля в 2016-2017 гг. составила 3,0 млн. т.

Общие запасы железной руды на 2017 год составляют 23000 млрд. т. Добыча железной руды в 2016 году составила 430 млн. т, а в 2017 году – 440 млн. т. Отклонение 2017 года от 2016 года составило 10 млн. т, а темп роста 2017 года к 2016 году равен 102,3%.

Запасы марганцевой руды на 2017 год составляют 120000 млн. т. Добыча марганцевой руды на 2016 год – 1,080 млн. т, а на 2017 год – 1,200 млн. т, таким образом, произошёл рост добычи на 0,12 млн. т или на 11,1%.

Объём запасов ванадия на 2017 год неизвестен. Добыча ванадия в 2016 году составила 8000 тыс. т, а в 2017 году – 8400 тыс. т. Рост добычи в 2017 году в сравнении с 2016 годом составляет 400 тыс. т, или 5%.

Запасы никелевой руды в Бразилии в 2017 году составили 12000 млрд. т. Добыча никеля в 2016 году составила 160 млрд. т, а в 2017 году – 140 млрд. т, таким образом отклонение 2017 года от 2016 года составило -20 млрд. т, а темп роста 2017 года к 2016 году равен 87,5% [2, с. 219].

Общий объём запасов алюминиевой руды (бокситов) на 2017 год составляет 1400 млрд. т. Добыча бокситов в 2016 году составила 793 млн. т, а в 2017 году – 800 млн. т, таким образом отклонение 2017 года от 2016 года составило -7 млн. т, а темп роста 2017 года к 2016 году – 100,8%.

Общий объём запасов золота в 2017 году составляет 2400 т. Добыча золота в 2016-2017 гг. составила 85 т в каждом году соответственно.

Общий объём запасов ниобия в 2017 году составил 4100 тыс. т. Добыча ниобия в 2016-2017 гг. составила 57 тыс. т ежегодно. Разведанные запасы тантала в 2017 году составляют 34 тыс. т. Добыча тантала в 2016 году составила 103 т, а в 2017 году – 100 т. Таким образом, отклонение 2017 года от 2016 года составляет -3 т, а темп роста 2017 года к 2016 году равен 97%.

Общий объём разведанных запасов лития на 2017 год составляет 48000 млн. т. Добыча лития в 2016 году составила 200 млн. т, и в 2017 году также 200 млн. т, таким образом отклонение 2017 года от 2016 года не наблюдается, а темп роста 2017 года к 2016 году равен 100%.

Объём запасов фосфоритов на 2017 год составляет 1700000 млрд. т. Добыча фосфоритов в 2016 году составила 5200 млрд. т, а в 2017 году 5500 млрд. т, таким образом отклонение 2017 года от 2016 года составило 300 млрд. т, а темп роста 2017 года к 2016 году равен 107,5%.

Разведанные запасы поташа на 2017 год составили 310000 млрд. т. Добыча поташа в 2016 году составила 301 млрд. т, а в 2017 году – 300 млрд. т, таким образом отклонение 2017 года от 2016 года составило -1 млрд. т, а темп роста 2017 года к 2016 году равен 99,6% [4, с. 186].

Запасы плавикового шпата в Бразилии на 2017 год составляют 640 млн. т. Добыча плавикового шпата в 2016-2017 гг. составила 24 млн. т.

Таким образом, в ходе работы было выяснено, что Бразилия имеет большие запасы минеральных ресурсов, в структуре которых преобладают рудные полезные ископаемые. Запасы энергетических ресурсов в стране незначительны. Залежи угля в стране относительно небольшие. Благодаря изобилию редких полезных ископаемых и грамотной организации их добычи, Бразилия является одним из ведущих экспортёров ниобия и алюминия. Этот фактор способствует успешному развитию собственного машино- и авиастроения страны [5, с. 183].

Список литературы

1. Головин, А.А. Топливо-энергетический потенциал мирового хозяйства / А.А. Головин, В.Н. Харланова // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2018. – №2. – С. 59-64.
2. Головин, А.А. Комплексная оценка условий внешней торговли стран БРИКС / А.А. Головин, А.А. Головин, М.А. Пархомчук // Theoretical & Applied Science. – 2017. – №9 (53). – С. 216-220.
3. Головин, А.А. Теоретическое обоснование формирования экономической самодостаточности России / А.А. Головин // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 11-1. – С. 127-132.
4. Головин, Ар.А. Оценка состояния экспортной диверсификации Российской Федерации / Ар.А. Головин, А.А. Головин // Мировая экономика и социум: современные тенденции и перспективы развития: сб. ст. – М: ИД Университетская книга. – 2016. – С. 185-189.
5. Головин, Ар.А. Современное состояние внешней торговли технологиями России / Ар.А. Головин, С.А. Старых // Мировая экономика и социум: современные тенденции и перспективы развития: сб. ст. – М: ИД Университетская книга. – 2016. – С. 180-185.
6. Мотивация и организационное поведение персонала организации/ Головин А.А., Пархомчук М.А., Дорошенко Д.И./ Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2010. № 1. С. 11-14.
7. Специфика функционирования промышленных предприятий региона и угрозы их экономической безопасности/ Головин А.А., Пархомчук М.А., Головин А.А./ Известия Юго-Западного государственного университета. 2017. № 4 (73). С. 109-117.
8. Формирование стратегии управления человеческими ресурсами в регионе/ Пархомчук М.А./ Известия Юго-Западного государственного университета. 2011. № 6-1. С. 72.
9. Социальные аспекты работы с человеческими ресурсами/ Пархомчук М.А./ Известия Юго-Западного государственного университета. 2012. № 2-2. С. 72.
10. Социальная ответственность бизнеса/ Головин А.А., Пархомчук М.А., Андросов Д.В., Чжан-Сен А.Ю./ Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2010. № 1. С. 30-33.
11. Стратегия управления человеческими ресурсами организации/ Пархомчук М.А./ Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2010. № 3. С. 13-17.

12. Оценка состояния экспортной диверсификации Российской Федерации/ Головин Ар.А., Головин А.А./ В сборнике: Мировая экономика и социум: современные тенденции и перспективы развития сборник научных статей. 2016. С. 185-189.
13. Studying transactions of economic agents in the situation of insolvency (neo-institutional approach): the cases of france and russia/ Parkhomchuk M., Tsukanova N., Golovin A./ Экономический часопис-XXI. 2017. № 7-8 (166). С. 67-71.
14. Теоретическое обоснование формирования экономической самодостаточности России/ Головин А.А./ Фундаментальные исследования. 2015. № 11-1. С. 127-132.
15. Комплексная оценка условий внешней торговли стран БРИКС/ Головин А.А., Головин А.А., Пархомчук М.А./ Theoretical & Applied Science. 2017. № 9 (53). С. 216-220.
16. Эффективность внедрения управленческих нововведений/ Солошенко Р.В., Головин А.А., Курасова И.И./ Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2012. № 4. С. 19-22.
17. Специфика функционирования промышленных предприятий региона и угрозы их экономической безопасности/ Головин А.А., Пархомчук М.А., Головин А.А./ Известия Юго-Западного государственного университета. 2017. № 4 (73). С. 109-117.
18. Проблемы обеспечения сырьём хлебопекарных предприятий региона/ Корзун Л.Н., Головин А.А., Пархомчук М.А./ Вестник ОрелГИЭТ. 2014. № 2 (28). С. 135-138.
19. Совершенствование подготовки конкурентоспособных кадров управления/ Головин А.А., Пархомчук М.А., Андросов Д.В./ Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2012. № 4. С. 4-6.
20. Социальный механизм региональной налоговой политики: экономико-социологический подход/ Рязанцев И.П., Головин А.А./ Известия Юго-Западного государственного университета. 2012. № 3-2 (42). С. 190-197.
21. Особенности рисков при использовании системы управления по целям на предприятии/ Головин А.А./ Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2011. № 2. С. 125-127.
22. Мировая экономика и международные экономические отношения/ Рогов Р.А., Лаптев Р.А., Головин А.А./ Курск, 2019.
23. Эффективность использования земельных ресурсов региона/ Солошенко Р.В., Головин А.А., Ковынев Л.Б./ Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2011. № 2. С. 13-16.
24. Комплексная оценка условий внешней торговли стран БРИКС/ Головин А.А., Головин А.А., Пархомчук М.А./ Theoretical & Applied Science. 2017. № 9 (53). С. 216-220.
25. Специфика функционирования промышленных предприятий региона и угрозы их экономической безопасности/ Головин А.А., Пархомчук М.А., Головин А.А./ Известия Юго-Западного государственного университета. 2017. № 4 (73). С. 109-117.
26. Оценка структуры сельскохозяйственного производства региона/ Солошенко Р.В., Головин А.А., Головин А.А./ Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2011. № 6. С. 42-45.
27. Формирование устойчивой среды функционирования малых форм хозяйствования в АПК на основе развития договорных отношений/ Головин А.А./ Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2016. № 7. С. 27-31.

VERETENNIKOVA DARYA GENNADEVNA, student,

Russia, Kursk, Southwest state University

HOZYAINOVA ELIZAVETA LVOVNA, student,

Russia, Kursk, Southwest state University

ASSESSMENT OF SECURITY BY MINERAL RESOURCES OF BRAZIL

The article explores the availability of mineral resources in Brazil. During the study, it was determined that Brazil's fuel and energy resources are insignificant, but sufficient to ensure a minimum level of energy security. Stocks of ferrous, non-ferrous and rare-earth metals prevail in the country. High availability of metal raw materials contributes to the development of its own metallurgical and manufacturing industries.

Keywords: Brazil, resource potential, mineral resources, fuel and energy resources, metal ore raw materials, mining, reserves.

АНАЛИЗ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ НА ПРИМЕРЕ КПК «КУРСКАЭРОПОРТ»

Гавришев Максим Владимирович, студент

e-mail: maximgavrishev@gmail.com

Ващенко Екатерина Александровна, студентка

e-mail: katya.vashchenko.96@mail.ru

Гололобова Мария Андреевна, студентка

Юго-Западный государственный университет, г.Курск, Россия

В реальных условиях хозяйственной деятельности любой организации целесообразно периодически проводить всесторонний финансовый анализ своего состояния, в целях выявления недостатков в работе организации, причин их возникновения и разработки конкретных рекомендаций по улучшению деятельности.

Ключевые слова: платежеспособность, ликвидность активов, ликвидность баланса, ликвидность предприятия, расчетно-платежный баланс.

Актуальность выбранной темы заключается в исследовании платежеспособности одного из предприятий города Курска, занимающимся авиационными услугами, так как благополучное финансовое состояние организации – это важное условие ее непрерывной и эффективной деятельности. Для ее достижения необходимо обеспечить постоянную платежеспособность субъекта, высокую ликвидность его баланса, финансовую независимость.

Освещая теоретико-методологические подходы к анализу платежеспособности, можно прийти к выводу, что авторы трактуют данное понятие по-разному. Варианты трактовки понятия «платежеспособность», представленные разными авторами, приведены в табл. 1.

Таким, образом, платёжеспособность — это способность предприятия к быстрому погашению своих краткосрочных обязательств денежными активами.

Ликвидность — это способность организации «обеспечивать своевременное выполнение всех своих обязательств во всей обозримой перспективе своего существования».

Таблица 1 – Научный подход к понятию «платежеспособность»

Автор	Характеристика термина
Банк В. Р., Тараскина А. В.	Наличие у предприятия «средств и эквивалентов, достаточных для расчетов по кредиторской задолженности, требующей немедленного погашения»
Мных Е. В.	Способность предприятия к быстрому погашению своих краткосрочных обязательств. Платежеспособным считается предприятие, если его общие активы превышают долгосрочные и краткосрочные пассивы (обязательства). Платежеспособность рассматривается в более широком смысле, чем финансовое состояние и ликвидность, поскольку предполагает не только способность конвертирования оборотных активов в средства платежа, но и финансовую устойчивость.
Файдушенко В. А., Шандаков С. В.	Готовность предприятия своевременно выполнять свои платежные обязательства, то есть предприятие считается платежеспособным, когда у него достаточно денежных активов «для расчета по текущим обязательствам, требующих немедленного погашения»
Костырко Л. А., Зими́на Л. Ю., Перфильева В. М.	Платежеспособность — это способность предприятия немедленно погасить свои обязательства



Рис. 1. Классическая схема проведения анализа ликвидности и платежеспособности предприятия [1]

Под ликвидностью организации следует понимать возможности погасить все долговые обязательства, а платежеспособность характеризует возможность погашать только краткосрочные обязательства.

Единого подхода к проведению анализа ликвидности и платежеспособности не существует. Вместе с тем, большинство ученых-экономистов, таких как Артеменко В.Г., Белендир М. В., Костырко Р.А., Шеремет А.Д. и др. предлагают следующие этапы: анализ ликвидности активов и баланса;

оценка степени ликвидности предприятия с помощью коэффициентного анализа; факторный анализ ликвидности предприятия; анализ платежеспособности предприятия; оценка влияния внутренних и внешних факторов на ликвидность и платежеспособность предприятия с помощью экономико-математических методов (рис. 1).

Проведём анализ ликвидности и платежеспособности предприятия примере КПКО «Курскаэропорт»

В таблице 2 представлен анализ платежеспособности «Курский аэропорт».

Таблица 2 – Анализ относительных показателей платежеспособности

Показатели	Нормативное значение	2015	2016	2017	2016/2015	2017/2016
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,2	0,026	0,0003	0,019	-0,0257	0,0187
Коэффициент быстрой ликвидности	0,7	0,86	0,03	1,01	-0,83	0,98
Коэффициент текущей ликвидности	2,0	3,12	1,69	4,83	-1,43	3,14

По данным Таблицы № 2 можно заметить, что коэффициент абсолютной ликвидности не соответствует нормативному значению. При состоянии показателя равному 0,026 в 2015 году сокращается до 0,003 в 2016 году и увеличиваясь до 0,019 в 2017 году. Это означает, что на последнюю дату составления баланса, а именно 31.12.2017 года высоколиквидные активы, а это денежные средства на расчетном счете в кассе отсутствуют, а составившее показания 0,019 можно трактовать как на 1 рубль заемных средств 2 копейки собственных денежных свободных средств, т.е. Отношение 1 к 0,02. Это плохие полученные показатели.

Коэффициент быстрой ликвидности при норме 0,7-0,8 достигает нормативного значения в 2015 году и в 2017 году, что означает КПКО на 31.12.2017 год имеет возможность погашать с помощью быстроликвидных активов свою задолженность, а именно на 1 рубль заемных средств имеется 1 рубль 1 копейка собственных средств (денежных средств, краткосрочных финансовых вложений, дебиторской задолженности, непросроченной)

Коэффициент текущей ликвидности даёт основания отметить что на все расчетные даты коэффициент достигал нормативного значения и на конец отчетного периода на 1 рубль заемных средств имеется 4 рубля 83 копейки собственных средств, к которым приравниваются денежные средства, ценные бумаги, дебиторская задолженность и сумма полученная от продажи ценных бумаг.

Для повышения платежеспособности КПКО «Курскаэропорт» можно предложить расширение аэропорта, привлечение частных чартеров в Кур-

скую область, а также развитие туризма в области. Также рекомендуется улучшать материально-техническую базу для привлечения новых инвесторов, расширять сферу услуг.

Список литературы

1. Банк В. Р., Тараскина А. В. Теория экономического анализа. — М.: Финансы и статистика, 2010. — 536 с.
2. Жилин В.В., Чаплыгина М.А., Старых С.А., Савичева И.Г. Использование регрессионной модели в совершенствовании управления дебиторской задолженностью в хозяйственной деятельности субъектов хозяйствования Таврический научный обозреватель. 2017. № 3-2 (20). С. 19-24.
3. Жилин В.В., Чаплыгина М.А. Совершенствование аналитических действий работников потребительских обществ кооперации Курской области на основе регрессионного метода. Региональный вестник. 2017. № 3 (8). С. 17-22. 4.
4. Зиминова Л. Ю., Перфильева В. М. Платежеспособность и ликвидность как элементы анализа финансового состояния предприятия // Проблемы экономики и менеджмента. — 2016. — №12 (64). [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/platzhesposobnost-i-likvidnost-kak-elementy-analiza-finansovogo-sostoyaniya-predpriyatiya>
5. Лёвина Ю. А., Овсепян Г. Т. Финансовый анализ и его роль в обеспечении экономической безопасности предприятия // Политика, экономика и инновации. 2017.
6. Чаплыгина М.А., Сафонова А.И. Проблемы расчетов с дебиторами и кредиторами на современном этапе. В сборнике: Проблемы развития общества: право, экономика, технологии Материалы Всероссийской студенческой научно-практической конференции 22 апреля 2016 года. Курский институт кооперации (филиал) БУКЭП. 2016. С. 266-270. 5.
7. Чаплыгина М.А., Польская Г.А., Зубкова Т.А. Ускорение оборачиваемости товарных запасов - важнейший резерв сокращения издержек обращения. Вестник БИСТ (Башкирский институт социальных технологий). 2016. № 1-2 (30). С. 103-108.
8. Чаплыгина М.А., Польская Г.А., Виноградова Н.И. Практические аспекты совершенствования комплексного подхода к контролю за состоянием качества дебиторской задолженности. Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2014. № 1 (49). С. 366-373.
9. Чаплыгина М.А. Использование модели «затраты-объем продаж – прибыль» при факторном анализе формирования финансовых результатов в организациях потребительской кооперации В сборнике: Модернизация - путь России в XXI веке 2010. С. 109-116.

Gavrishev Maxim Vladimirovich; Student Southwestern State University
(e-mail: maximgavrishev@gmail.com)

Vashchenko Ekaterina Aleksandrovna; Student Southwestern State University
(e-mail: katya.vashchenko.96@mail.ru)

Gololobova Maria Andreevna; student Southwestern State University
ANALYSIS OF PAYMENTABILITY ON THE EXAMPLE OF KPCO KURSKKAEROPORT

Annotation: in real conditions of economic activity of any organization, it is advisable to periodically conduct a comprehensive financial analysis of one's condition, in order to identify shortcomings in the organization's work, the reasons for their occurrence and the development of specific recommendations for improving performance.

Keywords: solvency, liquidity of assets, liquidity of balance, liquidity of an enterprise, settlement and payment balance

БЮДЖЕТНАЯ СИСТЕМА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**Ганина Юлия Игоревна***Ульяновский государственный технический университет, Россия
ganina.1996@bk.ru**Данная статья посвящена рассмотрению принципов бюджетной системы РФ.*

Организация бюджетной системы любого государства базируется на определенных принципах. Они зависят от государственного устройства, от конституционного разграничения полномочий между уровнями власти и др. В СССР принципами бюджетного устройства были:

- демократический централизм;
- ленинская национальная политика;
- единство бюджетной системы.

Однако после 1991 г. сами принципы и их содержательное наполнение кардинально поменялись. Принципы бюджетного устройства в новой России сначала были сформулированы в Законе РСФСР от 10.10.1991 № 1734-1 «Об основах бюджетного устройства и бюджетного процесса в РСФСР»:

- единство бюджетной системы;
- полнота, реальность, гласность и самостоятельность всех бюджетов, входящих в бюджетную систему РСФСР.

После принятия Бюджетного кодекса РФ в 1998 г. эти принципы были уточнены и дополнены новыми. В их числе были:

- единство бюджетной системы;
- разграничение доходов и расходов между уровнями бюджетной системы Российской Федерации;
- самостоятельность бюджетов;
- полнота отражения доходов и расходов бюджетов, бюджетов государственных внебюджетных фондов;
- сбалансированность бюджета;
- эффективность и экономность использования бюджетных средств;
- общее (совокупное) покрытие расходов бюджетов;
- гласность;
- достоверность бюджета;
- адресность и целевой характер бюджетных средств.

Однако количественное расширение принципов не означает улучшения их качественного состава. Состав введенных принципов еще в 1998 г. вызвал критику. В частности, по мнению профессора В. М. Родионовой, из названных в Бюджетном кодексе РФ принципов только три являлись действительно принципами бюджетной системы: «единство бюджетной системы Российской Федерации», «разграничение

доходов и расходов между уровнями бюджетной системы», «самостоятельность бюджетов».

На взгляд автора, это вполне справедливо. Ведь даже признанный В. М. Родионовой принцип разграничения доходов и расходов между уровнями бюджетной системы нельзя отнести к таковым, поскольку это – условие, вытекающее из принципа единства бюджетной системы (само разграничение доходов и расходов между уровнями власти в свою очередь осуществляется в соответствии с определенными принципами).

С развитием бюджетного законодательства перечень принципов бюджетной системы РФ уточнялся и дополнялся. В 2004 г. Федеральным законом от 20.08.2004 № 120-ФЗ «О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации в части регулирования межбюджетных отношений» он был дополнен принципом равенства бюджетных прав субъектов Российской Федерации, муниципальных образований. Также вместо принципа гласности был введен принцип прозрачности (открытости). В 2007 г. Федеральным законом от 26.04.2007 № 63-ФЗ «О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации в части регулирования бюджетного процесса и приведения в соответствие с бюджетным законодательством Российской Федерации отдельных законодательных актов Российской Федерации» были введены принципы подведомственности расходов бюджетов и единства кассы.

В настоящее время Бюджетный кодекс РФ определяет 13 принципов бюджетной системы РФ. Рассмотрим некоторые из них.

Первый принцип – единство бюджетной системы. Это единственный принцип, позаимствованный из старой советской системы. Тем не менее он отражает особенности нашей современной бюджетной системы. Не во всех федеративных странах подобный принцип введен законодательно. Например, он не применяется в бюджетной системе США. В Российской Федерации принцип реализуется, и содержательное наполнение ст. 29 Бюджетного кодекса РФ в настоящее время не вызывает сомнений. Хотя в 1998 г. в момент принятия Бюджетного кодекса РФ именно содержательное наполнение данной статьи вызывало вопросы.

Следующий принцип – разграничение доходов, расходов и источников финансирования дефицитов бюджетов между бюджетами бюджетной системы Российской Федерации. Этот принцип – следствие принципа единства бюджетной системы. Если реализуется принцип единства бюджетной системы, то неизбежно возникает необходимость разграничивать законодательно доходы, расходы и источники финансирования бюджетного дефицита.

Принцип самостоятельности бюджетов – один из первых, введенных Законом РСФСР от 10.10.1991 № 1734-1 «Об основах бюджетного устройства и бюджетного процесса в РСФСР». Законодатель определяет самостоятельность бюджетов через право и обязанность органов

государственной власти и органов местного самоуправления самостоятельно обеспечивать сбалансированность соответствующих бюджетов и эффективность использования бюджетных средств. То есть речь идет о том, что субъекты РФ и местная власть сами должны решать – как и за счет чего они будут обеспечивать сбалансированность своего бюджета.

Принцип равенства бюджетных прав субъектов Российской Федерации, муниципальных образований был введен в Бюджетный кодекс РФ в 2004 г. Можно утверждать, что это равенство есть, поскольку в отношении всех субъектов РФ и муниципальных образований применяются единые правила и требования. Это касается прежде всего формирования их доходов, в том числе и за счет межбюджетных трансфертов. Хотя здесь с позиции справедливости можно было бы возразить против субсидий, которые предоставляются из федерального бюджета: они выделяются и успешным регионам, которые могут участвовать в софинансировании программ или проектов.

Следующим по Бюджетному кодексу РФ идет принцип полноты отражения доходов, расходов и источников финансирования дефицитов бюджетов. На наш взгляд – это не принцип, а обязательное требование ко всем бюджетам. Нельзя представить, что в соответствующих бюджетах доходы и расходы или источники финансирования дефицитов бюджетов не будут представлены или представлены не в полном объеме.

Принцип единства кассы – это особенность нашей бюджетной системы, и он не является обязательным для бюджетных систем. Содержательное наполнение данного принципа понятно и возражений не вызывает.

Итак, к организационным принципам бюджетной системы РФ можно отнести следующие:

- единство бюджетной системы Российской Федерации;
- самостоятельность бюджетов;
- равенство бюджетных прав субъектов Российской Федерации, муниципальных образований;
- сбалансированность бюджета;
- прозрачность (открытость);
- единство кассы.

Содержательное наполнение некоторых из них также требует уточнения. Но это все же принципы. Критерии отнесения их к принципам:

- необязательность;
- особенности нашей бюджетной системы.

Остальные принципы, по нашему мнению, следует считать обязательными требованиями, которые также можно было бы законодательно заявить в Бюджетном кодексе РФ.

Список литературы

1. Бюджетный кодекс РФ: Федеральный закон от 31.07.1998 № 145-ФЗ.
2. Родионова В.М. Современные требования к бюджетному законодательству // Финансы 1998. № 7. С. 10.
3. Сабитова Н.М. Бюджетное устройство Российской Федерации: теоретические аспекты. – Казань: Изд. КФЭИ. 2001.
4. Шитов, В.Н. История финансов России: учебное пособие. – 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2013. – 160 с.
5. Шитов, В.Н. История российского министерства финансов в лицах его руководителей. Монография / В.Н. Шитов. – 2-е изд., доп. – Ульяновск: УлГТУ, 2018. – 101 с.

УДК 376.2

МАРКЕТИНГ В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ

Ганеев В.О., магистрант

Юго-Западный государственный университет, г.Курск, Россия

В данной статье рассмотрена сущность маркетинга в сфере образования. Обоснована необходимость использования маркетинга услуг образовательных учреждений. Выявлено влияние маркетинга на конкурентноспособность образовательных учреждений. Обоснованы основные направления маркетинговой деятельности образовательных учреждений.

Ключевые слова: маркетинг, образовательные услуги, сфера образования.

Маркетинг образовательных услуг в России – явление относительно новое. Изучение данного феномена идет с начала 90-х гг. – с момента появления негосударственных вузов и разрешения набирать абитуриентов для обучения на платной основе в государственных вузах. Основные исследования маркетинга образовательных услуг в сфере высшего профессионального образования представлены в работах Панкрухина А.П., Мамонтова С.А., Сагиновой О.В., Джапаровой Р., Зотова В.Н. и др.

А.П. Панкрухин определяет маркетинг в сфере образования следующим образом: «это философия (как совокупность общих принципов рыночных отношений, как система взглядов), стратегия и тактика отношений и взаимодействий потребителей (пользователей), посредников и производителей образовательных услуг и продуктов в условиях рынка, свободного выбора приоритетов и действий с обеих сторон обмена ценностями». Это те отношения, которые ведут к удовлетворению потребностей субъектов маркетинга:

- личности – в образовании (в знаниях, навыках, которые будут способствовать успешному трудоустройству и самореализации человека);
- учебного заведения – в развитии и благосостоянии его сотрудников;

- организаций и учреждений как работодателей – в росте кадрового потенциала и как результата – в росте благосостояния компании;
- общества – в расширенном воспроизводстве совокупного и личностного и интеллектуального потенциала, результатом которого в конечном итоге является развитие страны в целом [1].

По нашему мнению данный перечень является не законченным, т.к. к субъектам маркетинга также можно отнести государство, которое в результате удовлетворяет свою потребность в специалистах, необходимых для реализации практических доктрин, определенных в среднесрочной и долгосрочной перспективах.

Традиционными особенностями услуг считаются следующие:

1. **Неосвязаемость** – услугу нельзя продемонстрировать. Именно это качество является основной сложностью в процессе продвижения услуги. Степень неосвязаемости также может быть различной – от материальных услуг (таких как ремонт автомобиля) до нематериальных услуг (например, образовательных). Потенциальным потребителям услуг приходится делать выбор исходя из места, персонала, оборудования и средств предоставления услуг – всего того, что может дать какое-либо представление о предполагаемом качестве услуги.

2. **Непостоянство качества** – качество услуги может сильно изменяться в зависимости от места, времени предоставления услуги, но в первую очередь от того, кто это услугу предоставляет. В данном случае огромную роль играет так называемый «человеческий фактор» (квалификация персонала, личностные характеристики, состояние здоровья, настроение и др.).

3. **Неотделимость** – в отличие от товара, который существует вне зависимости от своего источника, услуга вне зависимости от источника существовать не может. Услуги одновременно и предоставляются и потребляются. Например, источником образовательной услуги является преподаватель. Образовательная услуга предоставляется коллективом преподавателей во время курса обучения и одновременно потребляется слушателями (студентами).

4. **Недолговечность** – услуга не может быть сохранена с целью дальнейшего использования или продажи [2, ст. 629].

Эти особенности считаются традиционными потому, что их можно отнести к любой услуге, будь то парикмахерские услуги или грузоперевозки.

В результате анализа существующего материала автором были сформулированы отличительные особенности образовательной услуги:

5. **«Неотделимость от исходного материала»** – от интеллектуальных способностей студентов, их багажа знаний и личностных особенностей (таких как трудолюбие, целеустремленность, усидчивость, ответственность).

Если на основные особенности услуги руководство вуза повлиять может (подбором высококвалифицированных преподавателей, оснащением вуза современной техникой и др.), то последняя особенность поддается лишь

косвенному влиянию: посредством усиления маркетинговой активности вуза с целью привлечения наиболее способных абитуриентов, либо ужесточения правил отбора (например, введение порогового значения проходного балла).

6. **Отсроченность результата** – знания, получаемые студентами в ходе обучения, могут оказаться полезными через год или через пять лет, а могут и не пригодиться вовсе.

Основные особенности услуг формируют и особенности маркетинга – основной акцент здесь делается на качество взаимодействия продавца и покупателя.

В основе маркетинга образовательных услуг в сфере высшего образования лежат следующие традиционные черты маркетинга услуг:

- Значимость внутреннего маркетинга – высшее учебное заведение, как и любая другая организация, должно уделять особое значение формированию ориентации персонала на удовлетворение потребностей клиентов;
- Значимость двухстороннего маркетинга – вуз должен налаживать эффективное взаимодействие поставщика услуги и потребителя.

В то же время маркетинг образовательных услуг обладает рядом особенностей:

1. Полисубъектностью: субъектами маркетинга выступают не только образовательные учреждения как источник образовательных услуг, потребители, государство, но также и широкие круги посредников (например, органы управления системой образования, службы занятости и др.).

2. Наличием нескольких групп потребителей: первой группой потребителей (непосредственным потребителем) образовательной услуги являются студенты. Конечным потребителем образовательных услуг являются организации, учреждения, выступающие в качестве работодателей. Именно работодатели формируют спрос на те или иные специальности, таким образом влияя на образовательные услуги – на перечень специальностей, на комплексы дисциплин, а также на техническое обеспечение образовательного процесса. Таким образом, образовательное учреждение одновременно функционирует на нескольких рынках: на рынке непосредственных потребителей образовательных услуг (студентов, слушателей), на рынке работодателей, в т.ч. и государства. В маркетинге образовательных услуг особую роль играет государство – государство финансирует систему образования, устанавливает перечень профессий и специальностей, по которым ведется подготовка специалистов, проводит аккредитацию и аттестацию образовательных учреждений, тем самым выступая гарантом качества образовательных услуг.

3. Также маркетинг образовательных услуг характеризуется полиобъектностью: объектом маркетинга являются не только образовательные услуги, но и само образовательное учреждение (его имидж, статус), преподавательский состав (репутация преподавателей, их компетентность в соответствующих науках), его местоположение (где расположено, какими об-

ладает возможностями для размещения иногородних и иностранных студентов) и т.д.

Питер Друкер считает, что «цель маркетинга – узнать и понять клиента настолько, чтобы товар или услуга точно соответствовали его требованиям и продавали себя сами» [2, стр. 33]. Клиентами в данном случае будут являться потребители, покупатели, а также иные группы, прямо или косвенно заинтересованные в деятельности высшего образовательного учреждения. Таким образом, образовательная услуга должна способствовать максимальному удовлетворению потребностей клиентов [3]:

- студентов – в получении необходимых знаний, навыков и умений;
- компаний-работодателей – в получении квалифицированных специалистов;
- государства – в получении высококвалифицированных специалистов (не только в области управления, но и научно-педагогических кадрах).

Удовлетворение потребностей образовательного учреждения и его клиентов происходит путем обмена, т.е. обмен выступает в качестве акта получения желаемого объекта.

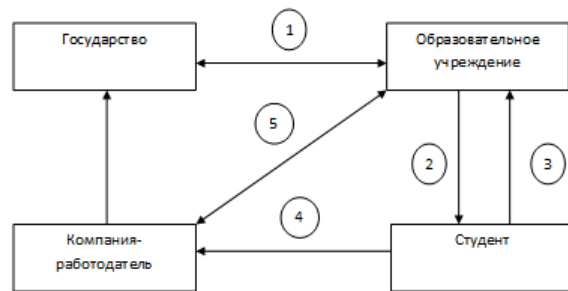


Рис. 1. Модель взаимоотношений на рынке образовательных услуг

Образовательная услуга участвует в трех обменных процессах (схема обменных процессов представлена на рисунке 1):

1. На макроуровне: при обмене между государством и образовательным учреждением (1). На данном уровне происходит удовлетворение потребностей государства (в лице общества) посредством целевого заказа на обучение высококвалифицированных специалистов в обмен на финансовые, материально-технические и информационные ресурсы.

2. На микроуровне: обмен между личностью (абитуриентом, студентом, учеником) и конкретным образовательным учреждением (2). Студент приобретает знания, навыки, умения по конкретной специальности, образовательное учреждение – денежные средства (при обучении на бесплатной основе (3)). Также студент получает определенный социальный статус – статус студента. Если же студент обучается на бюджетной основе, образовательное учреждение получает денежные средства от государства. По-

средством студентов образовательное учреждение формирует свой имидж на рынке.

3. На мезоуровне: обмен между образовательным учреждением и между работодателем (5). Обмен между образовательным учреждением и компанией денежными средствами, материально-техническими средствами происходит при обучении «целевых» студентов. Также образовательное учреждение и компания-работодатель могут взаимодействовать путем формирования и реализации образовательных программ, специально адаптированных под конкретное предприятие.

Также происходит трехсторонний обмен между личностью, вузом и конкретным предприятием: студент получает знания, навыки, умения в конкретном образовательном учреждении и потом реализует их в процессе трудовой деятельности (4).

Компания-работодатель, реализуя свои основные функции, является налогоплательщиком, т.е. осуществляется формирование доходной части бюджета (6).

С целью повышения спроса на услуги высших учебных заведений используется определенный набор инструментов – маркетинговый комплекс, основные возможности которого представлены в виде четырех групп переменных – модели 4P:

- **Product** (продукт, услуга) – все то, что может быть предложено на рынке для потребления или использования; все то, что может удовлетворить какие-либо потребности;
- **Price** (цена) – количество денежных средств или других ценностей, которые клиент меняет на преимущество обладания или использования продукта;
- **Place** (методы распространения товара);
- **Promotion** (методы продвижения товара) – действия, информирующие потенциальных потребителей о продукции или услуге, а также влияющие на процесс принятия решения о покупке.

Один из ведущих специалистов в сфере маркетинга образовательных услуг А.П. Панкрухин в качестве 5-го инструмента выделяет персонал (personnel), таким образом, трансформируя модель 4P в 5P. Но в его концепции под персоналом понимается, прежде всего, «персонал для профессионального выполнения функций маркетинга». В таком понимании персонал действительно можно рассматривать в качестве инструмента, посредством которого можно достигать желаемых целей. Но такая трактовка представляется односторонней, т.к. при этом широкая категория персонала сужается до специалистов в сфере маркетинга, игнорируя тем самым один из важнейших компонентов самой образовательной услуги – преподавательский состав. На наш взгляд, данная категория является суженной, поэтому следует расширить категорию personnel в данной модели, включив в качестве обязательного элемента преподавательский состав. Расширение

данной категории необходимо для того, чтобы определить основных субъектов реализации основных задач образовательного учреждения.

С точки зрения маркетинга основными задачами образовательного учреждения являются следующие:

1. удовлетворение потребностей рынка труда в высококвалифицированных специалистах;
2. удовлетворение потребностей личности в знаниях, навыках и умениях;
3. удовлетворение потребностей рынка труда в научно-педагогических кадрах высшей квалификации;
4. удовлетворение потребностей хозяйства в знаниях фундаментального характера;
5. удовлетворение потребностей рынка в научно-технической продукции;
6. интеграция научных исследований и учебного процесса[4].

Также представляется целесообразным выделить в качестве одной из приоритетных задач образовательного учреждения удовлетворение потребностей государства в высококвалифицированных специалистах, которые могут участвовать в процессе государственного и муниципального управления.

Маркетинговая деятельность предполагает «сопровождение» со стороны маркетологов реализации управленческих решений, посредством которых осуществляется воздействие на внутреннюю и внешнюю среду с целью доведения информации о новом качестве образовательной услуги до потребителя.

Владение информацией об образовательных потребностях населения не является самоценным, оно не способно повысить эффективность функционирования вуза. Только активное использование этих данных в совокупности с профессионализмом персонала вузов (речь идет не только о преподавательском составе, но и специалистах в сфере некоммерческого маркетинга) даст возможность выйти на принципиально новый уровень развития системы образования в целом.

В результате проведенного анализа можно сделать вывод о том, что маркетинг образовательных услуг – это комплексное явление, в основе которого лежит традиционный маркетинг услуг, обладающий однако рядом отличительных особенностей.

Значимость маркетинга в сфере высшего образования сложно переоценить: с одной стороны, маркетинг выступает в качестве инструмента повышения конкурентоспособности образовательного учреждения, а с другой – можно рассматривать как учебную дисциплину, которую можно изучать на примере самого вуза.

Список литературы

1. Панкрухин А.П. Маркетинг образовательных услуг: теория, методология, практика [электронный ресурс] // Режим доступа: URL: <http://www.marketing.spb.ru/lib-special/branch/mou/1.htm> (дата обращения 05.02.2011).
2. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы Маркетинга. М.: Вильямс, 2001. 944 с.
3. Сагинова О.М. Маркетинг образовательных услуг [электронный ресурс] // Режим доступа: URL: <http://www.cfin.ru/press/marketing/1999-1/05.shtml> (дата обращения 20.04.2011)
4. Зверева Н.В. Управление маркетингом в вузе, концепции и коммуникации // Сборник статей «Развитие маркетинговых коммуникаций». М.: ВЗФЭИ, 2007.
5. Чернышова О.В. Психолого-педагогические сопровождение обучения студентов в вузе [Текст] / О.В. Чернышова // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия «Лингвистика и педагогика». - 2015. - №1. - С.123.
6. Ворошилова О. Л. Инновационные подходы к подготовке специалистов в XXI веке [Текст] / О.Л. Ворошилова // Ресурсы развития социально-профессиональной траектории учащейся молодежи: вызовы XXI века: материалы всероссийской научно-практической конференции с международным участием. - 2015. - С.150.
7. О мерах по обеспечению доступности качественного образования детей с ограниченными возможностями здоровья и детей-инвалидов/ Ворошилова Е.Л., Ворошилова О.Л./ В сборнике: Теоретические и прикладные вопросы специальной педагогики и психологии: Встреча поколений..., Материалы VIII международной научно-практической конференции молодых ученых и студентов, посвященной памяти профессора Р. Е. Левиной. 2015. С. 93-97.
8. К вопросу о методах исследования удовлетворенности студентов различными аспектами деятельности преподавателей и кураторов студенческих групп/ Копылова Т.Ю., Ворошилова О.Л.// Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2018. Т. 8. № 4 (29). С. 162-170.
9. Диверсификация образовательной программы как фактор профессиональной успешности выпускников направления подготовки "гостиничное дело"/ Горюшкина Н.Е., Ворошилова О.Л.// Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2017. Т. 7. № 4 (25). С. 139-145.
10. Актуальные проблемы современной психологии образования/ Карасева Е.О., Копылова Т.Ю., Кузнецова А.А., Кузнецова М.В., Никитина Е.А., Ворошилова О.Л., Чернышова О.В., Шаталова Н.А.// Курск, 2018.
11. К вопросу формирования связной монологической речи у детей с онр старшего дошкольного возраста/ Ворошилова О.Л., Россинская И.А.// В сборнике: Интегративные процессы в образовании и медицине – 2015, Сборник научных трудов. Курск, 2015. С. 24-28.
12. Анимационный сервис в структуре туристической деятельности/ Ворошилова О.Л., Алимян А.А.// В сборнике: Актуальные проблемы развития туристической инфраструктуры, Материалы международной научной конференции. Юго-Западный гос. университет ; Отв. ред. Н. Н. Коротева. 2017. С. 13-17.

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ДОЛГ КАК ИНСТРУМЕНТ ВЛИЯНИЯ НА СОСТОЯНИЕ ЭКОНОМИКИ (НА ПРИМЕРЕ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ)

Головчанский Илья Александрович, студент

(e-mail: mail@golovchansky.com)

Плужникова Татьяна Владимировна, студентка

(e-mail: pluzhnikova.ta@yandex.ru)

Научный руководитель:

Хамалинская Виктория Владимировна, к.э.н., доцент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия*

В данной статье рассмотрен государственный долг Красноярского края за 2015 -2019 годы и проведен его анализ. Раскрыта структура государственного долга данного субъекта, а также отображен эффект действия управления госдолгом субъекта на его социально-экономическое развитие.

Ключевые слова: экономический рост, государственный долг Красноярского края, Красноярский край, влияние государственного долга, бюджетный кредит, государственные гарантии, кредитный рейтинг.

В современных условиях, при волатильности финансовых, сырьевых рынков, экономической нестабильности вопрос о сбалансированности бюджетов, государственном долге субъектов Российской Федерации можно считать достаточно актуальными, так как именно они являются основой для обеспечения финансовой устойчивости экономик регионов. Одним из важнейших вопросов выступают долговые обязательства субъектов Российской Федерации, как в целом, так и отдельных регионов.

По данным, представленным Министерством финансов Российской Федерации, общий объем государственного долга всех субъектов Российской Федерации сохраняет тенденцию роста. Так, на протяжении 2010-2018 годов сумма государственного долга регионов нашей страны последовательно увеличивалась. Стоит отметить, что в 2010 году совокупный объем государственного долга субъектов впервые превысил отметку триллиона рублей, а региональная задолженность по состоянию на май 2019 года составляет уже более двух триллионов рублей (табл. 1).

Состав долга, приведенный в таблице 1, показывает, что 73,82% составляют ценные бумаги Красноярского края, 23,17% - бюджетные кредиты, привлеченные в краевой бюджет от других бюджетов бюджетной системы Российской Федерации, 3,01% - кредиты от кредитных организаций. Иные долговые обязательства и обязательства по государственным гарантиям отсутствуют. В структуре государственного долга Красноярского края, в отличие от структуры государственного долга в целом по стране, преобладают рыночные инструменты. Но у этого можно отметить и отрицатель-

ную сторону, которая проявляется в повышении стоимости обслуживания, что в свою очередь влияет на увеличение расходов бюджета рассматриваемого субъекта федерации.

Таблица 1. Объем и структура государственного долга субъектов РФ, СФО, Красноярского края на 01.05.2019 г., тыс. рублей [3, 4, 5]

Структура государственного долга ППО		Красноярский край	Сибирский федеральный округ	Итого РФ	по
всего		Объем	99 780 685,93	272 692 172,10	2 044 754 667,01
в том числе по видам долговых обязательств	государственные ценные бумаги	Объем	73 656 000,00	128 341 112,80	544 099 339,40
		Доля	73,82%	47,06%	26,61%
	кредиты от кредитных организаций, иностранных банков и международных финансовых организаций	Объем	3 000 000,00	16 500 000,00	441 373 698,02
		Доля	3,01%	6,05%	21,59%
	бюджетные кредиты от других бюджетов бюджетной системы Российской Федерации	Объем	23 121 451,19	120 470 264,38	982 626 085,96
		Доля	23,17%	44,18%	48,06%
	государственные гарантии	Объем	0,00	4 724,42	69 202 840,80
		Доля	0,00%	0,002%	3,38%
	иные долговые обязательства	Объем	3 234,73	7 376 070,51	7 452 702,82
		Доля	0,00%	2,70%	0,36%

Источники данных: собственные расчеты авторов, Министерство финансов Красноярского края, Министерство финансов Российской Федерации

Таблица 2. Доля государственного долга Красноярского края в объеме государственного долга СФО и РФ, % [3, 4, 5]

		Красноярский край	
Структура государственного долга ППО		СФО	Валовой объем по РФ
всего		36,59	4,88
в том числе по видам долговых обязательств	государственные ценные бумаги	57,39	13,54
	кредиты от кредитных организаций, иностранных банков и международных финансовых организаций	18,18	0,68
	бюджетные кредиты от других бюджетов бюджетной системы Российской Федерации	19,19	2,35
	государственные гарантии	0,00	0,00
	иные долговые обязательства	0,044	0,043

По данным таблицы 2 видно, что доля государственного долга Красноярского края в общем объеме государственного долга Российской Федерации составляет 4,88%, что можно считать весомым показателем, учитывая количество субъектов федерации. В структуре государственного долга Сибирского федерального округа по регионам Красноярский край занимает 36,59%, что также является сравнительно большим показателем (прим.: в состав федерального округа входят 12 субъектов).

Таблица 3. Динамика долговых обязательств Красноярского края за 2015-2018 гг. тыс.р.

Год	Показатель	всего	в том числе по видам долговых обязательств				
			государственные ценные бумаги	кредиты от кредитных организаций, иностранных банков и международных финансовых организаций	бюджетные кредиты от других бюджетов бюджетной системы РФ	государственные гарантии	иные долговые обязательства
2015 (01.2016)	Отклонение	15 992 821,70	9 877 000,00	306 000,00	7 651 423,59	-1 841 601,89	0,00
	Темп прироста	23,27%	22,56%	2,25%	83,85%	-83,62%	0,00 %
2016 (01.2017)	Отклонение	11 168 148,86	6 999 000,00	-3 768 075,00	8 026 121,20	-88 897,34	0,00
	Темп прироста	13,18%	13,04%	-27,05%	47,84%	-24,65%	0,00 %
2017 (01.2018)	Отклонение	3 733 002,00	3 368 000,00	960 000,00	-509 498,00	-85 500,00	0,00
	Темп прироста	3,89%	5,55%	9,45%	-2,05%	-31,46%	0,00 %
2018 (01.2019)	Отклонение	4 267 250,41	9 625 000,00	-3 999 953,60	-1 171 491,00	-186 304,99	0,00
	Темп прироста	4,28%	15,03%	-35,97%	-4,82%	-100,00%	0,00 %
2019 (05.2019)	Отклонение	-4 120 400,00	0,00	-4 120 400,00	0,00	0,00	0,00
	Темп прироста	-3,97%	0,00%	-57,87%	0,00%	—	0,00 %
Источники данных: собственные расчеты авторов, Министерство финансов Красноярского края, Министерство финансов Российской Федерации							

Рассматривая динамику долговых обязательств (табл.3), можно заметить, что в 2015 году долговые обязательства увеличились на 15 992 821,7 тыс. рублей или на 23,27%, что произошло преимущественно за счет государственных ценных бумаг на 9 877 000 тыс. рублей (+22,56%), бюджетных кредитов 7 651 423,59 тыс. рублей (+83,85%), было в этом году и погашение по государственным гарантиям на 1 841 601,89 тыс. рублей (-83,62%). В 2016 году государственный долг увеличился на 11 168 148,86 тыс. рублей (+13,18%), что было обусловлено привлечением бюджетных кредитов на 8 026 121,20 тыс. рублей (+47,84%), государственными ценными бумагами на 6 999 000 (+13,04%), погашения в этом году были по кредитам кредитных организаций на сумму 3 768 075 тыс. рублей (-27,05%) и по государственным гарантиям на 88 897,34 тыс. рублей (-24,65%). В 2017 году сумма, на которую увеличились долговые обязательства, составила 3 733 002 тыс. рублей (+3,89%), что объясняется по большей части выпуском государственных ценных бумаг на 3 368 000 тыс. рублей (+5,55%). В 2018 году, державшаяся на протяжении трех предыдущих лет тенденция сокращения абсолютного отклонения и уменьшения темпа прироста долговых обязательств, сменилась противоположным

трендом и отклонение составило +4 267 250,41 тыс. рублей (+4,28%), несмотря на то, что в этом году были значительные объемы погашений, касающиеся кредитов кредитных организаций - 3 999 953,6 тыс. рублей (-35,97%), бюджетных кредитов - 1 171 491 тыс. рублей (-4,82%). Стоит отметить, что в прошедшем году полностью были погашены заимствования по государственным гарантиям.

По структуре государственного долга Красноярского края в 2015-2018 годах можно отметить, что в ней преобладали государственные ценные бумаги на протяжении всего рассматриваемого периода, составляя от 63,26% до 70,89%. Далее идут бюджетные кредиты (19,8% – 25,86%), за ними кредиты кредитных организаций (6,85% – 16,44%). Долю, почти равную нулю составляют государственные гарантии и иные долговые обязательства.

Таблица 4. Структура государственного долга Красноярского края в 2015-2018 годах

Год	всего	в том числе по видам долговых обязательств				
		государственные ценные бумаги	кредиты от кредитных организаций, иностранных банков и международных финансовых организаций	бюджетные кредиты от других бюджетов бюджетной системы Российской Федерации	государственные гарантии	иные долговые обязательства
2015 (01.2016)	84 732 684,65	63,33%	16,44%	19,80%	0,43%	0,004%
2016 (01.2017)	95 900 833,52	63,26%	10,59%	25,86%	0,28%	0,003%
2017 (01.2018)	99 633 835,52	64,27%	11,16%	24,38%	0,19%	0,003%
2018 (01.2019)	103 901 085,93	70,89%	6,85%	22,25%	0,00%	0,003%
2019 (05.2019)	99 780 685,93	73,82%	3,01%	23,17%	0,00%	0,003%

В отношении внешних заимствований можно сказать, что в данном субъекте, как и во всех других, они не требуют погашения, так как не привлекались, и их привлечение не планируются в 2019-2021 годах.

В соответствии с Бюджетным кодексом Российской Федерации предельный объем государственного долга региона не должен превышать утвержденный общий годовой объем доходов бюджета субъекта федерации без учета утвержденного объема безвозмездных поступлений. Вместе с

тем государственный долг Красноярского края составляет примерно 56% от объема собственных доходов. Последние три года этот показатель не повышался, что говорит о его стабилизации, но при этом общий объем долговой нагрузки наращивался. Тем не менее, можно отметить то, что наиболее высокий объем задолженности остается в четырех субъектах федерации, среди которых и Красноярский край. На бюджетные показатели Красноярского края значительное влияние оказывает волатильность на международных сырьевых рынках в последние годы и по ценам, и по спросу.

Поскольку наращивание государственного долга, в том числе было связано с таким спортивным событием, как Универсиада-2019, то после её проведения крупных расходов краю уже не потребуется. В проекте краевого бюджета на среднесрочную перспективу 2019-2021 гг. предусмотрено обеспечение его сбалансированности к 2021 году, также планируется снижение долговой нагрузки.

Стоит отметить, что в ноябре 2018 года международное агентство «Standard & Poor's» подтвердило кредитный рейтинг Красноярского края на уровне «ВВ» (стабильный). По мнению экспертов агентства, в крае ожидается устойчивый рост доходов на уровне выше среднероссийских показателей. Налоговые поступления в регионе увеличатся за счет возросших объемов производства и запуска новых мощностей [7].

Поддержание сбалансированности региональных бюджетов может обеспечиваться за счет получения бюджетных кредитов и мер, направленных на увеличение собственной доходной базы, сокращение неэффективных расходов, снижение привлечения дорогостоящих коммерческих кредитов, сдерживание наращивания объема государственного долга.

Можно предположить, что рассматриваемый субъект федерации будет поддерживать низкий уровень долга, не превышающий 60% собственных доходов, продолжать придерживаться взвешенного подхода к управлению ликвидностью. В целом управление государственным долгом, как совокупность действий, которые связаны с обслуживанием и погашением государственного долга, должно решать задачи минимизации стоимости государственного долга, эффективного использования привлеченных средств, усиления инвестиционного характера займов, привлечения средств на самых выгодных условиях (по срокам и по стоимости). Именно к этому должен стремиться не только Красноярский край, но и все субъекты нашей страны.

Список литературы

1. «Бюджетный кодекс Российской Федерации» от 31.07.1998 N 145-ФЗ // Режим доступа: <http://consultant.ru> (дата обращения 22.05.2018)

2. Головчанский И.А., Плужникова Т.В. анализ государственного долга и долговой устойчивости города Москвы в 2015-2019 годах и плановом периоде 2020-2021 годов // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. - 2019. - №2 (36). - С. 188-195.

3. Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации // Режим доступа: <https://minfin.ru/> (дата обращения 23.05.2019)

4. Единый портал бюджетной системы Российской Федерации // Режим доступа: <http://budget.gov.ru> (дата обращения 23.05.2019)

5. Официальный сайт Министерства финансов Красноярского края // Режим доступа: <http://minfin.krskstate.ru> (дата обращения 22.05.2018)

6. Официальный сайт Сибирского Агентства Новостей // Режим доступа: <http://krsk.sibnovosti.ru> (дата обращения 24.05.2019)

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОДУКТОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ

Губарев Николай Александрович, студент

(e-mail: aleck.gubarev2012@yandex.ru)

Грудинкин Владислав Владимирович, студент

(e-mail: grud.v@mail.ru)

Болычева Елена Александровна, к.э.н.

Юго-Западный государственный университет, г.Курск, Россия

(e-mail: boly4eva2012@yandex.ru)

В статье раскрываются основные институциональные проблемы обеспечения продуктовой безопасности России на современном этапе, влияние ее вступления в ВТО и продуктового эмбарго на обеспечение продуктовой безопасности.

Ключевые слова: продовольственная безопасность, продовольственная проблема, продуктивное эмбарго, импортозамещение, развитие АПК.

Современная социально-экономическая среда отличается высокими рисками и неопределенностью. Дестабилизация экономического положения ударила как по производителям продуктов, так и по уровню благосостояния населения. Влияние негативных факторов привело к снижению прибыли и интенсивности производства предприятий АПК. Производители были вынуждены повысить цены. Однако в стране, где по данным статистических исследований, более 60 % населения относится к категории малообеспеченных, из них 40 % к категории бедных – рост стоимости продуктов может вызвать социальную напряженность.

Обеспечение продовольственной безопасности напрямую зависит от уровня развития сельскохозяйственной отрасли. Долгое время отдельные проблемы внутреннего производства решались за счет импорта продовольственных продуктов, но сегодня проблема стоит более остро.

Не успела Россия вступить в ВТО, снизив порог входа на рынок сельскохозяйственной продукции для импортных производителей, как оказалась втянута в санкционные войны. Еще не были отработаны механизмы защиты внутреннего рынка, не все проблемы были решены законодательно, как по отрасли АПК ударил финансовый кризис. Производители про-

довольствия очень чувствительны к влиянию внешних факторов. Помимо этого отрасль зависит от климатических факторов.

Однако введение санкций и ответного продуктового эмбарго оказали неоднозначное влияние на развитие агропромышленного комплекса. Впервые за долгое время сельское хозяйство получило столь масштабную поддержку государства. Развитие политики импортозамещения позволило выйти на внутренний рынок многим представителям малого бизнеса, активизировалось развитие фермерства, семейных предприятий в сфере сельского хозяйства. За период с 2016 по 2018 годы число прибыльных фермерских хозяйств выросло в три раза (рисунок 1).

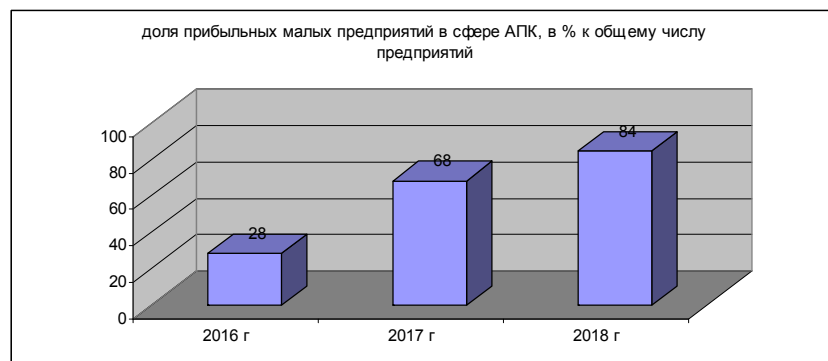


Рисунок 1 – Динамика доли прибыльных малых предприятий в сфере АПК, в %

Развитие внутреннего сельскохозяйственного производства позволило преодолеть ряд существенных рисков и снизить вероятность развития продовольственной проблемы. Рынок производства продуктов питания активно развивается, он очень привлекателен для внешних производителей. Невозможность легального доступа к рынку обострила проблему контрабанды запрещенной продукции.

В основе проблемы лежит тот факт, что эмбарго было введено только Россией, остальные страны ЕАЭС к эмбарго не присоединились. Внутренние же границы между странами, членами ЕАЭС довольно прозрачны, что позволяет ввозить санкционные товары сначала на территорию стран-участниц ЕАЭС, а затем уже из них ввозить их в Россию. В этой схеме принимают участие страны – посредники, в числе которых можно назвать Албанию, Македонию, Швейцарию, Сербию, Боснию, не являющиеся членами ЕС.

Большую роль в обеспечении каналов поставки в Россию санкционных товаров играют Казахстан и Белоруссия. Эти поставки наносят существенный ущерб развитию внутреннего производства.

Так, в период с 2014 по 2018 год существенно вырос объем поставок из Белоруссии в Россию молока, мяса, фруктов, рыбы.

Так, в Курскую область через таможенный пост Крупец в 2016 году было поставлено 150 тонн молока, в 2018 году этот объем достиг 191 тонны (рисунок 2), все молоко поставляется как произведенное в Белоруссии.

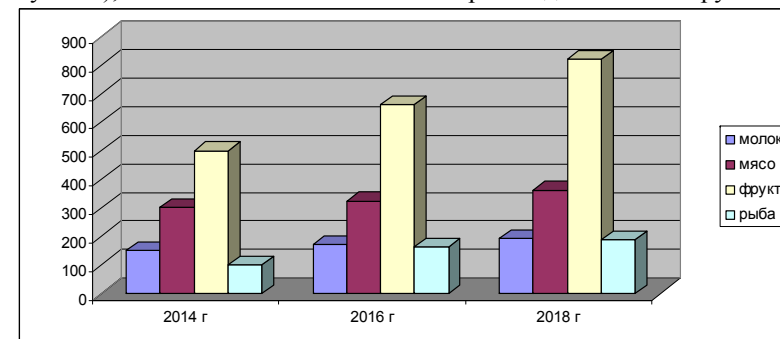


Рисунок 2 – Динамика поставок продуктов через таможенный пост Крупец, тонн

Еще одним риском является ввоз в Россию некачественных продовольственных товаров. Ежегодно таможенными органами в сотрудничестве с Роспотребнадзором выявляются тонны продовольственных товаров ненадлежащего качества.

Таким образом, можно отметить, что основными проблемами в сфере обеспечения продовольственной безопасности выступают:

- негативное влияние нестабильной экономической среды на предприятия, производящие продукты питания;
- снижение торговых пошлин для импортеров, что ослабило положение отечественных производителей на внутреннем рынке;
- расширение каналов ввоза продуктов, на которые распространяется продуктовое эмбарго;
- рост поставок продуктов ненадлежащего качества.

Решение всех этих проблем должно иметь под собой проработанную нормативно-правовую основу. Через проблему защиты внутренних производителей сельскохозяйственной отрасли проходили все страны, вступившие в ВТО. России необходимо на основе тщательного анализа рассмотреть возможность применения уже отработанных в этих странах инструментов защиты внутреннего рынка. Необходимо проработать механизмы, которые позволят сократить поток поставок в Россию продуктов, попадающих под продуктовое эмбарго и усилить контроль Роспотребнадзора за качеством поступающей продукции. Реализация этих мер одновременно с поддержкой развития АПК позволит избежать развития проблем в сфере продовольственной безопасности.

Список литературы

1. Бобычева Е.А. Малое и среднее предпринимательство: особенности функционирования и государственного регулирования [Текст] / Е.А.Бобычева // Парадигмальные основания государственного управления: социально-экономическая перспектива: сборник научных статей международной научной конференции. – Курск, 2016.-294 с.
2. Бобычева Е.А., Фадеева В.С. Проблема продовольственной безопасности РФ [Текст] // Аллея науки. 2018.–№5(21).
3. Гурьянова А. А., Кислицына С. О. Исследование особенностей деятельности таможенных органов, связанной с пресечением ввоза санкционных товаров на таможенную территорию ЕАЭС // Молодой ученый. — 2017. — №13.1. — С. 25-27.
4. Найданова Э.Б. Формирование и направления современной аграрной политики России: монография. – Улан-Удэ: Изд-во ВСГТУ, 2015. – 96 с
5. Яковлева Е. Ю. Проблема реэкспорта санкционных товаров из стран – участниц Евразийского экономического союза // Молодой ученый. — 2016. — №10.1. — С. 71-73. — URL <https://moluch.ru/archive/114/29426>

Nikolay Gubarev, student

Grudinkin Vladislav Vladimirovich, student

Bolycheva Elena Alexandrovna, Ph.D.

Southwestern State University, Kursk, Russia

INSTITUTIONAL PROBLEMS OF ENSURING PRODUCTIVE SAFETY OF RUSSIA

Abstract: the article reveals the main institutional problems of ensuring the food security of Russia at the present stage, the impact of its accession to the WTO and the food embargo on ensuring food security.

Keywords: food security, food problem, food embargo, import substitution, development of the agro-industrial complex.

ЗНАЧЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ НА ПРИМЕРЕ КУРСКОЙ ОБЛАСТИ

Гушунц С. Ж., студент

Салпагаров М.И., студент

*Филипповская Оксана Викторовна, к.э.н., доцент,
заведующий кафедрой «Экономика и финансы»*

Курский филиал Финансового университета, г.Курск, Россия

В процессе экономической деятельности трудовые ресурсы занимают одно из центральных мест, рациональное использование кадрового персонала – непереносимое условие, которое обеспечивает бесперебойность производственного процесса и успешное выполнение планов, поэтому актуальным является вопрос ресурсосбережения и определения оптимального соотношения ресурсов в экономическом субъекте

Целью работы – проанализировать показатели труда на примере Курской области.

Ключевые слова: показатели труда, заработная плата, производительность труда.

Трудовыми ресурсами называют ту часть населения, обладающую нужными знаниями, физическими способностями и навыками труда в определенной сфере деятельности. Достаточное количество таких ресурсов на предприятии, их правильное использование, высокая производительность оказывают значительное влияние на эффективность предоставления услуг.

Кадры или трудовые ресурсы – совокупность работников, которые различаются по профессиональным и квалификационным признакам, осуществляют различную работу и числятся в списочном составе организации. В этот состав входит каждый работник, принятый на работу, которая может быть связана с основной или неосновной его деятельностью. Трудовые ресурсы - это главный ресурс у каждой организации, ведь то, насколько качественно и эффективно он используется, зависит результат деятельности и уровень конкурентоспособности фирмы.

Показатели труда играют важную роль не только на уровне организаций и банков, но и на уровне регионов. В связи с чем, необходим их постоянный анализ с целью повышения занятости населения, размеров заработной платы, а также качества жизни населения. В качестве примера можем рассмотреть показатели труда и заработной платы в Курской области. Так на рисунке 1 представлены данные Курскстата по занятости населения за период с 2005, по 2017 год.

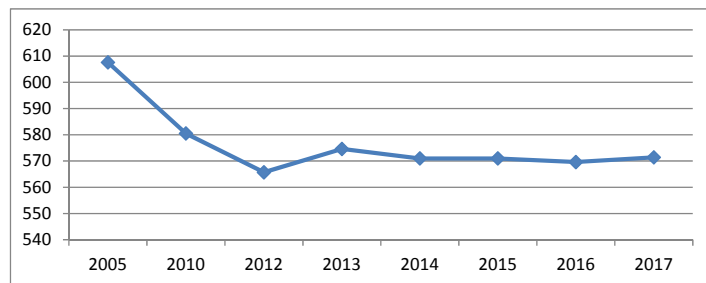


Рисунок 1 – Численность рабочей силы в Курской области (тыс. чел.)

В последние несколько лет численность рабочей силы находится в районе 571 тыс. человек, что составляет 65%, однако, как видно из графика с 2005 года данный показатель заметно снизился. При этом следует также учитывать динамику по безработице рис. 2



Рисунок 2 – Численность безработных в Курской области (тыс. чел.)

Как видно из рисунка 4, численность безработных также значительно снизилась с 2005 года, с 43,7 тыс. человек до 23,5 тыс. или до 4,1%. Данный факт, безусловно, является положительным, вместе с тем это означает, что ресурс необходимый для развития экономики региона за счет экстенсивного роста рабочей силы отчасти исчерпал свои возможности.

Интенсивный рост можно обеспечить за счет высокопроизводительных рабочих мест, однако для этого требуются соответствующие специалисты и заработная плата. Показатели травматизма показаны на рисунке 3.

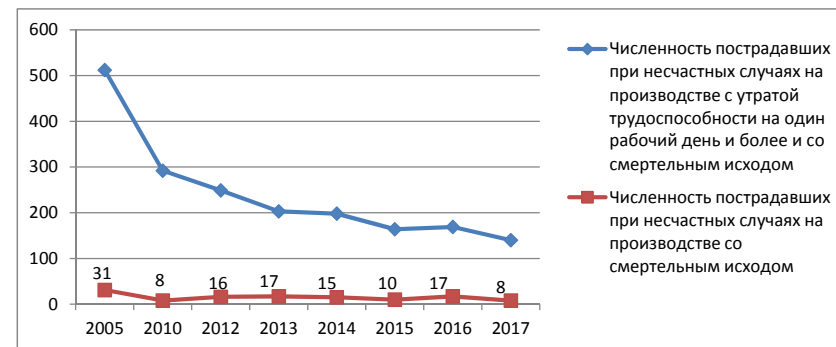


Рисунок 3 – Показатели травматизма по Курской области

Как мы можем наблюдать, динамика является убывающей, что, безусловно, является хорошим фактор, однако качество рабочих мест также характеризует уровень оплаты труда (рисунок 4).

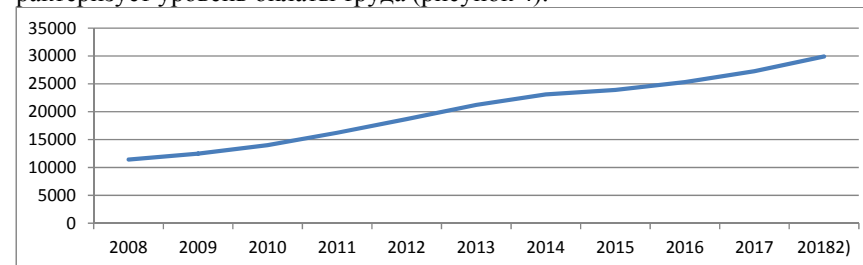


Рисунок 4 - Среднемесячная номинальная заработная плата (тыс. руб.)

Анализируя рисунок 4 видно, что с 2008 года в Курской области наблюдается рост официальной заработной платы в размере 250%, вместе с тем следует учитывать, что официальная инфляция за данный период также была довольно значительной и составляла более 120%. При этом оценку качества трудовой жизни можно дополнительно определить путем соизмерения средней заработной платы с величиной прожиточного минимума. В Курской области на конец 2017 года данное соотношение составляло 3,9., что на 1,8 больше, чем в 2005 году и на 0,8 больше, чем в 2015. Данный факт означает, что изменение соотношения имеет восходящую тенденцию. Учитывая уровень травматизма, а также структуры работников по уровню образования рис. 5, динамика является положительной.

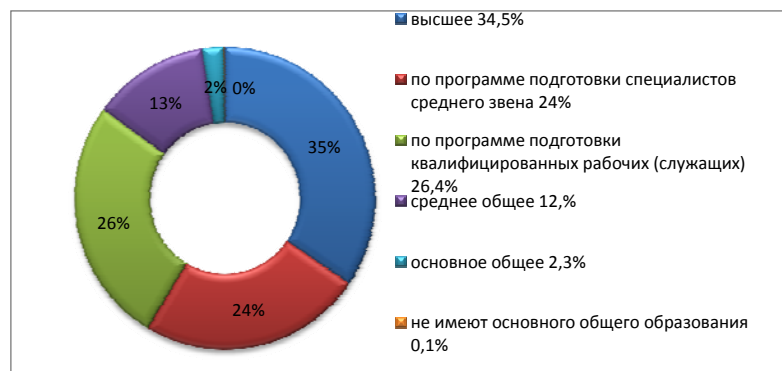


Рисунок 5 – Структура работников по уровню образования

На основе анализа данных о структуре работников по уровню образования, а также представленных ранее данных, можно утверждать, что в Курской области имеются резервы для создания высокотехнологичных и высокопродуктивных рабочих мест. В связи с чем органы региональной власти могут рассматривать варианты стимулирования организаций, создающих данные места. Также следует отметить, что из 571 тыс. работающих человек 10% приходится на малые предприятия, по нашему мнению, ослабление административного давления и контроля, позволит увеличить данный показатель, что приведет к дополнительному росту экономики.

Таким образом, можно сделать вывод, что рациональное использование трудовых ресурсов имеет большое значение. На основе анализа всех полученных данных организация или органы власти могут сделать вывод о наличии или отсутствии резервов для повышения эффективности и экономического роста.

Список литературы

1. Волгина О.А., Карпова Д.К. Взаимосвязь показателей: производство, труд, капитал // Современные тенденции развития науки и технологий. 2015. № 2-6. С. 25-29.
2. Галимова А.Ш., Галимова Л.Ф., Тимербулатова А.Р. Заработная плата как фактор мотивации к труду Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2015. № 1 (33). С. 163-169.
3. Дворецкая Ю.А., Ковалева Н.Н., Мельгуй А.Э. Расчет с персоналом по оплате труда: современные подходы и тенденции Вестник Брянского государственного университета. 2015. № 2. С. 331-335.
4. Котляр Б.А. Производительность труда и заработная плата: соотношение и необходимость роста Сталь. 2015. № 2. С. 75-81.
5. Лайкам К.Э. О развитии системы статистических показателей заработной платы Вопросы статистики. 2016. № 10. С. 3-11.

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Данилова Надежда Петровна, студент

(e-mail: Solnce33-3@mail.ru)

Галимова Маргарита Петровна, к.э.н., доцент

Уфимский государственный авиационный технический университет,
г.Уфа, Россия

В статье рассмотрены актуальные вопросы развития инновационных и информационных технологий, влияющих на формирование рекламной деятельности современных российских и зарубежных компаний. Выделены особенности инновационного маркетинга и его ключевые направления. Проанализирована динамика развития интернет-маркетинга в разрезе общего рынка рекламной деятельности в России. Выделены причины, по которым интернет-реклама имеет высокий уровень экономической эффективности. Описаны ключевые инновационные технологии, которые вызвали революцию в рекламной деятельности западных компаний. В особенности, выделяются технологии искусственного интеллекта, которые в будущем будут формировать новые тренды развития инновационной рекламной деятельности.

Ключевые слова: инновационные технологии; рекламная деятельность; реклама; инновационный маркетинг; маркетинговое продвижение; интернет-реклама, digital-маркетинг.

Современная модель экономики включает в себя неотъемлемую часть – конкурентную среду, которая побуждает руководство каждого предприятия улучшать качество своей продукции и его продвижения на рынке. Повышение конкурентоспособности возможно благодаря многим действиям, к примеру, модернизация производственных мощностей, расширение рынка сбыта или продуктовой линейки, улучшение качества трудовых ресурсов или найму высококвалифицированных менеджеров, которые способны вывести компанию на новый уровень. При этом, компании стремятся к оптимизации капитальных вложений в реализацию программ конкурентоспособности. Одним из эффективных инструментов, не требующих капиталоемких технологий, но дающих значительный эффект являются маркетинговые инструменты. Если использовать инструменты с низким уровнем финансового капиталовложения, то такими однозначно будут инновационные технологии маркетинговой стратегии, которые включают в себя современные тренды Интернет-пространства. Именно по этой причине, каждому предприятию необходимо уделять достойное количество внимания данному вопросу, поскольку именно с помощью такого инструмента возможно повышение уровня конкурентоспособности бизнеса компании, что и позволяет реализовывать значительную часть своей готовой продукции. Например, одним из лидеров рынка продуктового ритейла РФ «Азбу-

ка Вкуса» была разработана специальная программа потребительской лояльности через мобильные приложения, которое за первые 2 недели было 6 000 раз скачено. В связи с этим, на AppStore данное приложение поднялось на 9-е место, а по показателю валовой рентабельности компания имеет лидирующие позиции – 39,6%, что выше, чем у ближайших конкурентов (Магнит – 27,5%, X5 Retail Group – 24,2%, Дикси – 26,7%, Лента – 22,1%)[8].

Актуальность научного исследования на тематику применения инновационных технологий в рекламной деятельности связана с современными тенденциями, где развитие инноваций видоизменяет процессы маркетингового продвижения и коммуникаций производителей с клиентами. Кроме того, причиной высокого уровня актуальности научного исследования является период становления цифровой экономики, в рамках которой бизнес начинает уходить в цифровое пространство, что побуждает проводить диджитализацию бизнес-процессов, включая маркетинговую деятельность[4,5].

Целью научной статьи является определение основных тенденций, влияющих на развитие инновационной деятельности в маркетинге и рекламе.

Целесообразность использования инновационных технологий, методов и инструментов в рекламной деятельности объясняется и текущими условиями рыночной экономики. В первую очередь, эти условия предполагают постоянный процесс роста уровня конкуренции между различными предприятиями, отраслями и категориями товаров/заменителей (показателем, характеризующего рост конкуренции является количество предприятий, функционирующих в экономике России. Так, в 2014 году функционировали 86 471 предприятий, а в 2017 году – 114 670[9]).

Несмотря на то, что цифровые технологии – это эффективные инструменты, темпы их внедрения у российских компаний недостаточно высокие. Это объясняется конфликтной сущностью цифровизации, как и любой инновации.

Рассмотрим особенности цифровых технологий.

К их преимуществам можно отнести:

- скорость доставки до потребителя;
- наличие обратной связи с потребителем;
- качественность и информативность рекламного контента;
- повышение узнаваемости бренда и лояльности к нему со стороны потребителя;
- потребитель получает тот контент, который интересен ему в текущий момент.

В отличие от традиционных, цифровые технологии являются более естественными для пользователей, они по-другому воздействуют на подсознание человека, не приводят к раздражению. Обеспечивают постоянную двухстороннюю связь и диалог с потребителями.

К недостаткам можно отнести:

- низкий уровень технической оснащенности (восприимчивости) у потребителей – не у всех есть мобильные телефоны или умения пользоваться приложениями, нехватка цифровых компетенций;
- недоверие потребителя к рассылкам рекламных сообщений на мобильные устройства и электронную почту - вероятность попадания рассылок в спам;
- навязчивость рекламы, которая вырабатывает отрицательное отношение потребителя;
- использования программ-антибаннер – данные программы позволяют блокировать рекламу на устройствах пользователей;
- мошенничество - создание рекламных объявлений, рассылок, для того чтобы ввести потребителя в заблуждение о преувеличении достоинства продукта.

Еще одно противоречие заключается в том, что маркетинговые информационные системы и средства программного обеспечения для цифровизации маркетинговой деятельности являются издержками изменения внешней среды деятельности предприятий. В виду большого массива данных, руководители маркетинговых отделов требуют или лишние единицы рабочей силы, которые будут проводить обработку входящей информации, или программное обеспечение, выполняющее данную работу в автоматическом режиме. С одной стороны, такая тенденция приводит к необходимости формирования информационных технологий, требующих капитальных вложений. С другой стороны, соблюдение и следование такой тенденции повышает эффективность рекламной деятельности предприятий.

На текущий момент, целями инновационной деятельности в маркетинге могут быть такие процессы:

- внедрение нового продукта;
- увеличение конкурентоспособности существующих продуктов;
- уменьшение себестоимости товаров и услуг, увеличение их рентабельности при продажах;
- создание конкурентных инструментов для маркетинговой стратегии продукции компании.

При этом, формирование таких процессов требует применения цифровых информационных технологий в рекламе, с целью увеличения конкурентоспособности их продвижения на рынке и создания конкурентных преимуществ[3].

В последнее время, на российском и зарубежном рынке развиваются инновационные направления маркетинга.

Специалисты выделяют следующие направления развития маркетинга с помощью инновационных технологий (рисунок 1)[2].



Рисунок 1. Направления развития инновационных технологий в маркетинге[2]

Таким образом, видно, что особое внимание как эффективному инструменту уделяется интернет-маркетингу. При этом стоит отметить и высокую роль маркетинга в социальных сетях, который также активно использует инновационные технологии рекламной деятельности.

Интернет-маркетинг имеет лидирующие позиции по показателям ключевой важности и размера финансового бюджета, выделяемого стратегическим менеджментом.

Чтобы оценить роль интернет-маркетинга в общей структуре расходов отечественных компаний при рекламной деятельности необходимо проанализировать динамику объема рекламного рынка за последние года (таблица 1)[4].

Таблица 1 - Динамика объема рекламного рынка России 2012 – 2018 гг., млрд. рублей, без учета НДС [4].

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Телевидение	143,4	156,2	159,8	136,7	150,8	170,9	187,0
Радио	14,6	16,7	16,9	14,3	15,1	16,9	16,9
Пресса	41,2	37,7	34,3	25,3	22,3	20,5	18,0
ООН	42,6	46,4	45,7	36,2	38,4	42,7	43,8
Интернет	59,0	77,0	97,0	112,3	136,0	166,3	203,0
Итого	300,8	334,6	354,7	326,0	364,0	417,3	468,7

Из таблицы 1 можно сделать следующие выводы, относительно развития рынка рекламы в России:

- из традиционных каналов, рост демонстрирует только телевидение;
- доля интернет-маркетинга увеличивается и выходит на первое место среди всех каналов рекламы.

Таким образом, это означает увеличение финансирования отечественными предприятиями использования инновационных технологий в рекламной деятельности, поскольку Интернет-каналы являются тому подтверждением.

Ряд специалистов выделяет следующие причины, по которым интернет-реклама имеет высокий уровень экономической эффективности [6, с.298]:

- сравнительно низкая стоимость вложений на рекламную кампанию по сравнению с традиционными каналами;
- высокая информативность рекламного предложения из-за отсутствия ограничений по объему информации;
- огромный охват рекламы;
- рекламное продвижение перед целевой аудиторией с подходящими потенциальными потребителями;
- разнообразие воздействия на аудиторию рекламы;
- мобильность кампании и возможность полного контроля за рекламой
- эффективность анализа отдачи;
- удобство пользования и отклика со стороны клиентов.

На сегодняшний день, анализируя разработки современных технологических центров, патенты которых используются предприятиями в маркетинге, стоит выделить линию инноваций, которые повлияют на будущее развитие маркетинга и рекламы: беспроводные сенсоры; 3D визуализация; дроны; Big Data и искусственный интеллект.

Можно выделить следующие ключевые инновационные технологии, которые вызвали революцию в рекламной деятельности западных компаний[5]:

- технология Indoor, суть которой заключается в том, что реклама транслируется на больших плазменных экранах или носителях. Технология сама по себе не столь дорогостоящая (например, программа indoo.rs стоит лишь 250 долларов) и окупается достаточно быстро, т.к. по оценкам специалистов привлекает примерно 90% потенциальных потребителей. Главное преимущество в том, что реклама, транслируемая при помощи технологии Indoor, не раздражает потребителей, легко воспринимается и происходит постоянный контакт с аудиторией;

- технология Just Touch, суть которой заключается в том, что плазменная панель реагирует на малейшее движение рук, и клиент может найти всю интересующую его информацию о каком-либо заведении, услуги или продукции;

- технология Free Format Projection, суть которой заключается в том, что используется особый способ обработки изображения, который впоследствии проецируется на поверхность.

Также, по мнению консалтингового маркетингового агентства США «The Business and Technology of Enterprise AI» одним из ключевых трендов будущего развития рекламной деятельности будет использование технологий искусственного интеллекта, объем которого демонстрирует высокий

уровень спроса со стороны производителей. Так, сфера распознавания изображений может привести совокупный мировой доход в размере около 8,1 млрд долларов США[7].

Таблица 2. Сравнительная характеристика инструментов digital-маркетинга

Инструмент	Плюсы	Минусы
SEO	Повышение трафика Не очень весомые затраты Высокая конверсия Упрощение поиска ЦА	Необходимость постоянного мониторинга Своевременное обновление сайта Не самый короткий срок достижения результатов
Контекстная реклама	В основном только ЦА Нет условий обязательной оптимизации сайта Ремаркетинг Возможность отслеживать расходы Быстрый эффект	Небольшое количество переходов Эффект рекламы и навязчивости Не фиксированная стоимость показа Бюджет гораздо выше, чем SEO
Медийная реклама	Удачные баннеры Возможность анализа охвата аудитории Повышает узнаваемость бренда	Большой бюджет Не всегда высокая конверсия
СММ	Живая аудитория Возможное отсутствие затрат Возможность быстрой работы с потенциальными клиентами и их запросами Формирование аудитории постоянных клиентов	Не всегда ЦА Временные затраты на коммуникации Высокая конкуренция в социальных сетях
Вирусный маркетинг	Легкость размещения Экономически выгодно Просто таргетировать	Временный эффект Трудно прогнозировать результаты Высокая стоимость производства Ограничения по ЦА
E-mail рассылки	Возможность формирования ЦА по четким критериям Постоянство аудитории Подробная отчетность	Навязчивость Вероятность попадания в спам
Контент-маркетинг	Возможность завоевания доверия потребителей Узнаваемость бренда Отличное взаимодействие с SEO	Необходимость качественного копирайтинга и авторства материалов Не высокая конверсия читателей в клиентов Временные затраты на продвижение контента

Digital-маркетинг — это новый этап эволюции бизнес процессов, который предусматривает продвижение продукции или бренда компании с помощью одного или нескольких цифровых медиа ресурсов. Цифровые ме-

диа представляют собой адресные каналы, позволяющие маркетологам вести постоянный двусторонний персонализированный диалог с каждым потребителем. Такой диалог, построенный на использовании данных, полученных в результате прошлых взаимодействий с потребителем, с целью обслуживания следующих контактов, работает подобно нейронной сети. Кроме того, цифровые медиа позволяют получать аналитическую информацию о поведении потребителя, его социально-демографический портрет в режиме реального времени, проводить прямую и получать обратную связь с целью улучшения и оптимизации такого взаимодействия[11]. На основе обобщения результатов исследования автором составлена сравнительная таблица инновационных инструментов digital-маркетинга (таблица 2)

Таким образом, исходя из таблицы 2, можно сделать заключение, что наиболее верным и оптимальным решением любого предприятия будет формирования комплексной маркетинговой стратегии с использованием различных инструментов, комбинирование которых способно дать синергетический эффект.

В результате, с помощью инновационных технологий компания может существенно улучшить процесс продвижения и реализации своей продукции, внедрения товаров на новые рынки и поиск новых сегментов ключевых потребителей.

Игнорирование же инновационных технологий в рекламной деятельности приведет к утрате конкурентных преимуществ за счет снижения эффективности исследования рынка и продвижения товаров.

Развитие данной проблематики требует более детального изучения в области оценки готовности компаний к цифровизации и готовности потребителей к использованию цифровых источников рекламной информации.

Список литературы

Лихобабин В. К., Карыгина Е. М. Инновации в области маркетинга и перспективы их развития // Экономическая наука и практика: материалы III Междунар. науч. конф. — Чита: Издательство Молодой ученый, 2014. — С. 91-95.

Современные направления развития информационных технологий в маркетинге. URL:

http://studme.org/33770/informatika/sovremennye_napravleniya_razvitiya_informatsionnyh_tehnologiy_marketinge (дата обращения 14.04.2019).

Невоструев П.Ю., Каптюхин Р.В. Контент-стратегия интернет-маркетинга в контексте глобализации // Теория и практика общественного развития. 2014. — №3. — С.275-278.

4.Галимова М.П. Готовность российских предприятий к цифровой трансформации: организационные драйверы и проблемы // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. 2019. № 1 (27). С. 27-37.

5.Исмагилова Л.А., Гилева Т.А., Галимова М.П. Развитие инновационной инфраструктуры в условиях цифровой трансформации: подходы и принципы// В сборнике: Развитие экономики и менеджмента в условиях цифровизации сборник трудов научно-практической конференции с международным участием. под ред. А.В.Бабкина. 2018. С. 347-358.

Рекламный рынок 2000 - 2016. URL: <http://www.akarussia.ru/node/7849> (дата обращения 14.04.2019).

7. Опенчук И.И., Глупак А.С. Роль инновационных технологий для рекламной отрасли в мировой экономике // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. URL: <https://applied-research.ru/pdf/2016/7-4/9891.pdf> (дата обращения 14.04.2019).

8. Перчаткин А. С., Сторожаева, Е.В., Хамутских Е. Ю. К вопросу эффективности ИТ-технологий в аспекте разработки рекомендаций к планированию рекламной кампании в Интернет // Научный альманах. — 2016. — № 16. — С. 297–301.

9. Artificial Intelligence Moves to Top Corporate Spending Priority. URL: <https://www.aitrends.com/business/artificial-intelligence-moves-to-top-corporate-spending-priority/> (дата обращения 14.04.2019).

10. Сеть «Азбука вкуса» впервые за 10 лет раскрыла свою доходность. URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2017/11/01/740122-azbuka-vkusa-raskrila-dohodnost> (дата обращения: 01.05.2019).

11. Артамонова О. В. Актуальность использования digital-инструментов при продвижении продукта на современном рынке // Молодой ученый. — 2017. — №10. — с. 184-187. — URL <https://moluch.ru/archive/144/40388/> (дата обращения: 14.05.2019)

Danilova Nadezda Petrovna, graduate student

(e-mail: Solnce33-3@mail.ru)

Ufa State Aviation Technical University, Ufa, Russia

Galimova Margarita Petrovna, Candidate of Economic Sciences, associate professor

Ufa State Aviation Technical University, Ufa, Russia

INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN ADVERTISING ACTIVITIES: STATUS AND PERSPECTIVE

Abstract. The article deals with topical issues of the development of innovative and information technologies that affect the formation of promotional activities of modern Russian and foreign companies. The features of innovative marketing and its key areas are highlighted. Analyzed the dynamics of the development of Internet marketing in the context of the overall advertising market in Russia. Highlighted the reasons for which online advertising has a high level of economic efficiency. The key innovative technologies that have caused a revolution in the promotional activities of Western companies are described. In particular, artificial intelligence technologies stand out, which in the future will form new trends in the development of innovative promotional activities.

Keywords: innovative technologies; Advertising activity; advertising; innovative marketing; marketing promotion; Internet advertising, digital-marketing.

ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ РФ НА МИРОВЫХ РЫНКАХ

Девятилова Елизавета Михайловна, студент

(e-mail: elisabeta.devyatilova@yandex.ru)

Щетинин Владимир Александрович, студент

(e-mail: elisabeta.devyatilova@yandex.ru)

Болычева Елена Александровна, к.э.н.

Юго-Западный государственный университет, г.Курск, Россия

(e-mail: boly4eva2012@yandex.ru)

В статье рассматриваются проблемы и пути повышения конкурентоспособности товаров РФ на мировых рынках. Современные политико-экономические реалии заставляют отечественные предприятия проводить оценку своей внешнеторговой политики. Многие субъекты хозяйствования вынуждены менять географические направления или товарную структуру своей экспортной деятельности. В связи с этим решение вопросов вывода нового товара на зарубежный рынок и удержание конкурентных позиций на нем становится для них стратегически важным и актуальным.

Ключевые слова: конкурентные преимущества, экспорт, удержание позиций на внешнем рынке.

В условиях рынка действуют определенные механизмы, ограничивающие деятельность любой компании. Эти границы являются одинаковыми для всех компаний, которые выходят на рынок. Однако какие-то фирмы процветают на рынке, а какие-то уходят с него разорившись. В основе такой разницы лежит умение управлять компанией, обеспечивать конкурентные преимущества, удерживать конкурентные позиции.

Конкуренция выступает отражением рыночных отношений. Под конкуренцией понимается борьба участников рынка за преимущества в сфере производства и торговли. Непременным условием существования рынка выступает конкурентная борьба, она является основным законом рынка. Основными средствами конкурентной борьбы выступают качество товара и услуг, уровень предоставляемого сервиса, широта и глубина ассортимента, условия работы с контрагентами и пр.

Существование конкуренции привело к выделению такого фактора эффективности организации как конкурентоспособность, которая представляет собой определенную совокупность характеристик товара, определяющих его успех на внутреннем и внешнем рынках.

Обеспечить конкурентные преимущества выпускаемого и продвигаемого на рынок товара можно в рамках конкурентной стратегии, которая строится с учетом целей и перспектив предприятия.

Диверсификация отечественного экспорта, поддержка инноваций, все это стимулирует выход отечественных компаний на внешние рынки. Однако сложно не только удержать позиции на рынки, но и выйти на него. Для этого товары отечественных компаний должны быть высоко конкурентными.

Однако для выхода на зарубежные рынки и удержания на нем конкурентных позиций необходимо преодолеть барьеры входа, основными из которых являются несоответствие технологической базы экспортеров требованиям целевых зарубежных рынков, а также ограниченные возможности по приведению качества продукции в соответствие со стандартами за рубежом.

Среди барьеров входа на рынки стран наибольшее негативное влияние оказывают следующие: коррупциогенный фактор в таможенных органах при перемещении товаров через границу, высокие ставки таможенных пошлин, а также сложные процедуры оформления импорта.

Несмотря на государственную поддержку продукция отечественных производителей не всегда оказывается конкурентоспособной на внешнем рынке. Недостаточная технологичная оснащенность предприятий, недостаточное развитие инновационного сектора, вывозные пошлины на отдельные товары – все это выступает сдерживающим фактором. Иногда основная проблема заключается в неверно выбранном рынке.

Прежде чем выводить товар на рынок необходимо провести маркетинговое исследование внешнего рынка, его емкость, выбрать страны, которые отличаются высоким потреблением выводимого на рынок товара и проанализировать выпуск аналогичной продукции на внутреннем рынке. Многие компании сегодня меняют ориентацию с европейских рынков на азиатские страны. Однако правильно выбрать рынок недостаточно. Необходимо обеспечить надлежащее сочетание цены и качества товара. В этом случае можно воспользоваться программами поддержки инноваций и импортозамещения. Однако обеспечить замещение товара только на внутреннем рынке недостаточно. Производимые в рамках импортозамещения товары должны быть способны удержать конкурентные позиции на внешнем рынке. Важным элементом конкурентоспособности выступает цена. Если товар облагается вывозными пошлинами, то для того чтобы обеспечить конкурентные позиции на внешнем рынке издержки по уплате вывозных пошлин возьмет на себя производитель. Эти пошлины увеличат издержки. Поэтому важно предусмотреть для отдельных отраслей, экспорт которых важен для экономики, льготы и освобождение от экспортных пошлин. С одной стороны экспортные пошлины являются важным источником доходов федерального бюджета, но в данном случае приоритетным выступает обеспечение конкурентных позиций отечественных производителей на зарубежных рынках.

Одним из перспективных направлений на современном этапе выступает поддержка предприятий малого бизнеса. Продукция многих малых пред-

приятий обладает высоким качеством, однако отсутствие доступа к финансовым источникам не позволяет им удерживать позиции даже на внутреннем рынке. На современном этапе эти проблемы решаются на государственном уровне, разрабатываются и реализуются программы поддержки малого бизнеса, в том числе малых предприятий-экспортеров.

Сегодня все еще сохраняется зависимость экспорта России от сырьевых товаров. Экспорт нефти, газа, энергетических товаров обеспечивает поступление доходов в бюджет России. Однако постепенно в структуре экспорта увеличивается доля изделий химической промышленности, машиностроительного комплекса, пищевой промышленности.

На государственном уровне большое внимание уделяется проблеме обеспечения конкурентоспособности отечественных товаров на внешних рынках. Разрабатываются стратегии поддержки экспорта услуг, товаров машиностроения, фармацевтической отрасли и пр. Стратегии предполагают всестороннюю поддержку экспортно-ориентированных отраслей, субсидирование и целевое финансирование, направление инвестиций в модернизацию основных фондов. Такая поддержка позволяет обеспечивать производство качественной продукции, а так как поддержка носит систематический характер, то это позволяет предприятиям разрабатывать и реализовывать долгосрочные стратегии развития.

Таким образом, можно отметить, что проблемы обеспечения конкурентоспособности предприятий на внешнем рынке являются очень актуальными. В условиях диверсификации экспорта необходимо оказать всестороннюю поддержку отраслей, имеющих перспективы вывода товара на внешние рынки.

Список литературы

1. Бун, Л. Современный маркетинг. - учебник М.: Юнити-Дана, 2015.
2. Капустина, Н.Е. Теория и практика маркетинга в США. - М.: ИД ФБК-Пресс, 2017.
3. Костин А.А., Костина О.В., Москаленко О.А. Форсирование межстрановой «блокады»: развитие внешней торговли России в условиях экономических санкций // Инновации и инвестиции. 2015. № 5. С. 104–110.
4. Большаева, Е.А. Малое и среднее предпринимательство: особенности функционирования и государственного регулирования [Текст] / Е.А.Большаева // Парадигмальные основания государственного управления: социально-экономическая перспектива: сборник научных статей международной научной конференции. – Курск, 2016.-294 с.
5. Большаева, Е.А., Башмакова А.Ю. Управление качеством как инструмент обеспечения конкурентоспособности энергетических компаний [Текст] // Аллея науки. 2018. – №9 (25).
6. Большаева, Е.А. Особенности администрирования НДС в Курской области / Е.А.Большаева // Актуальные проблемы развития социально-экономических систем: теория и практика: материалы международной научно-практической конференции. – Курск, 2018. - С. 5-9.

*Devyatilova Elizaveta Mikhailovna, student
Southwestern State University, Kursk, Russia
(e-mail: elisabeta.devyatilova@yandex.ru)*

Schetinin Vladimir Alexandrovich, student
Southwestern State University, Kursk, Russia
(e-mail: elisabeta.devyatilova@yandex.ru)

Bolycheva Elena Alexandrovna, Ph.D.
Southwestern State University, Kursk, Russia
(e-mail: boly4eva2012@yandex.ru)

PROBLEMS AND WAYS TO IMPROVE THE COMPETITIVENESS OF THE GOODS OF THE RUSSIAN FEDERATION ON WORLD MARKETS

Abstract: The article discusses the problems and ways to improve the competitiveness of goods of the Russian Federation on world markets. Modern political and economic realities are forcing domestic enterprises to evaluate their foreign trade policies. Many business entities are forced to change the geographical areas or product structure of their export activities. In this regard, the solution of issues of launching a new product to a foreign market and maintaining a competitive position on it becomes for them strategically important and relevant.

Keywords: competitive advantages, export, retention of positions in the foreign market.

ОСОБЕННОСТИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ПРОБЛЕМЫ ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ

Дускрядченко Артем Сергеевич, студент
(e-mail: Artemverutin000@gmail.com)

Расторгуев Антон Андреевич, студент
(e-mail: anton128128@yandex.ru)

Сапронова Полина Владимировна, студент
(e-mail: ms.polina.park@inbox.ru)

Болычева Елена Александровна, к.э.н.

Юго-Западный государственный университет, г.Курск, Россия
(e-mail: boly4eva2012@yandex.ru)

Данная статья посвящена вопросам импортозамещения в Российской Федерации, что особенно актуально в связи со сложившейся современной экономической и политической обстановкой.

Ключевые слова: импортозамещение, внешнеэкономическая деятельность, импорт, экспорт.

Импортозамещение – это процесс замещения импортных товаров, товарами, произведенными внутри страны. Данная политика начала реализовываться в России в 2014 году, после введения рядом стран экономических санкций против нашей страны. В ответ Российская Федерация ввела контрсанкции в отношении ряда стран. В основе этих контрсанкций лежит продовольственное эмбарго: запрет на ввоз продовольственных товаров из стран, поддерживавших санкции. Ответные меры со стороны России позволили ускорить процесс импортозамещения с целью восполнения потерь в результате проведения контрсанкций.

Согласно оценке Правительства РФ, доля импорта в промышленности для станкостроения составляет 90%, для машиностроения – 70%, для нефтегазового оборудования – 60%, для оборудования энергетической отрасли – 50%, для сельхозмашиностроения от 50 до 90% (в зависимости от категории продукции). В фармацевтической отрасли доля импорта достигает 90% [3].

На данный момент реализуется специальная программа по импортозамещению, разработанная до 2020 года. Она определяет направления и области импортозамещения. В этой программе активное участие принимают крупные предприятия страны: Газпром, Росатом, Роскосмос и иные. Каждая из них разработала перечень используемого импортного оборудования для производства, которое будет заменено отечественным, и установила его долю, которая должна быть достигнута к 2020 году [3]. Основной целью данной программы является создание в России конкурентоспособного производства, которое обеспечит все нужды страны и нацеленного на рынки сбыта. Результатами реализации стратегии к 2020 году должны стать:

- 1) создание развитой промышленной инфраструктуры в РФ;
- 2) формирование спроса на отечественную продукцию;
- 3) создание высококвалифицированных рабочих мест;
- 4) модернизация технологического базиса государства;
- 5) повышение экономической эффективности отечественных производителей;
- 6) стандартизация важнейших отраслей промышленности;
- 7) увеличение числа патентов, внедрение последних инноваций в практическую деятельность [3].

Импортозамещение очень полезный процесс. Оно дает импульс отечественному производству и, как следствие, появляются новые рабочие места. Кроме того, уменьшается зависимость от иностранных поставщиков. Данный рост должен сопровождаться развитием сопутствующих отраслей, а значит, происходит стимулирование развития промышленности и бизнеса. В следующих отраслях импортозамещение наиболее актуально:

- 1) нефтегазовая промышленность и машиностроение;
- 2) сельскохозяйственное машиностроение;
- 3) военная промышленность;
- 4) программное обеспечение;
- 5) сельскохозяйственная продукция.

По данным Федеральной службы государственной статистики, в разделе показателей импортозамещения, в 2016 году Российская Федерация импортировала товаров на общую сумму 167142 млн. долларов (США), что на 15262 млн. долларов (США) меньше, чем в 2015 году. А в 2017 году Россия импортировала товаров на общую сумму 225114 млн. долларов (США), что на 57972 млн. долларов (США) больше, чем в 2016 году. В 2018 году Россия импортировала товаров на общую сумму 236099 млн. долларов (США), что на 10985 млн. долларов (США) больше, чем в 2017

году и на 68957 млн. долларов (США) больше, чем в 2016 году [5]. В этой статистике прослеживается тенденция к увеличению импорта. Рассмотрим другую статистику от ФСТС, а именно, долю импорта отдельных товаров в их товарных ресурсах. Так, доля импорта мяса и птицы в 2014 году составила, в среднем, 19,6%, в 2017 году – 10,5%, в 2018 году – 7,7% [5]. Такое же снижение доли импорта наблюдается в отношении продуктов животного и растительного происхождения.

Однако, необходимо отметить и некоторые проблемы в отношении ряда отраслей российской экономики. Например, основной проблемой в развитии сельского хозяйства является привлечение инвестиций [5]. Фармацевтическая промышленность России зависима от импорта иностранных субстанций для производства лекарств. Основным поставщиком субстанций на Российский рынок был Китай, который в последние несколько лет снизил объем их производства из-за проблем с экологией, и, как следствие, российские фармацевтические компании сильно пострадали. Однако импортозамещение работает и в этой области. Согласно постановлению Правительства №1289 от 30 ноября 2015 г. «Об ограничениях и условиях допуска происходящих из иностранных государств лекарственных препаратов, включенных в перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов, для целей осуществления закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд», во время проведения закупок компания с препаратами иностранного производства отстраняется от торгов. Преференция при этом переходит компании с отечественным препаратом [6].

Импортозамещение является важным фактором развития экономики. Оно стимулирует отечественных производителей и уменьшает зависимость от других стран. Во многих аспектах импортозамещение сыграло положительную роль для экономики России. Однако в некоторых отраслях наша страна по-прежнему зависима от импорта иностранных товаров и сырья для производства.

Список литературы

1. Бобычева Е.А. Малое и среднее предпринимательство: особенности функционирования и государственного регулирования [Текст] / Е.А. Бобычева // Парадигмальные основания государственного управления: социально-экономическая перспектива: сборник научных статей международной научной конференции. – Курск, 2016. – 294 с.
2. Бобычева Е.А., Башмакова А.Ю. Управление качеством как инструмент обеспечения конкурентоспособности энергетических компаний [Текст] // Аллея науки. 2018. – №9 (25).
3. Импортозамещение как фактор экономической безопасности страны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://promdevelop.ru/importozameshhenie/>.
4. Программа импортозамещения в России до 2020 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://2020-god.com/programma-importozameshheniya-v-rossii-do-2020-goda>.

5. Показатели, характеризующие импортозамещение в России [Электронный ресурс]. – Федеральная служба государственной статистики. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/importexchange/.

6. Об ограничениях и условиях допуска происходящих из иностранных государств лекарственных препаратов, включенных в перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов, для целей осуществления закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд [Электронный ресурс]. – Постановление Правительства РФ от 30 ноября 2015 г. N 1289. – Режим доступа: <https://base.garant.ru/71264810/>.

Duskryadchenko Artem Sergeevich, student

(e-mail: Artemverutin000@gmail.com)

Rastorguev Anton Andreevich, student

(e-mail: anton128128@yandex.ru)

Sapronova Polina Vladimirovna, student

(e-mail: ms.polina.park@inbox.ru)

Bolycheva Elena Alexandrovna, Ph.D.

Southwestern State University, Kursk, Russia

(e-mail: bolycheva2012@yandex.ru)

FEATURES OF IMPORT SUBSTITUTION IN THE RUSSIAN FEDERATION AND THE PROBLEM OF ITS IMPLEMENTATION

Abstract. This article is devoted to the issues of import substitution in the Russian Federation, which is especially important in connection with the current economic and political situation.

Key words: import substitution, foreign economic activity, import, export.

ПОНЯТИЕ И ВИДЫ КОРРУПЦИОННЫХ ПРЕСТУПЛЕНИЙ, СОВЕРШАЕМЫХ СОТРУДНИКАМИ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Емельянова Ольга Владимировна, к.э.н., доцент

(e-mail: gladnews@yandex.ru)

Чарыева Светлана Мурадовна, студент

(e-mail: charyeva_svetlana@mail.ru)

Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Россия

В статье рассматривается понятие и виды коррупционных преступлений, совершаемых сотрудниками государственных органов управления, соотношение жалоб на коррупцию в различных органах власти. Обоснована необходимость дальнейшего совершенствования антикоррупционного законодательства и формирования единой многоуровневой системы противодействия коррупции.

Ключевые слова: коррупция, виды коррупционных преступлений, антикоррупционная политика, государство.

Термин «коррупция» происходит от латинского слова *corrūptio* – означающего подкуп. В таблице систематизированы определения термина «коррупция» отечественными учеными.

Таблица 1 – Определения термина «коррупция»

Автор	Определение
Ожегов Сергей Иванович и Шведова Наталия Юльевна	Моральное разложение должностных лиц и политиков, выражающееся в незаконном обогащении, взяточничестве, хищении и срастании с мафиозными структурами [1]
Кирпичников Александр Иосифович	Коррупция – это ржавчина власти. Равно как налет разъедает железо, таким образом подкупность уничтожает правительственное устройство и разъедает высоконравственные традиции сообщества [2]
Долгова Азалия Ивановна	Социальное явление, характеризующееся подкупом-продажностью государственных или иных служащих и на этой основе корыстным использованием ими в личных либо в узкогрупповых, корпоративных интересах официальных служебных полномочий, связанных с ними авторитета и возможностей [3]
Волженкин Борис Владимирович	Социальное явление, заключающееся в разложении власти, когда государственные и иные служащие, используют свое служебное положение, статус, авторитет в корыстных целях для личного обогащения или в групповых интересах [4, с.8]
Мишин Геннадий Алексеевич	Явление в сфере социального управления, выражающееся в злоупотреблении субъектами управления своими властными полномочиями путем их использования в личных целях [5]

Деяние, совершенное сотрудником органов государственного управления будет являться коррупционным, если:

- 1) носит негативный противоправный характер, затрагивающий интересы службы;
- 2) для осуществления негативной противоправной деятельности используется свое служебное положение;
- 3) преследуются личный или корпоративный корыстный интерес;
- 4) сотрудник получает свою материальную либо нематериальную выгоду чаще всего вопреки законным интересам общества и государства;
- 5) подрывается авторитет и статус службы.

Следственный комитет Российской Федерации как государственный орган, осуществляющий в соответствии с законодательством полномочия в сфере уголовного судопроизводства, также анализирует работу по расследованию преступлений коррупционной направленности по итогам 2018 года. Так, правоохранительными органами Российской Федерации зарегистрировано 30 495 преступления коррупционной направленности, что на 2,9% больше, чем за 12 месяцев 2017 г. (29 634). Удельный вес преступлений коррупционной направленности от общего количества зарегистрированных преступлений также увеличился и составил 1,5% (2017 г. – 1,4%).

Подкупность как непростое явление, заключающееся в совокупности действий противозаконного и непроступного права, разнородна по своей сущности и обладает разными видами.

В зависимости от должностного положения и объема полномочий субъектов коррупционных отношений коррупция разделяется на:

- низовую (коррупцию среди рядового и младшего начальствующего состава органов государственного управления). Угроза ее состоит в том, что ее потерпевшими становятся, как правило, обычное общество, никак не предрасположенное к нарушению законов;

- коррупцию среди среднего, старшего и высшего начальствующего состава органов государственного управления. Подкупность из числа управляющего состава органов государственного управления, значительно различается от прочих типов коррупции, обуславливается наличием управленческих ресурсов.

В связи с инициативностью субъектов коррупционных операций коррупцию можно разделить на активную и пассивную. Активная коррупция представляет собой незаконную работу, нацеленную непосредственно на получение личной выгоды либо в интересах других физических или юридических лиц. Значимым фактором представляется то, что же сотрудники делают определенные воздействия с целью получения противозаконного вознаграждения, формируя с целью данного некоторые условия.

Пассивная коррупция выражается в беззаконном бездействии сотрудника по не осуществлению собственных официальных прямых обязанностей с целью получения противозаконного вознаграждения.

По направленности коррупционных действий коррупцию можно условно разделить на горизонтальную и вертикальную. При горизонтальной коррупции взаимоотношения ставятся напрямую между физическими или юридическими личностями и сотрудниками органов государственного управления и предполагают собою корруммирование, проявляющееся в нелегальном вознаграждении за данные коррупционные услуги.

При вертикальной коррупции подразумевается наиболее трудная модель коррупционных взаимосвязей, если сотрудник, получающий противозаконное поощрение с физических или юридических лиц, часть оставляет себе, а некоторую часть незаконного дохода ориентируют вышестоящему начальству, что в собственную очередность никак не формирует преград с целью их нелегальной работы.

Таблица 2– Соотношение жалоб на коррупцию в различных органах власти

Название органа государственной власти	Уровень коррупции, в процентах
Судебная система	77,5
Полиция	25,2
Прокуратура	15,8
Следственный комитет	15,8
Органы региональной власти и местного самоуправления	3,7
Федеральная служба исполнения наказания	2,8
Федеральная служба РФ по контролю за оборотом наркотиков	0,9
Федеральная служба безопасности	0,9

Соотношение жалоб на коррупцию в различных органах власти показана в таблице 2.

Следственный комитет Российской Федерации как государственный орган, осуществляющий в соответствии с законодательством полномочия в сфере уголовного судопроизводства, также анализирует работу по расследованию преступлений коррупционной направленности по итогам 2018 года. Так, правоохранительными органами Российской Федерации зарегистрировано 30 495 преступления коррупционной направленности, что на 2,9% больше, чем за 12 месяцев 2017 г. (29 634). Удельный вес преступлений коррупционной направленности от общего количества зарегистрированных преступлений также увеличился и составил 1,5% (2017 г. – 1,4%).

Подводя результат, коррупция - это системное преступление, зависящее от многих факторов - экономического, организационного, социального, духовного, политического и законодательного характера, ее невозможно преодолеть в какой-либо одной сфере государственной деятельности. Борьба с этим явлением будет эффективна только в результате проведения комплекса мероприятий в рамках антикоррупционной политики государства.

Список литературы

1. Шведова Н.Ю., Ожегов С.И. Некоторые аспекты предупреждения коррупционных преступлений в уголовно-исполнительной системе// Уголовно-исполнительная система: право, экономика, управление. 2016. № 2. С. 13 - 15.
2. Кирпичников А.И. Соблюдение законодательства о борьбе с коррупцией// Законность. 2016. № 5. С. 9–13.
3. Долгова А.И. Противодействие коррупции: состояние исследований и основные взгляды на административную ответственность за коррупционные правонарушения // Юрист. 2016. № 14. С. 28–34.
4. Волженкин Б.В. Коррупция. - СПб., 1998.- 44 с.
5. Мишин Г.А. Правовые основы антикоррупционной политики России // Молодой ученый. 2016. №27. С. 571-574.
6. Михайлова О.В. Основные направления развития государственного управления в РФ и его эффективность// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2016. № 1 (11). С. 166-172.
7. Пархомчук М.А. Социальные аспекты работы с человеческими ресурсами//Известия Юго-Западного государственного университета. 2012. № 2-2 (41). С. 72-81.
8. Емельянова О.В., Попова В.А. Анализ статистики коррупционных отношений в Российской Федерации// В сборнике: Актуальные проблемы развития хозяйствующих субъектов, территорий и систем регионального и муниципального управления Материалы XIII международной научно-практической конференции. Под редакцией Ю.В. Вертаковой. 2018. С. 104-109.
9. Минакова И.В. Современная среда функционирования социально-экономических систем// В сборнике: Актуальные проблемы развития социально-экономических систем: теория и практика Материалы международной научно-практической конференции. Ответственный редактор Е.А. Болычева. 2018. С. 41-48.

Emelyanova Olga Vladimirovna, associate professor
(e-mail: gladnews@yandex.ru)

Southwest state university, Kursk, Russia

Charyeva Svetlana Muradova, student

(e-mail:charyeva_svetlana@mail.ru)

Southwest state university, Kursk, Russia

CONCEPT AND TYPES OF CORRUPTION CRIMES, COMMITTED BY OFFICIALS OF STATE MANAGEMENT BODIES

Abstract. This article deals with the concept and types of corruption crimes committed by employees of public administration, the ratio of complaints of corruption in various authorities. The necessity of further improvement of anti-corruption legislation and the formation of a single multi-level system of anti-corruption.

Keywords: corruption, types of corruption crimes, anti-corruption policy, state.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В ЭКОНОМИКУ РОССИИ

Ефименко Александр Валерьевич студент

(e-mail: sasha-efimenko30@yandex.ru)

Болычева Елена Александровна, к.э.н.

Юго-Западный государственный университет, г.Курск, Россия

(e-mail: boly4eva2012@yandex.ru)

В данной статье раскрывается сущность иностранных инвестиций, рассматривается значимость и необходимость привлечения их в экономику России. Проанализирована динамика прямых иностранных инвестиций в экономику России за 2013-2016 годы, определены причины изменений.

Ключевые слова: иностранные инвестиции, прямые иностранные инвестиции, инвестиционный климат, привлечение инвестиций.

Проблема привлечения иностранных инвестиций в экономику страны существует уже многие десятилетия, сохраняя свою актуальность и научную значимость на современном этапе развития глобализации. Термин "инвестиции" трактуется как деньги, вкладываемые в объекты предпринимательской деятельности в целях получения прибыли и достижения полезного эффекта, выступающие также в виде ценных бумаг либо имущества, имущественных и иных прав, которые имеют денежную оценку.

Капиталовложения содействуют финансовому подъему, обеспечивают оптимальный экономический климат в государстве, считаются добавочным источником финансовых вложений в национальное создание продуктов и предложений. Зарубежные иностранные вложения являются значительным добавочным источником денег, вещественных ценностей и другого имущества, содействуют расширению и обновлению основного капитала, реализации инвестиционных планов и программ, обеспечивающих рост финансового благосостояния, насыщению внутреннего рынка конкурентными продуктами и услугами, внедрению современных технологий, передовых способов управления и маркетинга, ноу-хау. Все это сопрягается с увеличением квалификации работников. При этом вложения имеют кон-

кретный вектор, направленный на определенные цели и объекты. За счет этого эффективно применяются новейшие технологии, рыночные механизмы, международные договоры и т. д.

На сегодняшний день Российская Федерация находится в состоянии неустойчивого финансового положения, что обуславливает потребность привлечения зарубежных капиталовложений, которые обеспечивают формирование долгосрочного капитала. Сложно утверждать, что только лишь увеличение капиталовложений приведет к развитию экономики нашего государства. Но вовлечение зарубежных инвестиций будет направлено на формирование и увеличение внутреннего инвестирования.

Таблица 1 - Прямые иностранные инвестиции в экономику России по основным странам-инвесторам (сальдо операций платежного баланса Российской Федерации; млн. долларов США)

Страны	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Прямые иностранные инвестиции – всего	+69219	+22031	+6853	+32539
из них из стран:				
Сингапур	-502	+162	+185	+15122
Багамы	+2791	+3638	+5108	+1421
Швейцария	+1086	+2472	+203	+1010
Ирландия	+10399	-531	+623	+784
Джерси	+509	-717	+2122	+711
Бермуды	+404	+1777	+2239	+658
Нидерланды	+5716	+1102	-246	+654
Франция	+2121	+2224	+1686	+438
Великобритания	+18927	+120	+1112	+422
Австрия -	-326	+841	+407	+374
Германия	+335	+349	+1483	+274
Швеция	- 1203	+166	+122	+235
Казахстан	+208	+357	+433	+130
Соединенные Штаты Америки	+485	+708	+209	+125
Финляндия	+216	+124	-272	+86
Япония	+369	+295	+447	+77
Венгрия	+736	+534	-452	+52
Италия	+118	+158	+56	+47
Норвегия	+94	+51	-93	+41
Мальта	+47	+10	+41	+23
Эстония	+47	+38	+32	+20
Чешская Республика	+36	+109	+54	+18

Изучив статистических данные (таблица 1), можно сказать, что с 2013 по 2016 годы объемы прямых иностранных инвестиций в экономику России имели тенденцию к снижению.

Согласно сведениям Банка Российской Федерации, данные предоставлены в соответствии с принципом активов/пассивов. Символ (+) обозначает увеличение, символ (-) обозначает сокращение.

Таким образом, можно сделать заключение, что зарубежный основной капитал, никак не проявляет практически никакого существенного влияния на формирование экономики РФ в целом и играет в настоящее время роль «катализатора увеличения» только в некоторых конкретных секторах производства, направленных, в первую очередь, на иностранный спрос.

Приток иностранных инвестиций в российский нефинансовый сектор по итогам 2017 г. превысил 30 млрд. долл. За первые три квартала 2017 года общий приток прямых иностранных инвестиций в нефинансовый сектор России составил 23 млрд. долл., что является рекордным результатом за четыре года. При этом, к концу 2017 г. иностранные фонды начали выводить средства из российских активов. Иностранные инвесторы не оценили российские активы. Суммарный отток инвестиций из российских фондов в 2017 г. составил 900 млн. долл. Только за неполный декабрь общий объем выведенных средств превысил 161 млн. долл. Таким образом, 2017 год стал самым провальным для российских фондов со времен введения санкций с точки зрения привлечения иностранных инвестиций.

Список литературы

1. Федеральный закон от 09.07.1999 N 160-ФЗ (ред. от ред. от 31.05.2018) "Об иностранных инвестициях в Российской Федерации"
2. Россия в цифрах . 2018: Стат.сб./Росстат. - P76 М., 2018. - 522 с.
3. Булатов А. С. Макроэкономика: М.: Юрайт. 2015. 405 с. Маковецкий М. Ю. Международное движение капитала в условиях финансовой глобализации / М. 4. Ю. Маковецкий // Омский научный вестник.-2015. -№ 1 (135).-С. 179–183 Министерство экономического развития Российской Федерации.
4. Колбасникова А. В. Проблемы привлечения иностранных инвестиций в экономику России // Молодой ученый. — 2016. — №26. — С. 315-318. <https://moluch.ru/archive/130/35869>

Efimenko Alexander Valerievich student

Southwestern State University, Kursk, Russia

(e-mail: sasha-efimenko30@yandex.ru)

Bolycheva Elena Alexandrovna, Ph.D.

Southwestern State University, Kursk, Russia

(e-mail: bolycheva2012@yandex.ru)

PROBLEMS AND PROSPECTS OF ATTRACTING FOREIGN INVESTMENTS INTO THE RUSSIAN ECONOMY

Abstract: This article reveals the essence of foreign investment, discusses the importance and the need to attract them into the Russian economy. The dynamics of foreign direct investment in the Russian economy for 2013–2016 is analyzed, the reasons for the changes are identified.

Keywords: foreign investment, foreign direct investment, investment climate, investment attraction.

МИГРАЦИЯ НАСЕЛЕНИЯ КУРСКОЙ ОБЛАСТИ**Жидкова Анна Андреевна, студентка***(e-mail: anna.zhidkova.99@mail.ru)**Научный руководитель: доцент кафедры финансов, кредита и бухгалтерского учета, кандидат экономических наук, Осиневич Л.М.**Курский государственный университет, г. Курск, Россия**В статье проанализированы статистические измерители миграции населения Курской области, сформулированы основные тенденции развития миграционной ситуации в Курской области.**Ключевые слова: миграция, трудовые ресурсы, экономический рост.*

Миграция – одна из форм массовой реакции людей на социально-экономические, политические, межэтнические изменения в обществе. Чем глубже такие перемены, тем более интенсивна миграция, ее формы и противоречивость последствий.

Курская область, как и большинство регионов России и центрального федерального округа, позиционирует себя как регион, в котором естественная убыль превышает миграционный прирост. В условиях превышения смертности над рождаемостью, только механическое движение населения может либо частично компенсировать естественную убыль, либо усилить негативный эффект сокращения численности населения.

Миграционное движение населения – важная проблема. Она влияет на демографические показатели, изменяет количество, состав трудовых ресурсов, национальную структуру. Миграция позволяет восполнить проблемы кадрового обеспечения, т.е. за счет привлечения мигрантов в регион не появляется возможность повышения качественной составляющей труда местного населения [1].

Проведем анализ миграционных процессов на территории Курской области в период с 2015 по 2018 гг.

Таблица 1. Анализ миграционных процессов Курской области [5]

	2015г.	2016г.	2017г.	2018г.
Прибывшие (чел.)	42002	45241	40875	42892
Выбывшие (чел.)	34188	36755	41863	44188
Миграционный прирост	+7814	+8486	-988	-1296

В 2015 и 2016 гг. наблюдалось положительное сальдо миграции, что говорит о превышении количества прибывших над выбывшими. В 2017 и в 2018 наблюдалась противоположная ситуация, число прибывших в регион было меньше, чем количество убывших.

В январе – декабре 2018 года на территорию Курской области прибыло 42 892 мигрантов, что на 4,9% больше соответствующего периода 2017 г. Но также и количество выбывших мигрантов увеличилось на 5,6%.

Рассчитаем коэффициенты миграции в 2017 и 2018 гг.

$K(p - v) = \frac{p - v}{S} * 1000$, где P - прибывшие

V - выбывшие

S – численность населения

2017 год: $K(p - v) = \frac{-988}{1115200} * 1000 = -0,9 \%$

2018 год: $K(p - v) = \frac{-1296}{1107100} * 1000 = -1,7 \%$

На каждую 1000 человек населения Курской области число выбывших составило в 2017 году 1 человек, а в 2018 уже 2 человека.

Среди территорий Курской области привлекательными для мигрантов явились районы: Курский, Суджанский, Медвенский и Советский. Помимо этого в наш регион прибывают из соседних субъектов федерации: Белгородской, Орловской и Воронежской областей, а выбывают в г.Москву, Московскую и Белгородскую области.

Сравнивая показатели миграции, рассчитанные в статье Л.М. Осиневич и В.Г. Зарецкая «Миграция как возможность повышения численности трудовых ресурсов региона», можно сделать выводы, что количество прибывших мигрантов в 2018 году по сравнению с 2014 годом увеличилось в 2,3 раза. Если в 2014 году миграционное сальдо имело положительное значение и составило 3 902 человека, то уже в 2018 году мы видим отрицательное сальдо (-1296 человек). Это связано прежде всего с тем, что уменьшилось количество прибывших в наш регион граждан Украины по сравнению с предыдущими годами, а также с тем, что приставы выдворяют из Курской области нелегальных мигрантов, которые нарушили правила пребывания иностранцев в России [4].

В регионе сохраняется внутрирегиональная миграция, которая носит центростремительный характер. Основной поток мигрантов выбирает в качестве места жительства города и поселки городского типа. В следствии этого в механическом движении населения Курской области происходят процессы, стимулирующие территориальную неравномерность, т.е. оголяются одни территории и происходит концентрация населения в городах и ближнем пригороде.

Существование миграции говорит об экономической привлекательности региона. Тем не менее, следует отметить, что этот процесс является двухсторонним: мигранты обеспечивают активизацию экономической деятельности в Курской области, т.к. вместе со специалистами, имеющими уровень образования сопоставимый квалификации курских кадров, происходит миграция менее подготовленных работников, в том числе нелегально прибывающих [3].

Существенным обстоятельством, влияющим на миграционную ситуацию, является приграничное положение Курской области. Так более 50% граждан, поставленных на миграционный учет, составляют жители Украины.

Вторым притягательным моментом для мигрантов является выгодное транспортно-географическое положение Курской области. Разветвленная сеть железных и автомобильных дорог способствует повсеместному расселению мигрантов. Помимо этого здесь близкое к оптимальному соотношение ресурсов тепла и влаги, плодородные черноземные почвы, практически отсутствуют опасные природные явления, то есть регион обладает благоприятными природными условиями для проживания населения [2].

В целях реализации эффективной миграционной политики, направленной на стабилизацию демографической ситуации в нашем регионе проводится мониторинг миграционной ситуации и предложений по установлению квот на осуществление трудовой деятельности иностранными гражданами. Помимо этого реализуется региональная программа по оказанию содействия добровольному переселению соотечественников, проживающих за рубежом.

В Курской области наблюдаются активные миграционные процессы, которые характеризуются на данный момент отрицательным сальдо. Анализируя миграционную ситуацию в нашем регионе точно понятно, что проблемы есть и их необходимо решать для достижения более высоких результатов. Реализация политики в данной области позволит решить региону и другие назревшие проблемы, от чего будет зависеть будущее и процветание Курской области.

Список литературы

1. Осиневич Л.М. Учебное пособие по курсу «Социально-экономическая статистика» [Текст]: - Курск: Изд-во ООО «ТОП», 2018 – 126 с.
2. Осиневич Л.М. Факторы экономического роста Курской области и ее аграрного сектора // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2013. № 6. С. 26-28.
3. Осиневич Л.М. Анализ брачности и разводимости в контексте решения демографических проблем (на примере Курской области) // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2012. Т. 8. № 45 (186). С. 44-52.
4. Осиневич Л.М., Зарецкая В.Г. Миграция как возможность повышения численности трудовых ресурсов региона // Дельта науки. 2015. № 1. С. 47-49.
5. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики (Росстат). URL: <http://www.gks.ru>.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МУСУЛЬМАНСКОГО ПРАВА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Жукова Зара Борисовна, к.ю.н., доцент
(e-mail: zbzhukova@nkzu.edu)

Товсултанова Лиана Илесовна,
магистр юриспруденции, преподаватель
(e-mail: tovsultanova.liana2011@yandex.ru)

Северо-Казахстанский государственный университет им.М.Козыбаева,
г.Петропавловск, Казахстан

В настоящей статье определены перспективы и возможные пути развития мусульманского права в условиях глобализации. Проведенный анализ показал, что, с одной стороны, наметилась тенденция к упрочению влияния норм мусульманского права на законодательство некоторых стран, с другой, - взаимодействие и сближение с другими правовыми системами.

Ключевые слова: глобализация; всемирная экономическая, политическая, культурная и религиозная интеграция и унификация; перспективы развития мусульманского права; рецепция международных принципов демократии

С конца прошлого столетия исламский мир вызывает повышенный интерес многих исследователей. В центре их внимания стоят вопросы, связанные с перспективами развития мусульманского права, реформирования властных институтов и в целом мусульманского мира в условиях глобализации.

Глобализация – процесс всемирной экономической, политической, культурной и религиозной интеграции и унификации [1, с.85]. Отношение исламского мира к указанному явлению неоднозначное. Большинство мусульманских мыслителей враждебно относятся к ней, потому что считают ее инструментом в противостоянии между западным и исламским миром. Потуги Запада под призывом к глобализации привить мусульманам свои культурно–нравственные образцы и даже политико–правовые формы без учета устоявшихся в мусульманском мире традиций, естественно, вызывают неприятие. В то же время многими исламскими учеными и политиками признаются и используются позитивные стороны глобализационных процессов. Немалую пользу глобализация приносит в сфере международного экономического обмена. Так, Академией мусульманского права при Организации Исламской конференции отмечались положительные результаты в сфере международной торговли. Банковские системы мусульманских стран, в том числе Исламский банк развития продуктивно используют современные технологии. Например, в 2017 году Emirates Islamic из ОАЭ стал первой исламской кредитной организацией, которая внедрила блокчейн для борьбы с мошенничеством. [2]. Однако, как подчеркивает российский специалист по мусульманскому праву, Л.Р. Сюкияйнен: «Положи-

тельная оценка влияния глобализации на отдельные стороны экономики или финансов мусульманских стран не может автоматически переноситься на чувствительные сферы, такие как нравственные ценности, религиозные убеждения... Стремление навязать по этим вопросам общие стандарты вызывает обоснованные возражения» [3, с.39].

Следует отметить, что современное исламское правоведение не выработало четкой позиции к изменяющемуся миру. По мнению некоторых авторитетных мусульманских мыслителей, традиционные шариатские подходы неуместны в современных условиях, потому что нынешнюю цивилизацию невозможно рассматривать как арену противостояния мусульманских и немусульманских стран [4, с.203]. Политическое и правовое развитие большинства современных мусульманских стран идет по пути сочетания исламских традиций с общемировыми образцами и западными либеральными ценностями. В наши дни мусульманско-правовые положения активно применяются для доказательства возможности обращения к западному опыту по ряду существенных вопросов, таких как парламентаризм, выборы, политический плюрализм, разделение властей и даже права человека. Разумеется, рецепция странами мусульманского права международных принципов демократии носит ограниченный характер, потому что сводится только к внешнему заимствованию западных аналогов. Однако отсутствие в доктрине Ислама детальных положений относительно устройства власти (с точки зрения шариата) дает широкий простор к использованию мирового опыта политической демократии.

Власть и подавляющее большинство мусульманских стран заинтересованы в том, чтобы демократические институты развивались с учетом обеспечения политической стабильности и безопасности. Дорожная карта демократического реформирования политико-правовых систем мусульманского мира нацелена на его включение в процесс глобализации со своими исламскими ценностями, которые совместимы с общемировыми демократическими основополагающими началами и пронизаны духом современных реалий. Мусульманские правоведы и политологи в новейших разработках разделяют сдержанную и продуманную интерпретацию норм шариата на перспективы совмещения исламских и западных принципов. Так, например, очень крупный известный современный мусульманский мыслитель, шейх Юсуф аль-Кара-дави, считает, что новейшая интерпретация государства, с точки зрения мусульманско-правовой позиции, вполне согласна с наличием в мусульманских странах плюралистической партийной системы. Он выступает в защиту пассивных избирательных прав женщин и немусульман в представительные органы, даже принятие участия мусульман в деятельности парламентов в немусульманских странах. Как он полагает, шариат, толкуемый в современном духе, не препятствует «заимствованию» ряда либеральных демократических институтов и процедур [5].

Примечательно, что к шариатскому праву обращаются не только сторонники заимствования, но и те, кто против. К примеру, за последние годы

видно, что истеблишмент мусульманских стран способен на проведение политических реформ, находя им шариатское обоснование. В то же время вокруг этих преобразований вспыхивают горячие дискуссии по вопросам их соответствия положениям шариата. Очень показательным был пример – споры насчет предоставления кувейтским женщинам избирательных прав. Исламские радикалы вплоть до начала третьего тысячелетия пресекали всякие попытки женщин принятия участия в парламентских и местных выборах – обосновывая это тем, что это противоречит нормам шариата. В 2005 году женщины получили избирательные права, Национальным собранием Кувейта был все же принят закон, обоснованный шариатом. После принятия закона, первой женщиной-кандидатом, принявшей участие в муниципальных выборах в апреле 2006 г., стала Джанан Бушахри, инженер по образованию. Выборы она проиграла, но в интервью газеты «Аш-Шарк Аль-Аусат», она назвала «это поражение своей победой», так как она решила принять участие в выборах и заняла второе место по количеству полученных в ее округе голосов [6]. 26 сентября 2017 года король Саудовской Аравии Сальман бен Абдель Азиз Аль Сауда подписал декрет об отмене запрета на вождение транспорта для жительниц королевства. Принята и реализуется стратегия «Видение - 2030». В рамках этой стратегии число работающих женщин будет увеличено до 30%. Им доступны теперь профессии, считавшимися ранее запретными, такие как профессия таксиста, авиадиспетчера, служба в армии и пр. [7].

Диалог мусульманского мира с западным по ключевым политическим вопросам сохраняет тенденцию продолжения. Опыт правового развития мусульманского мира показывает, что такое взаимодействие возможно. Практически всем национальным правовым системам, существующим на сегодняшний день, присущи черты, которые отражают основные тенденции развития права в современном мире. Одна из таких тенденций – сближение разных правовых систем, вплоть до стандартизации их значительных звеньев на региональном уровне. В то же время более отчетливо проявляется и другая тенденция, выражающаяся в учете в государственном праве отдельных стран собственных историко – культурных, религиозных и цивилизационных особенностей, которые по – разному взаимодействуют с общемировыми правовыми стандартами.

В частности, в последние десятилетия мусульманские страны активно воспринимают европейские правовые образцы, в то же время расширяют границы реализации шариата. Такая специфика развития региона проходит через осмысление исламского правоведения. Можно наблюдать усиление позиции, согласно которой допускается рецепция европейских правовых стандартов мусульманским миром, но при этом без нарушения шариатских положений. Одновременно отстаивается позиция необходимости кодификации норм фикха, развивается современная теория иджтихада, которая отвергает слепое следование традициям Ислама, согласно которой нововведения неприемлемы. Другими словами, мусульманские юристы – пра-

воеды более склонны к обновлению мусульманского права, к сочетанию шариатских традиций с требованиями современной эпохи. Причем, они согласны с тем, что европейский опыт сильно влияет на развитие современного мусульманского права [8].

Опыт мусульманского мира показывает, что национальная правовая система вполне может функционировать в сочетании с европейской правовой культурой. Данный опыт может пригодиться и для республики Казахстан при выстраивании правовой политики. В частности, использовать достижения мусульманско-правовой культуры при решении социально-экономических проблем, при защите прав мусульман на собственный образ жизни, с включением в законодательство отдельных положений мусульманского права. В качестве примера можно привести Татарстан. В законодательстве Татарстана закреплены положения, дающие право религиозным организациям на вакуфное имущество [9]. К тому же внешнеполитические факторы заставляют обращаться к мусульманско-правовой культуре. Это активизация сотрудничества Казахстана с мусульманским миром, налаживание тесного взаимодействия в рамках Организации Исламской конференции, а также необходимость противодействия исламскому экстремизму на идейно – теоретическом уровне.

Современные исследователи в оценке дальнейшего будущего мусульманской цивилизации весьма сдержанны, если не сказать, пессимистичны. Они убеждены в том, что для утверждения демократических принципов построения государственности непременно надо отказаться от традиционных ценностей Ислама. В связи с этим возникают вопросы: достаточно ли у мусульманского права внутренних резервов, идейных возможностей для того, чтобы предложить своим последователям эффективные решения, основанные на исламском подходе; использовать продукты современной цивилизации, не изменяя исламским ценностям? Отвечая на эти вопросы, необходимо учитывать то, что в исламской доктрине существуют различные направления. Среди них можно выделить следующие. *Традиционное*, обосновывающее «консервацию» современного состояния мусульманского общества. *Фундаменталистское* – отстаивающее необходимость коренного реформирования всех общественных и властных структур в соответствии с буквальной интерпретацией шариата. И, наконец, *модернистское* – использующее в своей риторике внешнее исламское толкование для обоснования либеральных реформ по западному шаблону [3]. Надо отметить, что до сих пор незаметным оставалось направление, переключившееся с подходом мусульманских реформаторов, которые разрабатывали свои идеи в конце XIX – начале XX веков. Чтобы обосновать собственно исламский взгляд на развивающийся мир, они призывали только к возобновлению иджтихада, а не обращались к иным основам шариата. Нынешняя ситуация показывает, что выделенный подход начинают воспринимать как наиболее перспективный для подтверждения стратегии современного ислама и мусульманского мира в целом. Самым основным является то, что

это внедряется в основу официальной политики ряда стран, становится переломным в создании своего рода национальной мусульманской идеи, включая ее концептуальные начала, цели и механизмы реализации. Особенно динамично в данном направлении работают государственные структуры Кувейта.

Министерством вакфов и исламских дел Кувейта разработана целая концепция «Усредненность – образ жизни» [10]. Принцип усредненности стоит в центре всех подходов, который вытекает из коранических аятов: «... Мы создали вас общиной срединной, чтобы вы свидетельствовали за других людей, за вас же свидетелем был бы Посланный» [11, (2: 143)]. Известно также высказывание пророка Мухаммада: «Во всех делах наилучшим является то, что посередине». Растолковать усредненность можно как взвешенный, умеренный, равноудаленный от любых крайностей подход. К примеру, «уход как от приземленного прагматизма, так и от оторванного от реальности идеализма, неприятие как слепого отстаивания давно устаревшего, так и стремления к постоянным переменам» [3, с. 47]. Из этой трактовки вытекает, что основной чертой шариата является усредненность, необременение человека сверх его возможностей, постепенность, поиск компромиссов, приоритет избежания вреда перед получением выгоды, исключение риска.

То есть, очевидно, что усредненность представляет собой компромиссный вариант в сравнении с отмеченными выше направлениями: традиционализмом, фундаментализмом и модернизмом. Отметим, что не все признают базовые принципы концепции усредненности, как исламского образа жизни. Поэтому она уделяет особое внимание поддержке исследований актуальных современных проблем на основе исламского принципа умеренности, поощрению творческой исламской мысли, что провозглашается главным гарантом преодоления религиозного фанатизма и стремления выдать какой – либо один взгляд по вопросам ислама, как единственно правильный. Такие претензии концепцией отменяются очень жестко, основываясь на следующие коранические положения: «Не изрекайте своими устами ложь, утверждая, что это – дозволено, а то – запретно, и не возводите навет на Аллаха...» [11, (16:116)].

В связи с этим концепция перекладывает огромную ответственность на государство за использование исламских положений в деле укрепления национального единства, недопущения сепаратизма, радикализма и разлада внутри общины мусульман. Особый упор сделан на решительном пресечении властью любых попыток поборников определенной интерпретации учения Ислама обвинить своих оппонентов в неверии и силой навязать им свои взгляды. Единственно верным способом преодоления диссонанса предлагается построение диалога и обращение к неопровержимой аргументации, а также отмечается ключевая роль государства в согласовании и сближении позиций различных центров исламского знания по актуальным вопросам общенационального значения.

Концепция усредненности как образ жизни подтверждает традиционную для исламской мысли свободу иджихада и приемлемость расхождений во мнениях в общих рамках исламских ценностей. Данным подходом воспроизводится известный принцип исламской юриспруденции (фикха), который допускает модификацию конкретных мусульманско-правовых правил сообразно изменениям времени, условиям и обстоятельствам. Ссылаясь на принцип религиозного плюрализма указанный подход «призывает» мусульман к активному диалогу с представителями других вер и культур. Стратегия умеренности провозглашает открытость ислама по отношению к остальному миру. Акцентирует внимание на том, что проповедование исламских ценностей (особенно за пределами мусульманского сообщества) требует новых подходов, учитывающих современные реалии. В рамках указанной программы важная роль отводится и проповеднической и просветительской деятельности мечетей. Мечети ориентированы на толкование современных проблем через призму основополагающих начал мусульманского права, таких как сопоставление пользы и вреда, когда нужно принятие решения по любым вопросам; преимущество избежания вреда перед получением выгоды; фокусирование на смысле конкретных решений, а не на их формальном соответствии, когда – то установленным доктринальным критериям. Вот такими целями пронизана разработанная в Кувейте хартия мечетей, согласно которой нельзя слепо следовать одному только определенному толку исламской юриспруденции, надо признавать плюрализм взглядов в общих исламских рамках.

Специфическая особенность рассматриваемого подхода заключается в его практической направленности. В Кувейте, например, уже реализуются специальные просветительские проекты, предназначенные для молодежи, а университеты проводят регулярные семинары и дискуссии по различным аспектам усредненности как основы исламского мировоззрения. Уже полным ходом запущена работа специального центра по данной проблеме, основной целью которого является полемика с поборниками крайних, радикальных взглядов, распространение объективных знаний об исламе и его политико-правовой культуре вне пределов мусульманского мира. Также Министерством принята стратегия, в центре которой – та же идея усредненности. Согласно этому документу, на это ведомство возложена основная ответственность за координацию всей проповеднической исламской инициативы, базирующейся на умеренности. Специальная оговорка об уважении к Конституции и государственному строю являются краеугольными шариатскими основами. Особая роль отводится и СМИ по продвижению в обществе ценностей усредненности как исламского образа жизни.

Данный подход не ограничивается лишь интересами только мусульманского сообщества или рамками собственно религиозной политики. Это серьезный фактор решения общегосударственных задач, охватывающий и проблемы национальной безопасности. В рамках реализации данной программы специальной комиссией разработана стратегия по противодействию

экстремизму. В центре данной стратегии особняком стоят два важных вопроса – идейное противостояние экстремизму и обоснование исламской альтернативы его позициям, а также активная работа с молодежью в целях предотвращения влияния на нее радикальных идей. Помимо того, принципы усредненности оказывают сильное воздействие на выбор мусульманским миром приоритетов своей глобальной стратегии на современном этапе [3].

Таким образом, международное мусульманское сообщество четко понимает, что последовательная реализация на практике концепции умеренности позволит ему влиться в общемировые процессы в качестве их активного участника, не изменяя при этом ценностям Ислама и обогащая ими современную цивилизацию, обеспечить, в том числе, глобальную стратегическую безопасность мусульманского мира и перспективы его будущего развития в целом.

Список литературы

1. Глебов Г.И., Милаева О.В. Современные международные отношения. Учебное пособие. Пенза, 2010. – 98 с.
2. Andrew DePietro . Blockchain And Islamic Banking Are Working Together, And Everyone Stands To Benefit. 2018. URL: <http://https://www.forbes.com> (Дата обращения: 22.05.2018)
3. Сюкияйнен Л.Р. Исламская политико – правовая мысль в поиске ответов на вызовы современности //Центральная Азия и Кавказ. Москва, 2006. – №6 (48). – С.37 – 50
4. Юсуф аль – Карадави. Современные фатвы (избранное). Выпуск 1. М.: Андалус, 2004. – С.202 – 205
5. Юсуф аль–Карадави. О правовой концепции государства в исламе. Статус государства, его особенности, природа и отношение к демократии, плюрализму, роли женщины и немусульман. Каир, 1997 / <http://doc.knigi-x.ru/>
6. Мелкумян Е. С. Участие женщин в парламентских выборах в Кувейте / Институт Бл. Востока – URL:<http://www.iimes.ru>
7. Тарасов Дмитрий. Не только за руль: какие еще права получают женщины Саудовской Аравии, 2018: [сайт] URL: <https://tass.ru/>
8. Юсуф аль–Карадави. Мусульманское право между самобытностью и обновлением. Каир, 1986 / URL: <http://doc.knigi-x.ru/>
9. Закон Республики Татарстан «О свободе совести и о религиозных объединениях» от 14 июля 1999 года N 2279 (с изменениями и дополнениями на 23.05.2001)- URL: www.consultant.ru
10. Министерство вакуфов и исламских дел государства Кувейт / официальный сайт: <http://site.islam.gov.kw/default.aspx>
11. Коран. Перевод смыслов Э.Р. Кулиева. / Комплекс имени Короля Фахда по изданию священного Корана. Медина, 2002. – 1088 с.

ДВИЖЕНИЕ «МОЛОДЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЫ» (ВОРЛДСКИЛЛС РОССИЯ) КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

*Захарова Ирина Викторовна, директор
региональный координационный центр движения «Молодые профессионалы» (WorldSkills Russia) в Белгородской области,
г. Белгород, Россия
(e-mail: zakharova_i@mail.ru)*

В данной статье рассмотрены направления развития движения Ворлдскиллс Россия в Белгородской области с целью обеспечения подготовки кадров в соответствии с мировыми стандартами и требованиями работодателей.

Ключевые слова: компетенция, образовательная организация, Ворлдскиллс, эксперт.

Подготовка квалифицированных рабочих кадров и специалистов среднего звена является неотъемлемой частью сферы образования и одним из важных компонентов обеспечения устойчивого и эффективного развития человеческого капитала и социально-экономического развития страны в целом. В современных условиях ключевую роль играет опережающая подготовка кадров и возникает необходимость внедрения современных стандартов мирового уровня в подготовке кадров, создавать условия для участия образовательных учреждений в движении Ворлдскиллс (WorldSkills).

Целью международного движения WorldSkills (от англ. skills - «навыки») является повышение престижа рабочих профессий и развитие профессионального образования путем гармонизации лучших практик и профессиональных стандартов во всем мире посредством организации и проведения конкурсов профессионального мастерства, как в каждой отдельной стране, так и во всем мире в целом [2].

Российская Федерация в 2012 году стала участником международного движения Ворлдскиллс, что обеспечило российской молодежи возможность участвовать в международных чемпионатах профессионального мастерства. Также Российская Федерация выиграла право на проведение международного чемпионата в 2019 году в Казани.

К движению Ворлдскиллс в России сегодня официально присоединились 85 регионов. За эти годы в стране были проведены 236 региональных первенств, победители которых стали участниками пяти финалов национального чемпионата. Соревнования собрали более 40 000 студентов образовательных учреждений, выступления которых оценивали 42 000 экспертов.

В 2015 году Белгородская область присоединилась к движению Ворлдскиллс Россия, был заключен договор об ассоциированном членстве с Союзом «Агентство развития профессиональных сообществ и рабочих

кадров «Ворлдскиллс Россия», подписана дорожная карта по реализации движения на территории области.

В 2014-2016 годах 20 студентов образовательных организаций области приняли участие в полуфинальных и финальных соревнованиях по стандартам Ворлдскиллс:

- 1 место по компетенции «Сухое строительство и штукатурные работы» и 3 место по компетенции «Кирпичная кладка» (полуфинал ЦФО 2015 г.);
- 1 место по компетенции «Кирпичная кладка» и 3 место по компетенции «Выпечка хлебобулочных изделий» (полуфинал ЦФО 2016 г.);
- 3 участника получили медали за профессионализм.

С 2015 по 2018 годы более 400 представителей образовательных организаций Белгородской области прошли обучение по программам повышения квалификации с учетом стандартов Ворлдскиллс (таблица 1).

Таблица 1 - Количество специалистов Белгородской области, прошедших обучение по программам повышения квалификации с учетом стандартов Ворлдскиллс

№ п/п	Наименование программы обучения	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	Всего, человек
1.	Практика и методика подготовки кадров с учетом стандарта Ворлдскиллс Россия	6	7	20	60	93
2.	Эксперт демонстрационного экзамена по стандартам Ворлдскиллс Россия	-	-	152	147	299
3.	Эксперт чемпионата по стандартам Ворлдскиллс Россия	-	-	-	24	24

С 2017 года в Белгородской области ежегодно проходит региональный чемпионат «Молодые профессионалы» (Ворлдскиллс Россия). В 2017 году участниками чемпионата стали 206 человек (89 конкурсантов и 117 экспертов), в 2018 году - 285 человек (113 конкурсантов и 172 эксперта), а в 2019 году - 304 человека: 122 конкурсанта и 182 эксперта.

Победители региональных чемпионатов принимают участие в отборочных соревнованиях и лучшие из них проходят в Финал Национального чемпионата «Молодые профессионалы» (WorldSkills Russia). В 2018 году в данном чемпионате по компетенции «Парикмахерское искусство» представители Белгородской области получили медаль за профессионализм.

Среднее значение участника регионального чемпионата Белгородской области составляет 44,95 баллов, что меньше лучшего значения по Российской Федерации на 28,64%. Лучший результат продемонстрирован победителем регионального чемпионата по компетенции «Дошкольное воспитание» (57,46%). В сравнении с результатами Финала национального чем-

пионата среднее значение участника от Белгородской области меньше на 41,53%.

Основными причинами таких результатов участников региональных чемпионатов на наш взгляд являются:

- отсутствие у образовательных организаций области опыта подготовки участников к чемпионатам Ворлдскиллс Россия;
- потребность в оснащении материальной базы образовательных организаций современным технологическим оборудованием;
- необходимость обучения большинства преподавателей образовательных организаций стандартам Ворлдскиллс и внедрение их в образовательный процесс.

Высокотехнологичные производства требуют соответствующей подготовки кадров, а скорость развития технологий сегодня диктует условия быстрого внедрения новых стандартов и инструментов. В связи с этим возникает необходимость формирования эффективных механизмов развития движения Ворлдскиллс Россия на территории Белгородской области. Можно выделить первоочередные задачи для формирования качественной модели подготовки кадров региона по стандартам Ворлдскиллс Россия.

Одной из таких задач является развитие регионального экспертного сообщества Ворлдскиллс Россия.

В настоящее время в региональное экспертное сообщество Ворлдскиллс входят более 200 преподавателей образовательных организаций области. Все они прошли обучение по стандартам и методикам Ворлдскиллс, имеют опыт участия в чемпионатах различного уровня и проведения демонстрационных экзаменов. Но необходимо и дальше развивать экспертного сообщества и на наш взгляд существует потребность:

- в привлечении преподавателей/мастеров/студентов к разработке программ с учетом требований Ворлдскиллс и отраслей экономики (работодателей).
- в создании единого/открытого информационного ресурса для тиражирования знаний и навыков экспертов, обмен опытом внутри профессиональных сообществ.
- в повышении квалификации экспертов, участие в конкурсах различного уровня и других мероприятиях.
- в сертификации экспертов по стандартам Ворлдскиллс.

Также из числа победителей и призеров региональных чемпионатов по стандартам Ворлдскиллс нам необходимо растить своих экспертов, наставников для дальнейшей подготовки региональной сборной и участия в национальных и мировых соревнованиях по стандартам Ворлдскиллс. Экспертное сообщество должно усиливаться в первую очередь для развития региональной системы образования и обеспечения экономики области высококвалифицированными кадрами.

Следующей задачей развития движения Ворлдскиллс Россия в Белгородской области является формирование сети специализированных центров компетенций.

Специализированный центр компетенции (СЦК) - центр развития профессий и профессиональных сообществ Ворлдскиллс, обладающий современным оборудованием и технологиями, отвечающими требованиям Ворлдскиллс, а также наличием экспертов для осуществления обучения и оценки соответствующей квалификации по стандартам Ворлдскиллс [2].

В регионе приказом департамента внутренней и кадровой политики области создано 7 СЦК на базе региональных образовательных учреждений. Профессиональным образовательным организациям области, на базе которых в дальнейшем планируется создать СЦК необходимо: оснастить в соответствии со стандартами Ворлдскиллс, подготовить и сертифицировать экспертов. Также необходимо рассмотреть варианты открытия СЦК на базе высших образовательных организаций области по направлениям «ИТ-сфера» и «Сфера услуг».

Решение этих задач позволит выстроить эффективную модель подготовки кадров в соответствии со стандартами мирового уровня, которая позволит обеспечить гибкое и точечное планирование и подготовку востребованных трудовых ресурсов, а также обеспечению реального сектора экономики региона необходимыми профессиональными, готовыми к работе кадрами, не требующими переобучения [1, с. 3].

Список литературы

1. Методические рекомендации по обеспечению в субъектах Российской Федерации подготовки кадров по наиболее востребованным и перспективным специальностям и рабочим профессиям в соответствии с международными стандартами и передовыми технологиями [Электронный ресурс]. URL: https://www.cposo.ru/rs/oropt/2017/metod_50.pdf (дата обращения: 23.05.2019).
2. Официальный сайт БОУ Омской области ДПО «Институт развития образования Омской области» [Электронный ресурс]. URL: <http://kafedra-po.irooo.ru/> (дата обращения: 27.05.2019).
3. Официальный сайт Международной Конгресс-выставки «Global Education – Образование без границ – 2018» [Электронный ресурс]. URL: <https://globaledu.ru> (дата обращения: 27.05.2019).
4. Официальный сайт Союза «Агентство развития профессиональных сообществ и рабочих кадров «Ворлдскиллс Россия» [Электронный ресурс]. URL: <http://worldskills.ru/o-nas/dvizhenie-worldskills/czel-i-missiya.html> (дата обращения: 23.05.2019).
5. Профессиональные стандарты в России: современное состояние вопроса, возможности применения / (В.В. Федотова и др.); под ред. к.с.н. В.В. Федотовой. – Екатеринбург: УрФУ, 2013. – 51 с.

Zakharova Irina Viktorovna, director

THE MOVEMENT «YOUNG PROFESSIONALS» (WORLDSKILLS RUSSIA) AS A TOOL TO IMPROVE THE EFFICIENCY OF VOCATIONAL EDUCATION

Abstract: the article discusses the direction of development of the WorldSkills Russia movement in the Belgorod region in order to provide training in accordance with international standards.

Keywords: competence, educational organization, WorldSkills, expert.

УДК 658.2

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ РЕСУРСОВ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Зенченко Марина Александровна, студент

(e-mail: zenchenkomarina@mail.ru)

Тонконог Виктория Владимировна, студент

(e-mail: viktoriya.tonkonog98@mail.ru)

Нормова Татьяна Александровна, к.э.н., доцент

Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина,

г. Краснодар, Россия

(e-mail: tanormova@mail.ru)

В данной статье изучены виды производственных ресурсов организации, проблемы эффективности их использования, а также пути, благодаря которым возможно повышение эффективности использования производственных факторов.

Ключевые слова: ресурсы предприятия, производственные ресурсы, организация, факторы производства, эффективность.

На динамику реализации производственных планов и на результаты производственно-хозяйственной деятельности организации влияют все виды ресурсов, а также учитывается объем их использования. Ресурсы предприятия включают в себя материальные, финансовые средства, а также интеллектуальные возможности, которые в полном объеме могут использоваться в ходе производственного процесса.

В последнее время, состав ресурсов стали рассматривать только с точки зрения факторов производства. Такие факторы подразумевают ресурсы, которые задействованы в производственном процессе, так как формируют доходную основу организации, они представлены на рисунке 1.

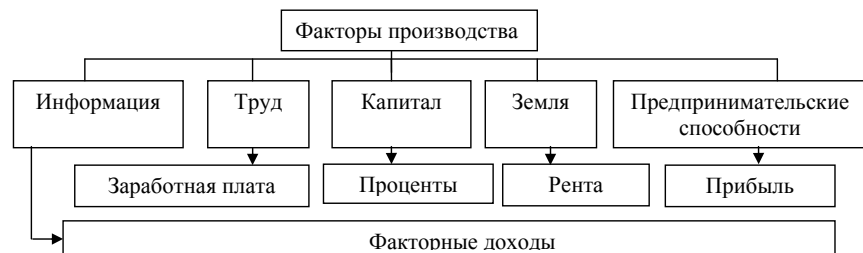


Рисунок 1 – Факторы производства и их доходные свойства

Важнейшей частью производственных ресурсов выступают основные фонды предприятия. Основные фонды - это средства труда, которые участвуют в производственном процессе, при этом сохраняют свою натуральную форму. Состояние основных фондов характеризуется их доступностью, структурой и сроком службы [4].

Основной ценностью производственных ресурсов предприятия является формирование новых стоимостей. Важнейшая задача, которую выполняют производственные ресурсы - это производство продукции. Без исключения все ресурсы предприятия должны регулярно и непрерывно воспроизводиться.

Также производственные ресурсы включают в себя основные и оборотные активы, трудовые и иные ресурсы, которые могут быть задействованы в производственном процессе. Обычно они подразделяются на 4 категории:

- используемые;
- первичные;
- вторичные;
- выходные ресурсы [3].

Используемые ресурсы включают в себя материалы, основные средства, трудовые ресурсы, работа и услуги, которые могут быть задействованы в организации. Используемые ресурсы подразделяются на первичные и вторичные ресурсы.

Первичные ресурсы включают в себя различные материалы, ресурсы, услуги и работы, которые поступают из внешней среды организации.

Вторичные ресурсы - это внутренние производственные службы, а также основные средства, которые были созданы организацией самостоятельно.

Под выходными ресурсами понимается незавершенное производство или готовый продукт, аутсорсинговые работы и услуги, они продаются внешним покупателям, т.е. находятся за пределами действующего предприятия. Необходимо отметить, что один и тот же ресурс может быть применен как к используемым, так и к внешним ресурсам. К примеру, тепло, которое производится на предприятии, может использоваться как внутри него, так и поставляться внешним потребителям.

Ниже представлены виды ресурсов и их классификационный признак.

Таблица 1 – Классификация производственных ресурсов предприятия

Виды ресурсов	Классификационный признак
Производственные, из них:	Ресурсы формируются и потребляются на предприятии
1) Выходные	Данный вид ресурсов реализуется внешним партнерам
2) Используемые, в т.ч.:	Ресурсы, которые потребляются внутри организации
- первичные	Ресурсы, которые поступают на предприятие извне
- вторичные	Ресурсы формируются внутри предприятия на основе первичных ресурсов

Немаловажным является то, что при использовании производственных ресурсов могут возникать проблемы их эффективного применения, они могут появляться из-за следующих факторов:

- на предприятии из-за различных проблем с поставками материалов либо отсутствии специалистов по перенастройке оборудования, происходят задержки производственного персонала и технического оснащения;

- осуществляется не в полной мере контроль за качеством и за тем, чтобы вовремя предотвращать повторную корректировку обработки дефектов;
- планирование загрузки оборудования и техники осуществляется неэффективно;
- слабо развита техническая поддержка предприятия [4].

Для того, что повысить уровень эффективности использования ресурсов организации, необходима система автоматизированного планирования, контроля и управления данной организации. Важной отличительной особенностью производственных ресурсов является то, что они способны заменять друг друга, именно поэтому между ними происходит сбалансированное равновесие компонентов [5].

Для того, чтобы увеличить прибыль предприятия, необходимо своевременно предоставлять сырье и материалы, именно это будет способствовать расширению производства готовой продукции и уменьшению себестоимости [3].

Также существуют такие показатели эффективности производственных ресурсов, которые применяются на предприятии, как:

- фондоотдача – она характеризует, насколько эффективно используются основные производственные фонды предприятия.
- производительность труда – показатель, который характеризует результативность труда на предприятии;
- материалоотдача – это соотношение себестоимости продукции и цены используемых материалов, оно показывает долю продукции на один рубль стоимости материалов.

Ниже, в таблице 2 приведена оценка, которая показывает экономическую эффективность использования основных фондов на примере ООО «ПКП».

Таблица 2 – Оценка экономической эффективности использования основных видов ресурсов организации

Показатель	2016 г.	2017 г.	Отклонение (+,-)
Среднегодовая стоимость основных производственных фондов, тыс. руб.	2675	2670	-
Стоимость валовой продукции, тыс. руб.	7247	7083	-158
Среднесписочная численность персонала, чел.	18	19	+1
Фондоотдача, руб.	2,8	2,7	-0,1
Фондоемкость, руб.	0,47	0,48	+0,01
Фондовооруженность, тыс. руб.	143,6	136,7	-6,9
Материалоотдача, руб.	2,6	2,9	+0,3
Производительность труда, тыс. руб.	426,9	448,6	+21,7

Основные виды деятельности ООО «ПКП» представлены ниже:

- сбор, транспортирование и размещение отходов (твердых бытовых, строительного и крупногабаритного мусора);
- доставка сыпучих материалов;
- земляные работы;
- удаление, подрезка деревьев при помощи автовышки 22 м;
- подметально-уборочные работы спецтехникой;
- аренда спецтехники (доставка на объект тралом).

Из таблицы 2 видно, что в отчетном году основные и оборотные производственные активы используются менее эффективно, так как фондоотдача снизилась на 0,1 руб., а коэффициент фондоемкости, в соответствии с этим, вырос в отчетном году на 0,01 рубля (т.е. меньше продукции производится на 1 рубль основных производственных фондов); фондовооруженность кроме того снизилась на 7 тыс. руб.; эффективность использования материалов увеличилась на 0,2 руб. Но, положительным фактом является то, что произошло увеличение производительности труда на 21,7 тыс. руб.

Ресурсы предприятия являются важным элементом производственного процесса. Состояние производства в целом зависит от того, как они используются. Однако следует улучшить использование, анализ, учет и планирование ресурсов за счет расширения сырьевой базы, а также материалов и оборудования [1].

В настоящее время особое внимание надо заострять на таких процессах как исследование и прогнозирование рынка, тщательный выбор поставщиков, сотрудничество с которыми будет более прибыльным, необходимо четко определять в чем нуждается население, какие товары и услуги им необходимы, это послужит стимулированию спроса.

Для успешного развития предприятия, необходимо постоянно наращивать эффективность применения производственных ресурсов. Это приведет к увеличению производительности труда и снижению себестоимости продукции, благодаря этому будет поддерживаться конкурентоспособность организации. Если конкурентное преимущество продукции будет расти, то это поспособствует повышению продаж и соответственно увеличению прибыли предприятия, благодаря этому будет больше возможностей для накопления доходов и совершенствования производственного процесса.

Необходимо отметить, что увеличение интенсивности загрузки оборудования, может стать резервом, который будет повышать эффективность использования производственных ресурсов. К этому можно прийти благодаря развитию технологий, увеличению отдачи при работе оборудования, именно это обеспечивает рост объемов выпускаемых товаров и услуг.

Для этого необходимо выполнить следующие условия:

- обеспечение бесперебойной работы оборудования;
- систематически улучшать основные фонды организации;
- обеспечить обоснованную частоту замены оборудования;

- контролировать нормативы сырья и материалов, чтобы они расходовались экономнее;

- необходимо, чтобы производительность труда всегда увеличивалась, сокращая трудоемкость производства товаров [2].

Таким образом, можно сделать вывод, для того, чтобы использовать производственные ресурсы эффективно, необходимо внедрение прогрессивных условий труда работников, а также важным условием является их замотивированность на повышение качества изготовления продукции и производительности труда.

Список литературы

1. Борисов Е.Ф. Экономическая теория: учебник / Е.Ф. Борисов - М: Юрист, 2015. - 568с.
2. Ермолович Л.Л. Анализ эффективности промышленного производства: учебник / Л.Л. Ермолович - М: Финансы и статистика, 2016.- 158 с.
3. Войтоловский Н.В. Комплексный экономический анализ предприятия: учебник / Н.В. Войтоловский – СПб.: Питер, 2015. – 576 с.
4. Матвиенко, Г.А. Анализ ликвидности организации и ее платежеспособности на основе относительных показателей / Матвиенко Г.А., Губиева С.Ю., Нормова Т.А. // В сборнике: Проблемы и перспективы развития теории и практики экономического анализа в России и за рубежом Четвертая международная научно-практическая конференция студентов, аспирантов, преподавателей. 2015. С. 129-137.
5. Оценка конкурентоспособности России в мировой экономике / Нормова Т.А., Страх И.А., Черненко Т.А., Кравчук О.А. // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2016. № 121. С. 671-684.

Zenchenko Marina Alexandrovna, student
(e-mail: zenchenkomarina@mail.ru)

Tonkonog Victoria Vladimirovna, student
(e-mail: viktoriya.tonkonog98@mail.ru)

Normova Tatiana Alexandrovna, associate professor
(e-mail: tanormova@mail.ru)

Kuban state agrarian University named after I. T. Trubilin, Krasnodar, Russia

THE USE OF PRODUCTION RESOURCES FOR THE EFFECTIVE OPERATION OF THE ORGANIZATION

Abstract. In this article types of production resources of the organization, problems of efficiency of their use, and also ways thanks to which increase of efficiency of use of production factors is possible are studied.

Keywords: enterprise resources, production resources, organization, factors of production, efficiency.

ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ

Зубкова Олеся Юрьевна, магистр
(e-mail: olesya.zubkova.97@mail.ru)

Ситникова Эльвира Валерьевна, к.э.н., доцент
Юго-Западный государственный университет, г.Курск, Россия
(e-mail: 0209elvira@mail.ru)

В статье проанализировано положение ПАО Сбербанк на финансовом рынке, отражающее его значимость для российской экономики. Вместе с тем рассматривается финансовая и инвестиционная деятельность банка, а также проводится анализ финансовых результатов ПАО Сбербанк и его места в банковском секторе.

Ключевые слова: коммерческий банк, финансовый рынок, банковские операции, финансовые результаты.

ПАО Сбербанк является современным, универсальным банком, удовлетворяющим потребности различных групп клиентов в широком спектре банковских услуг, крупнейшим банком Российской Федерации и СНГ [4].

Основной деятельностью Сбербанка являются банковские операции:

– операции с корпоративными клиентами: обслуживание расчетных и текущих счетов, открытие депозитов, предоставление финансирования, выдача гарантий, обслуживание экспортно-импортных операций, инкассация, денежные переводы в пользу юридических лиц и др.

– операции с розничными клиентами: принятие средств во вклады и ценные бумаги Банка, кредитование, обслуживание банковских карт, операции с драгоценными металлами, купля-продажа иностранной валюты, платежи, денежные переводы, хранение ценностей и др.

– операции на финансовых рынках: с ценными бумагами, производными финансовыми инструментами, иностранной валютой и др.

Таблица 1 – Доля ПАО Сбербанк в основных сегментах
российского финансового рынка, %

Сегмент рынка	2014г.	2015г.	2016г.	2017г.
Активы	29,1	28,7	28,9	28,9
Кредиты корпоративным клиентам	35,0	32,2	31,7	32,4
Кредиты частным клиентам	35,9	38,7	40,1	40,5
Средства корпоративных клиентов	21,9	25,0	22,1	20,9
Средства частных клиентов	45,0	46,0	46,6	46,1
Капитал	28,7	29,7	33,5	39,3

Доля Сбербанка в общем объеме активов российского банковского сектора составляла на 1 января 2018 года 28,9 %. На рынке частных вкладов — 46,1 %. Кредитный портфель соответствовал 40,5 % всех

выданных кредитов населению и 32,4 % кредитов корпоративным клиентам.

Особая роль Сбербанка России в банковском секторе страны предопределяет развитие партнерских отношений с основными институтами инфраструктуры финансового рынка: фондовыми и валютными биржами, регистраторами, торговыми системами[2, с.122].

В 2017 году Сбербанк сохранил лидирующие позиции на всех основных сегментах финансового рынка Российской Федерации. На протяжении 2014-2017гг. постепенно росла доля банка в объеме капитала (+10,6%) и на 2017г. составила 39,3%. На рынке кредитования частных клиентов ПАО Сбербанк увеличил долю в 2017 г. на 0,4 п.п. по сравнению с 2016г., прирост за период составил 4,6%. На рынке кредитования корпоративных клиентов в 2017г. произошло увеличение доли Сбербанка на 0,7п.п., однако уровня 2014г. достигнуть не удалось. В 2017 г. на рынке вкладов населения впервые с 2014г. сократилась доля ПАО Сбербанк на 0,5 п.п., на рынке средств корпоративных клиентов на 1,22%.

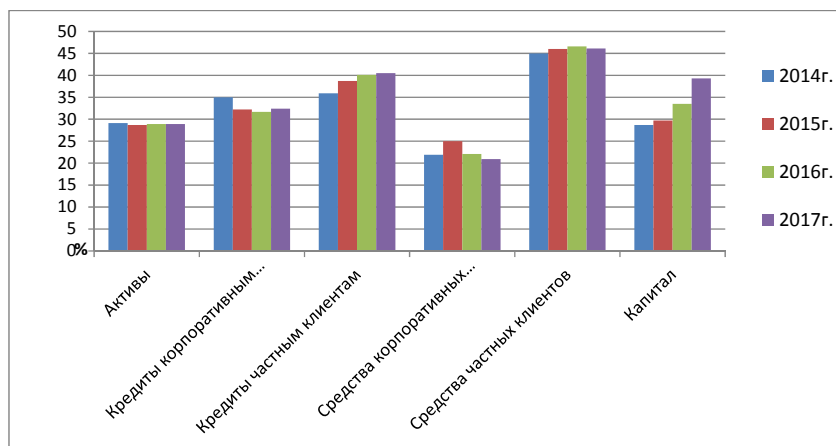


Рисунок 1 – Доля ПАО Сбербанк в основных сегментах финансового рынка

Число активных розничных клиентов Сбербанка в России превышает 86,2 млн. человек, корпоративных клиентов — более 2 млн. из 4,5 млн. зарегистрированных юридических лиц в России. За рубежом услугами Сбербанка пользуется свыше 11 млн. человек.

По данным рейтингового агентства «Эксперт РА» составим рейтинговую таблицу банков по объему активов и капитала на 01.01.2018 (табл.2).

Таблица 2 – Рейтинг банков по активам и собственному капиталу[5].

Место на 01.01.2018	Наименование банка	Активы на 01.01.2018, млн. руб.	Активы - темп прироста за 01.01.2017 - 01.01.2018 (%)	Собств. капитал на 01.01.2018, млн. руб.	Собств. капитал - темп прироста за 01.01.2017 - 01.01.2018 (%)	Место по капиталу на 01.01.2018
1	ПАО Сбербанк	23 806 095,6	6,51	3 694 397,9	17,53	1
2	Банк ВТБ (ПАО)	9 808 436,1	2,41	1 061 710,1	4,31	2
3	Банк ГПБ (АО)	5 530 472,7	8,73	705 373,9	2,28	3
4	ВТБ 24 (ПАО)	3 737 443,2	20,27	371 634,5	25,65	5
5	АО Россельхозбанк	3 222 544,8	14,52	420 589,6	6,27	4

По объему активов и капитала ПАО Сбербанк на протяжении длительного времени стабильно занимает 1-е место среди крупнейших банков России. По данным табл.2 можно сказать о том, что ПАО Сбербанк занимает лидирующие позиции по показателю объема активов со значительным отрывом от конкурентов (более чем в 2 раза), прирост активов за год составил 6,51%, что является не самым высоким показателем среди других банков. По уровню капитала ПАО Сбербанк опережает ближайшего конкурента более чем в 3 раза с темпом прироста за 2017г. в 17,53%.

Более 75% дохода от операций на глобальных рынках приносят три ключевых направления – валютные инструменты, операции РЕПО и денежного рынка и долговые инструменты. По направлению операций на валютном рынке реализовано в 2017 году ряд значимых трансформационных проектов, среди которых алгоритмическая торговля и автоматический доступ к биржевым валютным и процентным инструментам[1, с.17].

В части развития брокерского бизнеса и электронной торговой платформы Сбербанка СІВ существенно расширена линейка продуктов для корпоративных и розничных клиентов ПАО Сбербанк. Эти усилия направлены не только на укрепление позиции Сбербанка, но и в значительной степени помогают развитию российских финансовых рынков. Основным достижением 2017 года стала подготовка и проведение размещения дебютного выпуска облигаций федерального займа (ОФЗ) для населения: обучено около 3 тыс. сотрудников блока «Розничный бизнес», размещено облигаций более чем на 22 млрд руб., привлечено более 14 тыс. клиентов.

Направление брокерского бизнеса стало № 1 в России среди всех брокеров, банков и управляющих компаний по количеству индивидуальных инвестиционных счетов, заняв 30% рынка. Всего в Сбербанке открыто более 250 тыс. брокерских счетов. Сбербанк сохраняет лидерскую позицию на российском рынке финансирования в формате РЕПО. За 2017 год портфель РЕПО вырос на 37,9% и составил 1 248 млрд руб.

Клиенты продолжают проявлять заинтересованность в использовании аккредитивов при осуществлении импортных операций. Объем выпущен-

ных за 2017 год импортных аккредитивов с финансированием превысил 681 млн долларов США, что в 2 раза превышает показатель 2016 года. В сентябре 2017 года Сбербанк получил статус уполномоченного банка по государственной программе субсидирования процентных ставок по экспортным кредитам – это позволило расширить поддержку отечественных экспортеров.

В 2017 году был запущен сервис брокерского обслуживания в Сбербанк Онлайн, позволяющий клиентам в онлайн-режиме отслеживать состояние своих активов на брокерском счете.

Таким образом, ПАО Сбербанк является абсолютным лидером среди российских банков по размерам валюты баланса, объемам привлечения средств населения и юридических лиц, объемам инвестиций в экономику России, объемам операций на фондовых и денежных рынках, поэтому ПАО Сбербанк представляет собой активно развивающийся банк, который способен осуществить комплексное обслуживание предприятий и физических лиц.

Список литературы

1. Ситникова Э.В., Быстрякова Ю.А. Финансовый рынок и его роль в стимулировании развития экономики. Курск: Изд-во Соколова Марина Владимировна (Екатеринбург), 2015. 17-18 с.

2. Ситникова Э.В., Третьякова И.Н. Ликвидность как основа эффективной деятельности коммерческого банка. Курск: Изд-во Юго-Западный государственный университет (Курск), 2016. 119-127 с.

3. Ситникова Э.В., Кондратова С.С. Основные тенденции развития банковского сектора Российской Федерации. Финансы. Управление. Инновации. 2017 г., С. 229-336

4. Официальный сайт ПАО Сбербанк [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.sberbank.com/ru>

5. Официальный сайт рейтингового агентства «Эксперт РА» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.raexpert.ru/>

УДК 339.13

ИЗУЧЕНИЕ СПРОСА НА ПРОДУКЦИЮ ХЛАДОКОМБИНАТА

Зыкова Юлия Александровна, студент

(e-mail: zykovayua@std.mininuniver.ru)

Муравьёва Евгения Валерьевна, студент

(e-mail: mrvv_evg@mail.ru)

Шахова Анастасия Александровна, студент

(e-mail: shohova@inbox.ru)

Сухарева Юлия Сергеевна, студент

(e-mail: suhareva777@gmail.com)

Старыгина Марина Евгеньевна, студент

(e-mail: staryginame@std.mininuniver.ru)

*Нижегородский государственный педагогический университет
им. К.Минина, г.Нижний Новгород, Россия*

В статье представлены результаты маркетингового исследования, проведенного в мае 2019 года. Целью являлось выявление требований при выборе продукции хладокомбинатов, в частности мороженого.

Ключевые слова: маркетинговое исследование, опрос, мороженое

На территории нижегородской области осуществляют свою деятельность такие предприятия, как Хладокомбинат Заречный, Производственная компания Davaice, Фабрика мороженого Колибри, Дзержинскхолод и предприятие Продопт, производящие и реализующие любимое лакомство как детей, так и взрослых – мороженое [2]. Однако в магазинах города и области представлен ассортимент не только данных производителей, но и их конкурентов.

С целью изучения спроса на мороженое авторами проводился опрос в мае 2019 года. Выборка составила 31 человек (20 человек женского пола и 11 человек мужского пола). 74% опрошенных людей покупают мороженое часто и 25% лишь иногда приобретают мороженое.

Результаты маркетингового исследования [1] следующие: 83% из тех, кто проходил данный опрос, покупают мороженое для себя (рис. 1), в большинстве случаев, покупают его потому, что оно вкусное. Если в магазине вдруг не окажется нужного мороженого, то большинство, а это 71% опрошенных, купит себе другое, что говорит о низкой лояльности к продукции хладокомбинатов. Около 45% опрошенных употребляют мороженое российских производителей, 35.5% опрошенных потребляют мороженое зарубежных производителей. Выбирая между представленными в опросе производителями, мнения разошлись: 41.9% опрошенных употребляют мороженое марки «Нестле», другая же часть, а именно 19% употребляют мороженое од маркой «Инмарко» и самый меньший процент из данного перечня набрал производитель «Айсберри», продукцию местных производителей покупают реже, что требует от хладокомбинатов изменения ассортимента и изучения вкусовых предпочтений потребителей. Так,

45% опрошенных людей важна широта ассортимента производителя. При покупке мороженого (рис. 2) большинство опрошенных (60%) в первую очередь обращают внимание на вкус мороженого, а не на производителя или цену (25% опрошенных).

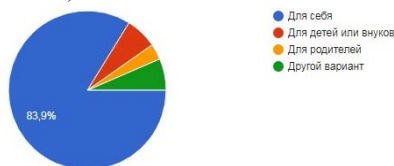


Рис. 1. Для кого опрошенные приобретают мороженое

Так, анализируя место покупок, 58% опрошенных людей покупают мороженное в ближайших супермаркетах и только 35% в любом ближайшем магазине. При покупке мороженого 32% всегда сравнивают его с другими производителями, 32% не сравнивают, 29% иногда сравнивают, остальная часть опроса выбрала другой вариант.

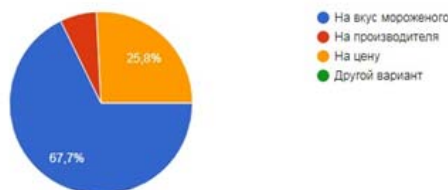


Рис. 2. Критерии при выборе мороженого

Результат опроса показали, что мороженное все употребляют в разных местах и помещениях [3]: 45% употребляют его дома, 32% на улице и 9% в кафе (рис. 3). На вопрос «Как часто Вы едите мороженого в летнее время?» 22% опрошенных кушают его 1-2 раза в неделю, 22% несколько раз в день, 19% 3-4 раза в неделю и 16% 1-2 раза в месяц, а остальные либо затрудняются ответить, либо употребляют его каждый день, либо употребляют его реже, чем раз в месяц. В зимнее время большинство опрошенных мною людей (а именно 51%, т.е. половина) употребляют мороженное крайне редко, реже, чем раз в месяц, 12,9% едят мороженное каждый день, 9,7% едят 1-2 раза в неделю.

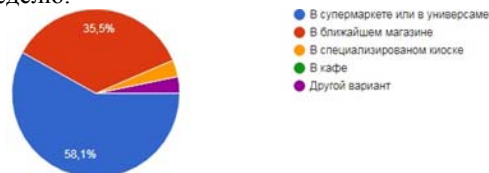


Рис. 3. Места покупки мороженого

Изучая вкусовые предпочтения людей, получено, что фруктовое мороженное любят 29% опрошенных, пломбир любят 25% опрошенных, шоколадное 22%, 12.9% выбрали другой вариант, остальные выбирают либо мороженное с добавками, либо затрудняются ответить на данный вопрос. Большая часть опрошенных (38.7%, предпочитает мороженное в вафельном рожке, другая же часть делится на тех, кто любит мороженное либо в брикетах (16%), либо эскимо (12.9%), либо в вафельном стаканчике (12.9%). При его покупке 32.3% опрошенных передают важное значение составу мороженого, 22.6% среднее значение, остальным не важен состав мороженого. Меньше половины опрошенных людей (38.7%), довольны ассортиментом выбора мороженого в магазинах города и лишь 35,5% не совсем довольны им, а 25.8% не довольны вообще выбором мороженого.

Анализируя, что способствует по мнению респондентов улучшению качества и состава продукции хладокомбинатов, так люди считают, что состав мороженого должен быть близок к натуральному, из натурального молока, добавлять молоко и сливки в большем объеме, необходимо сделать приемлемые цены (же должно быть соотношение "цены и качество"), это увеличит спрос на данный продукт.

Список литературы

1. Булганина С.В. Маркетинговые исследования Практикум / Нижний Новгород, 2012.
2. Дюдякова С.В., Булганина С.В., Белоусова К.В., Булганина А.Е. Анализ предпочтений потребителей мороженого // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2019. № 1 (35). С. 155-159.
3. Калугина Н.К., Булганина С.В. Тайный покупатель в маркетинге // В сборнике: Инновационные технологии управления сборник статей по материалам II Всероссийской научно-практической конференции. Нижегородский государственный педагогический университет им. К.Минина. 2015. С. 86-88.

Zykova Yuliya Alexandrovna, student

Muravyova Evgenia Valeryevna, student

Shakhova Anastasia Alexandrova, student

Sukhareva Yulia Sergeevna, student

Starygina Marina Evgenievna, student

Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University, Nizhny Novgorod, Russia

THE STUDY OF DEMAND FOR PRODUCTION OF THE REFRIGERATOR

Abstract. The article presents the results of a marketing study conducted in May 2019. The goal was to identify the requirements when choosing products of refrigeration plants, in particular ice cream.

Keywords: marketing research, survey, ice cream ice cream

УДК 339.13

**ИССЛЕДОВАНИЕ СПРОСА НА УСЛУГИ
ШИНОМОНТАЖНОГО ЦЕНТРА****Иванова Дарина Сергеевна, студент**

(e-mail: darina1995_95@mail.ru)

Лебедева Маргарита Алексеевна, студент

(e-mail: lebedeva.ritale@yandex.ru)

Шахова Анастасия Александровна, студент

(e-mail: shohova@inbox.ru)

Сухарева Юлия Сергеевна, студент

(e-mail: suhareva777@gmail.com)

Хапова Александра Владимировна, студент

(e-mail: hapovaav@std.mininuniver.ru)

Нижегородский государственный педагогический университет

им. К.Минина, г.Нижний Новгород, Россия

В статье представлены результаты маркетингового исследования, проведенного в апреле 2019 года. Целью являлось выявление требований при обращении автовладельцев в шиномонтажные центры.

Ключевые слова: маркетинговое исследование, опрос, шиномонтаж

Высокий спрос на покупку транспортных средств нижегородцами ведет к изменению требований к обслуживающим организациям, станциям технического обслуживания, автосервисам и шиномонтажным центрам. По данным 2ГИС в Нижнем Новгороде насчитывается 843 организации, предоставляющие услуги шиномонтажа, что говорит о высокой степени конкуренции на данном рынке [1, 2]

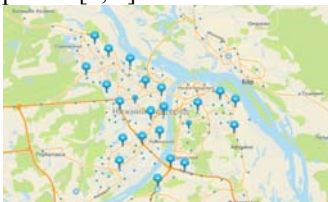


Рисунок 1. Представленность шиномонтажных центров на рынке Нижнего Новгорода (по данным https://2gis.ru/n_novgorod на 1.06.19)

С целью выявить за какими услугами чаще всего обращаются люди в шиномонтажный центр, авторами в апреле 2019 года было проведено маркетинговое исследование. Выборка составила 22 респондента, жителей Нижнего Новгорода.

Выявляя, когда в последнее время автомобилисты обращались в сервис для проведения техосмотра, получено, что 40,9% (указали свой вариант ответа с разным сроком) и 40,9% проходили техосмотр 6 месяцев назад и 18,2% давно не проходили техосмотр (рис. 1)

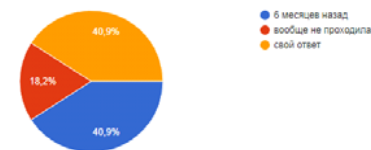


Рис. 1. Прохождение техосмотра автомобилистами

Анализируя ассортимент услуг, за которыми люди обращаются в сервисные центры получено, что 45,5% людей не соглашаются пройти диагностику подвески, если им предлагают, 27,3% возможно проходят позже и только 27,3% проходят сразу же (рис. 2).

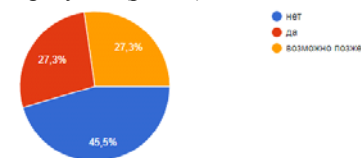


Рис. 2. Диагностика подвески

В случае обнаружения ржавчины на днище и обнаружении дыр 72,7% людей пытаются обратиться в сервис для устранения данного недостатка автомобиля (чаще сего для предпродажной подготовки).

Из опрошенных участников выявилось что у половины автовладельцев (указали 50%), машина не поднимается на маленьких домкратах (рис. 3).

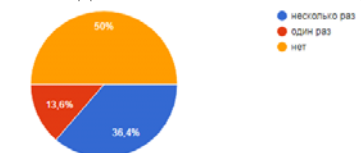


Рис. 3. Необходимость осмотра автомобиля на спецодорудовании

В рамках опроса было выявлено, что у большинства людей шины одинакового радиуса (рис. 4). Анализируя спрос на обработку колес герметиком, в данном опросе мнения разделились, большинство людей ответили (да - необходимо) 36,4%, на втором месте ответ (нет) процент составил 31,8%, далее оказались люди, которые обрабатывают только задние колеса их процент составил 22,7% и так же только передние 9,1% (рис. 5).

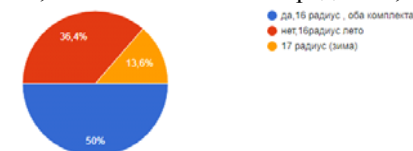


Рис. 4. Радиус колес на автомобиле

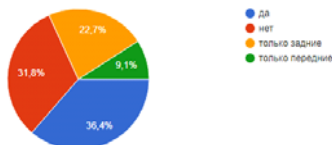


Рис. 5 Оценка необходимости обработки колес герметиком

Люди не приобретают баллоник в шиномонтаже, их количество составило 59,1% (рис. 6). 50% опрошенных при обнаружении на колесе грыжи поставили бы прокладку, 18,2% не поставят, 31,8% попробовали уменьшить грыжу в шиномонтаже. При стертом протекторе, люди (77,3%) меняют колеса, а остальные пытаются исправить данный дефект в сервисе. Около 68,2% людей ездят на шипах зимой, на липучках ездят 22,7% и 9,1% ездят на летней резине (что является не допустимым).

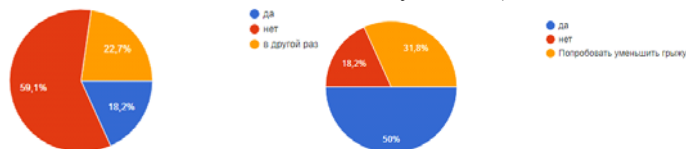


Рис. 6. Приобретение баллоника в шиномонтажном центре и способы "лечения" грыжи колеса

Таким образом, опрос показал, что большинство людей обращаются в шиномонтажные центры, когда не могут справиться с ремонтом своими силами или при отсутствии спецоборудования у автовладельцев.

Список литературы

1. Костров В.Н., Вакуленко Р.Я., Булганина С.В., Васью А.А., Степанова А.В. Маркетинговое исследование потребителей автосервисных услуг // Вестник Волжской государственной академии водного транспорта. 2017. № 53. С. 179-186.
2. Булганина С.В., Веникова М.Ю., Попова А.С. Маркетинговое исследование потребителей автосервисных услуг // Наука Красноярья. 2017. Т. 6. № 3-4. С. 100-102.

Ivanova Darina Sergeevna, student

Lebedeva Margarita Alekseevna, student

Shakhova Anastasia Alexandrova, student

Sukhareva Yulia Sergeevna, student

Khapova Alexandra Vladimirovna, student

Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University, Nizhny Novgorod, Russia

RESEARCH OF DEMAND FOR TIRE ASSEMBLY CENTER SERVICES

Abstract. The article presents the results of a marketing study conducted in April 2019. The goal was to identify the requirements when contacting car owners in tire fitting centers.

Keywords: marketing research, survey, tire fitting

АНАЛИЗ СБЕРЕЖЕНИЙ НАСЕЛЕНИЯ И ИХ РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ ИНВЕСТИЦИОННОГО СПРОСА В РОССИИ

Иванова Кристина Сергеевна, студентка,

Байдина Ксения Николаевна, студентка,

Финансовый Университет при Правительстве Российской Федерации (Краснодарский филиал), г. Краснодар, Россия

В статье рассмотрены понятие сбережений населения, определены макроэкономические детерминанты, определяющие динамику совокупных сбережений населения. Проведен анализ сбережений населения в России. Выявлены причины деформации в сберегательном и инвестиционном поведении домашних хозяйств. Предложены меры по стимулированию инвестиционного спроса населения.

Ключевые слова: сбережения, инвестиционный спрос, инвестиции

Интенсивное развитие национальной экономики напрямую зависит от объема инвестиционных вложений в реальный сектор экономики. В современных условиях средств бизнеса и государственного бюджета явно недостаточно для финансирования инвестиций, в связи с этим важную роль в данном вопросе занимают сбережения населения.

Во многих развитых странах сбережения населения представляют собой надежный источник инвестиционных ресурсов, менее зависимый от политической ситуации и экономической конъюнктуры, чем финансовые средства корпораций и государства [1, с. 4]. В рамках сложившихся теорий потребления и сбережений выделяют следующие макроэкономические детерминанты, определяющие динамику совокупных сбережений населения: ожидания домохозяйств о своих будущих перспективах дохода [2, с. 71; 3 с. 123]; неопределенность в отношении будущих доходов [4, с. 25]; влияние других секторов экономики (государства и бизнеса), выражающееся, в частности, в изменении налогов и дивидендов [5, с. 100]; процентные ставки и кредитные условия [6, с. 3]; финансовая грамотность [7], цены на финансовые активы [8]; уровень инфляции [9] и др. Кроме того, само по себе формирование инвестиционного спроса со стороны населения зависит от макроэкономической и политической стабильности [10], уровня занятости и изменений в ее структуре [11], инвестиционной климата территории и привлекательности отдельных отраслей [12], налогообложения [13], устойчивого и качественного развития социально-экономической системы страны, в существующих сегодня условиях ее трансформации [14, 15] и др.

Сберегательная активность населения в свою очередь оказывает непосредственное влияние на формирование текущего и будущего спроса и таким образом воздействует на макроэкономическую динамику [16]. Кроме того, на период накопления сберегаемые средства выводятся из обращения (при этом чаще всего меняют свою форму), что приводит к изменению структуры денежной массы и скорости обращения денег [17]. При этом,

финансовые сбережения домашних хозяйств в странах с развитой рыночной экономикой сравнимы с внутренним валовым продуктом (ВВП), а порой и превышают его [18].

Основными формами сбережения для домохозяйств являются:

- вложения в недвижимость;
- вложения в драгоценные металлы;
- наличные деньги;
- резервы страховых взносов;
- вклады и депозиты.

Следует отдельно отметить тот факт, что наличие множества разных форм сбережений могут принести владельцу не только дополнительный доход, но и страховку. Чтобы выбрать какой способ накоплений подходит домохозяйствам следует обращать внимание на критерии:

- ликвидность - способность сбережений легко и быстро превращаться в деньги;
- безопасность – вероятность того, что внесенные средства вернуться обратно;
- норма дохода – получение дополнительного дохода;
- время, которое можно потратить на формирование портфеля, срок вложений.

Между этими критериями есть ряд закономерностей:

- чем выше степень риска, тем выше норма дохода;
- чем выше норма дохода, тем ниже ликвидность;
- увеличение срока вложения увеличивает норму дохода [19].

Акцентируя внимание на сбережениях населения, можно увидеть тесную взаимосвязь между интересами домохозяйств, государства и определенных организаций, которые специализируются на предоставлении финансовых услуг. Такая взаимосвязь появляется из того, что деньги населения – это ценный ресурс, который можно рассматривать как источник инвестирования. Это происходит путем перемещения денежных средств из сферы потребительского рынка в сферу оборота денежных средств предприятий.

Как показывает мировая практика, рассматриваемый вид инвестиций является наиболее стабильным, устойчивым и долгосрочным ресурсом коммерческих банков. Однако несмотря на всю внешнюю привлекательность инвестирования денежных средств, в современной ситуации не многие домохозяйства готовы к риску или вложению своих денег в приумножающие активы. В связи с политическими и экономическими событиями в нашей стране и на мировой арене, ожидается снижение уровня жизни, а соответственно и уменьшение сбережений. Также проблема заключается в том, что многие кредитные организации не могут сформировать из денежных сбережений населения инвестиционный ресурс в силу низкой эффективности управления финансами [20].

Нынешняя ситуация в РФ говорит о том, что граждане не готовы осуществлять сбережения или инвестировать по следующим причинам:

- низкая финансовая грамотность;
- увеличение расходов на потребление;
- падение доходов и благосостояния граждан;
- низкая степень доверия к коммерческим банкам и т.д.
- отсутствие высокой доходности.

В связи с неуверенностью населения в кредитных организациях, низкой финансовой грамотностью, большая часть сбережений не вовлекается в экономический оборот и остаётся в виде наличных средств на руках граждан.

Проведем анализ сберегательной активности населения России. В России имеются огромные суммы свободных денег, находящихся на руках у населения. Значительная часть сбережений населения не вовлекается в экономический оборот и омертвляется в виде наличных рублевых и долларовых сбережений. Одной из важнейших проблем на современном этапе является привлечение этих денежных средств в финансово-кредитную сферу. Даже небольшое повышение нормы сбережений населения дает гораздо больший эффект в экономике, чем многократное увеличение средств иностранных инвесторов. Финансовые активы домашних хозяйств во многих странах представляют собой главный потенциал общественного развития.

Основным источником сбережений населения являются их денежные доходы. Динамика среднедушевых доходов населения в Российской Федерации за период с 2008 по 2017 гг. представлена в таблице 1:

Таблица 1- Динамика среднедушевых денежных доходов населения в Российской Федерации за 2009-2017 гг. [21]

Годы	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Сумма, руб.	16895	18958	20780	23221	25928	27765	30514	30744	31422
Темп прироста цепной, %	113,7	112,2	109,6	111,7	111,7	107,1	102,8	100,9	102,2

По итогам таблицы 1 можно сделать вывод о том, что с каждым годом доходы населения становятся все больше, но за последние два года темпы роста заметно снизились. Для оценки того, сколько денег остаётся на руках у граждан достаточно проанализировать данные Федеральной службы государственной статистики, представленные в таблице 2:

Таблица 2- Доходы, расходы и сбережения населения в РФ за период 2007-2017 гг. [21]

Год	Доходы, млн. руб.	Расходы и сбережения, млн. руб.	Превышение доходов над расходами и сбережениями, млн. руб.
2007	21 311 452	20 492 459	818 993
2008	25 244 047	25 158 917	85 130
2009	28 697 484	28 595 957	101 527
2010	32 498 284	31 762 945	735 339
2011	35 648 674	35 067 103	581 571
2012	39 903 672	39 900 597	3 075
2013	44 650 449	44 318 662	331 786
2014	47 920 651	47 844 872	75 779
2015	53 525 872	53 739 559	0
2016	54 113 023	53 760 523	352 500
2017	55 368 219	54 640 698	727 522

В таблице 2 отображены реальные доходы, расходы и сбережения граждан нашей страны. Превышение доходов над расходами и сбережениями представляет из себя как раз ту сумму денег, которая остаётся у домохозяйств на руках. Эти деньги не участвуют в экономическом процессе. Стоит отметить, что, если бы они были задействованы в экономике, макроэкономические показатели России были бы намного выше. Что касается динамики данного остатка, то отследить определённую закономерность довольно сложно. Наибольшее количество свободных денег зафиксировано в 2007 году и составляет около 819 млрд. рублей. В период кризисов 2008 и 2012 годах наблюдается резкое снижение разницы между доходами и расходами, связанное с ростом цен и инфляцией.

Стоит отметить, что это очень гибкий и чувствительный показатель. Население достаточно быстро реагирует на изменение политической и экономической ситуации. Это не всегда положительно сказывается на экономике страны в целом. Возможно, если бы в 2007 году население положило больше денежных средств в банк или приобрело больше ценных бумаг, Россия легче пережила бы кризис.

Рассмотрим более подробно динамику сбережений населения в Российской Федерации на рисунке 1:

На рисунке 1 в целом наблюдается рост сбережений в стране, лишь за исключением лет, когда были кризисы. С 2007 по 2017 гг. уровень сбережений увеличился в 2 раза. Это говорит о том, что несмотря на различные проблемы и сложности государство стимулирует население к инвестированию. Однако в трудные для страны периоды люди либо почти не имеют свободных средств, либо боятся потерять свои накопления, поэтому хранят их дома.

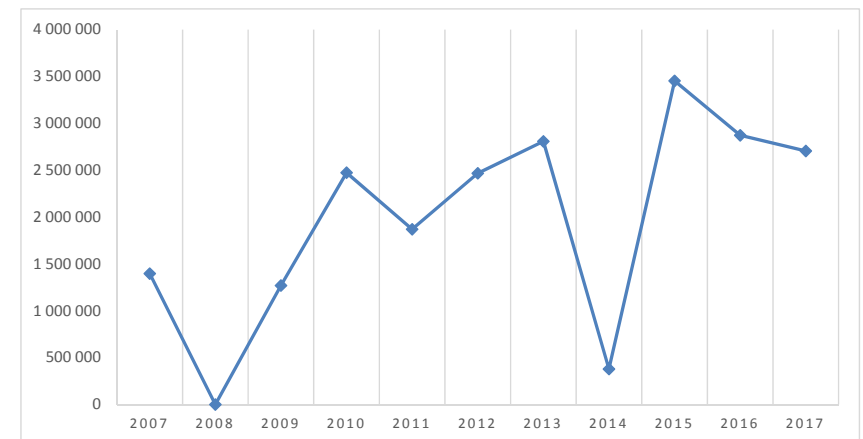


Рисунок 1 Сбережения во вкладах и ценных бумагах в России 2007-2017 гг. [21]

Стоит отметить, что в последние годы жители нашей страны, сберегают свои средства не только в банке и других кредитных учреждениях, но и покупают различные ценные бумаги, в том числе и государственные, что показано на рисунке 2:

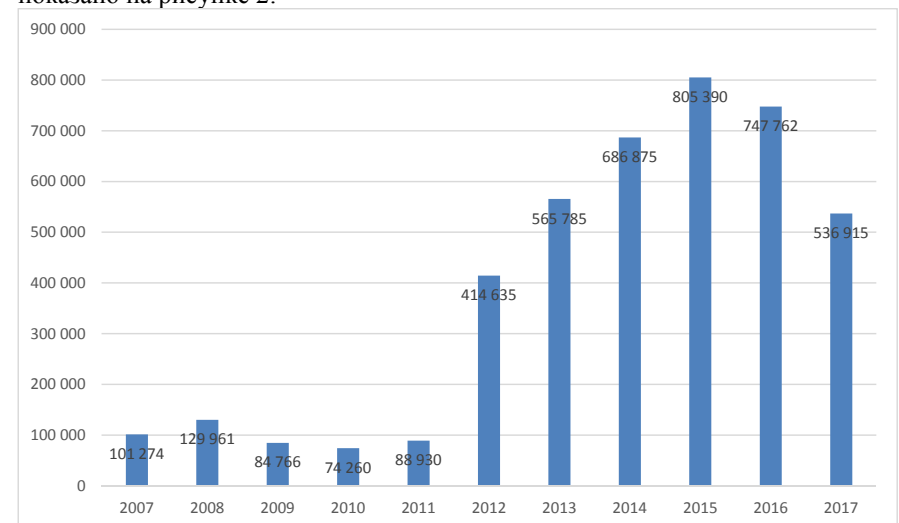


Рисунок 2 Приобретение населением государственных и других ценных бумаг в 2007-2017 гг. [21]

На гистограмме видно, что в сравнении с 2007-2011 гг., в период с 2012 по 2017 годы объём денежной массы, потраченной населением на приоб-

ретенение ценных бумаг, вырос в разы. Если в 2011 году было приобретено ценных бумаг на сумму 89 млрд. руб., то уже в 2016 году цифра составила 748 млрд. руб.

В то же время, в современной российской экономике деформацию в сберегательном и инвестиционном поведении домашних хозяйств обуславливают неблагоприятный предпринимательский и инвестиционный климат, частые изменения «правил игры», иницируемые регуляторами, отсутствие институциональных условий и стимулов для наращивания и капитализации сбережений населения, невысокий уровень денежных доходов, их нестабильность и асимметрия, специфика сформировавшегося банковского рынка, отсутствие альтернативных банковским вкладам надежных долгосрочных инструментов фондового рынка, низкий уровень финансовой информированности и грамотности населения [22].

Для изменения сложившейся ситуации необходимо осуществить следующие меры: реструктуризацию и укрепление экономики и ее финансовой системы, совершенствовать механизм регулирования и контроля системных рисков, провести институциональные преобразования, направленные на создание благоприятной инвестиционной среды в российской экономике; стимулировать сбережений населения во вклады и развитие инфраструктуры индивидуальных и коллективных инвестиций, фондовых центров (фондовых магазинов) и специализированных, широко разветвленных сетей размещения ценных бумаг. Только реализация такого комплексного подхода позволит качественно изменить сложившуюся ситуацию и будет способствовать стимулированию инвестиционного спроса населения.

Список литературы

- Игонина Л.Л. Инвестиционная значимость сбережений населения в российской экономике // Дайджест-финансы. 2017. Т. 22. № 1 (241). С. 4-18.
- Александрова О.А., Ярашева А.В. Влияние экономических ожиданий на финансовое поведение российского населения // Вопросы статистики. -2016. -№5. - С.70-79.
- Берлин С.И., Игонина Л.Л. Анализ инвестиционной значимости сбережений населения Краснодарского края // Современная научная мысль. 2017. № 2. С. 122-131.
- Carroll C. A Theory of the Consumption Function, With and Without Liquidity Constraints. Journal of Economic Perspectives, 2001, vol. 15, iss. 3, pp. 23-45.
- Souleles N.S. Consumer Response to the Reagan Tax Cuts. Journal of Public Economics, 2002, vol. 85, iss. 1, pp. 99-120.
- Игонина Л.Л. Роль банков в финансовом обеспечении инвестиций в основной капитал // Финансы и кредит. 2015. № 2 (626). С. 2-13.
- Lusardi A., Mitchell O. Baby Boomer Retirement Security: The Role of Planning, Financial Literacy, and Housing Wealth. Journal of Monetary Economics, 2007, vol. 54, iss. 1, pp. 205-224.
- Мельникова Е.И. Сбережения населения как источник финансирования процессов реструктуризации отечественной экономики // Вестник ЮУрГУ. - 2012. - № 44. - С.74-79.
- Игонина Л.Л. Финансовый потенциал инвестиционного процесса в российской экономике // Дайджест-финансы. 2016. № 2 (238). С. 2-14.

- Потенциал и перспективы экономического развития России в условиях модернизации. / Под редакцией Г.Б. Клейнера, О.Ю. Мамедова, В.В. Сорокожердьева. М.: Издательство современная экономика и право. 2012. – 426 с.
- Вихарев В.В. Структурная трансформация экономики России в контексте занятости: анализ тенденций и прогноз // Экономический анализ: теория и практика. 2019. Т. 18. № 2 (485). С. 217-233.
- Игонина Л.Л. Инвестиции: учебник. М.: МАГИСТР, 2013. – 749 с.
- Мамонова И.В. Инвестиционная составляющая налоговой политики Российской Федерации // Налоги и финансовое право. 2008. № 10. С. 269-275.
- Вихарев В.В. Тенденции трансформации социально-экономической системы России. В сборнике научных статей Международной научно-практической конференции: «Научно-правовое обеспечение развития инновационной экономики и модернизации промышленной политики России». / под редакцией А.С. Кобилева, А.В. Плотникова (Израиль), Ж.Л. Трюэля (Франция) и др. 2012. С. 52-57.
- Вихарев В.В. Обзор концептуальных подходов к определению сущности трансформации социально-экономических систем // Наука Кубани. 2015. № 2. С. 61-66.
- Козулина Е.А., Некипелова Е.Д. Механизм трансформации сбережений населения в инвестиции // Новая экономика-новое общество. - 2011. -№ 6. -С. 141-143.
- Джамбулова Ш.Ж. Инвестиции и сбережения. Особенности трансформации сбережений в инвестиции. В сборнике Материалов международной научно-практической конференции: «Конкурентоспособность региональной экономики: опыт, проблемы, перспективы» 2007. С. 176-177.
- Рыжановская Л.Ю. Национальная система сбережений // Финансы. 2005. № 5. С. 67-71.
- Игонина Л.Л., Рощектаева У.Ю., Вихарев В.В. Финансовый анализ: учебник. - М.: Русайнс, 2016. – 230 с.
- Игонина Л.Л. Новые тенденции в финансировании инвестиционной деятельности // Финансы. 2001. № 9. С. 64-65.
- Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Режим доступа: <http://www.gks.ru>, дата обращения: 01.06.2019 г.
- Экономико-правовые проблемы осуществления модернизации России: коллективная монография / Под редакцией Р.М. Качалова, В.Н. Овчинникова, В.В. Сорокожердьева. – Краснодар: ООО «Граф Колесник», 2013. – 367 с.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ И УГРОЗЫ НАЦИОНАЛЬНЫМ ИНТЕРЕСАМ РОССИИ В СФЕРЕ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА

Иванчук О.С., студент

(e-mail: Lesya.ivanchuk@yandex.ru)

Оганисян Л. М., студент

(e-mail: lianna.oganisyan.01@mail.ru)

Болычева Елена Александровна, к.э.н.

Юго-Западный государственный университет, г.Курск, Россия

(e-mail: bolycheva2012@yandex.ru)

В статье рассмотрены вопросы экономической безопасности и проблема угроз национальным интересам России в сфере народного хозяйства.

Ключевые слова: экономическая безопасность, угрозы, народное хозяйство, экономический рост.

Экономическая безопасность – некоторое положение государственной экономики, при котором гарантируется экономическое благополучие нации, стойкий экономический рост, прочность внутреннего рынка государства, защита экономических интересов на государственном и международном уровнях. Экономическая стабильность государства вероятна только в том случае, если его экономика не испытывает зависимости и отрицательного воздействия внешних факторов, то есть негативное влияние извне нейтрализуется компенсирующими ресурсами хозяйства государства, позволяющими удержать экономическую, социальную и политическую устойчивость.

В свою очередь, обеспечение национальной безопасности России в экономической сфере является важным направлением политической деятельности государства, так как без обеспечения экономической безопасности практически нельзя достичь ни одной из задач, стоящих перед государством, как в национальном, так и в плане международном.

Экономическая безопасность государства является гарантией независимости государства, определяет возможность ведения обособленной экономической политики, а также создает основу для достижения стабильного результата в процессах глобализации мирового хозяйства [3].

Базисные интересы любого государства состоят не только в надежности конституционного порядка, самостоятельности и неприкосновенности границ, в наращивании государственной мощи и ослаблении угроз государственной безопасности, но и в поддержании политической, экономической и, в то же время, общественной прочности. При этом реализация приоритетных государственных интересов вероятна лишь в случае стойкого экономического роста. Таким образом, экономическая безопасность государ-

ства рассматривается как неделимая составная часть государственной безопасности, ее фундамент, вещественная основа.

Роль государства в основном, состоит в обеспечении безопасности страны, что исторически выражалось, с одной стороны, в устранении угрозы военного нападения извне, а с другой - в снабжении необходимыми факторами для динамичного развития собственной экономики и недопущения каких-либо действий, направленных на ее подрыв.

Национальная экономическая безопасность в узком значении, являет собой не что иное, как набор методов и средств противодействия негативным проявлениям рыночных сил вследствие неорганизованного участия в мировых хозяйственных процессах, преодоления трудностей развития, обеспечения текущих военно-политических задач.

Состояние экономики РФ наряду с несовершенством системы организации государственной власти, криминализацией общественных связей, повышением уровня преступности и ростом масштабов терроризма, обострением межнациональных и осложнением международных отношений порождает широкий диапазон внутренних и внешних угроз национальной безопасности.

Весь диапазон угроз и рисков в экономической сфере значительно обширен, он проявляется во всех сферах хозяйства и определяет характер развития экономики РФ. Главными источниками угроз финансовой безопасности государства на современном этапе выступают сложившиеся диспропорции в структуре экономики, а также резкое увеличение роли внешнего фактора и непредсказуемость происходящих в мире действий.

К факторам, возможным оказывать действительное отрицательное влияние на экономическое состояние практически всех государств, относятся:

- 1) действия на международной арене отдельных стран, пытающихся использовать хозяйственную взаимозависимость в своих личных целях;
- 2) ухудшение социально-экономических условий развития нации, возможную возрастающую ее экономическую, научно-техническую и финансовую зависимость, что может быть использовано в политических интересах отдельных государств.

Таким образом, обеспечение экономической безопасности России в настоящее время должно стать первоочередной целью ее государственной политики.

Основными направлениями деятельности государства в этой сфере должны стать:

- разработка эффективной инновационной политики и совершенствование инновационного законодательства;
- развитие инновационных предприятий за счет предоставления им различных льгот, налоговых каникул и инвестиционного налогового кредита;
- повышение уровня финансирования науки и образования;
- долевое финансирование базовых инновационных проектов;

• увеличение спроса на инновации, когда государство выступает в роли заказчика инновационных продуктов и технологий.

Таким образом наша страна должна реализовывать такие направления, которые будут способствовать эффективному противодействию угрозам экономической безопасности. Государству необходимо применять действенные инструменты для обеспечения экономической безопасности, а также для защиты национальных экономических интересов в условиях экономической глобализации и международных санкций, направленных против России.

Список литературы

1. Болычева, Е.А. Малое и среднее предпринимательство: особенности функционирования и государственного регулирования [Текст] / Е.А.Болычева // Парадигмальные основания государственного управления: социально-экономическая перспектива: сборник научных статей международной научной конференции. – Курск, 2016.-294 с.
2. Болычева Е.А., Фадеева В.С. Проблема продовольственной безопасности РФ [Текст] // Аллея науки. 2018.–№5(21).
3. Борисова, В.Д. Актуальные проблемы экономической безопасности России на современном этапе [Текст] / В.Д. Борисова. // Вопросы экономики. - №2 - 2014. – С. 32
4. Маиляна, С.С. Экономическая безопасность [Текст] / С.С. Маиляна, Н.Д. Эриашвили. - М.: Юнити, 2018. - 320 с.
5. Орехова, Т.Р. Экономическая безопасность современной России в условиях кризиса: Монография [Текст] / Т.Р. Орехова, В.И. Орехов, О.В. Карагодина. - М.: Инфра-М, 2017. - 319 с.
6. Стратегические угрозы экономике [Электронный ресурс] // <https://www.eg-online.ru>

Ivanchuk O.S., student

Southwestern State University, Kursk, Russia
(e-mail: Lesya.ivanchuk@yandex.ru)

Oganisyan L. M., student

Southwestern State University, Kursk, Russia
(e-mail: lianna.oganisyan.01@mail.ru)

Bolycheva Elena Alexandrovna, Ph.D.

Southwestern State University, Kursk, Russia
(e-mail: boly4eva2012@yandex.ru)

ECONOMIC SECURITY AND THREATS TO THE NATIONAL INTERESTS OF RUSSIA IN THE SPHERE OF NATIONAL ECONOMY

Annotation. The article deals with the issues of economic security and the problem of threats to the national interests of Russia in the sphere of national economy.

Keywords: economic security, threats, national economy, economic growth.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РФ

Иевлева Дарья Олеговна, студент

(e-mail: dasha19.ievleva@yandex.ru)

Пипия Виктория Руслановна, студент

(e-mail: dasha19.ievleva@yandex.ru)

Болычева Елена Александровна, к.э.н.

Юго-Западный государственный университет, г.Курск, Россия

(e-mail: boly4eva2012@yandex.ru)

В статье рассматриваются определение и сущность инновационной деятельности в Российской Федерации, направления совершенствования инновационного потенциала в соответствии со Стратегией инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года.

Ключевые слова: инновации, инновационная деятельность, Стратегия инновационного развития Российской Федерации, инновационная активность, инновационная модернизация.

Направление развития инновационного потенциала на данный момент определяется в соответствии со Стратегией инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года. В рамках данной Стратегии были установлены основные этапы, цели и задачи развития инновационного потенциала Российской Федерации.

В общем понимании, инновационный потенциал (государства, отрасли, предприятия) - это совокупность различных видов ресурсов, включая материально-производственные, финансовые, интеллектуальные, научно-технические и иные ресурсы, необходимые для осуществления инновационной деятельности [1].

Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года имеет своей основной целью перевод экономики России на путь инновационного развития к 2020му году, при условии развития всех отраслей экономики. Основной задачей по данной Стратегии является увеличение доли России в рамках мирового рынка, то есть увеличение участия в предоставлении высокотехнологичных товаров и услуг. Также одной из немаловажных задач является увеличение доли инновационной продукции в общем объеме промышленного производства Российской Федерации.

Инновационное развитие подразумевает поддержку не только государственного производства, но и поддержку индивидуальных предпринимателей, развитие бизнеса, ускорение появления новых инновационных компаний, обеспечение максимальной открытости национальной экономики, развитие кадрового потенциала в сфере науки и образования, а также способствование интеграции Российской Федерации в мировой процесс при создании и дальнейшем использовании текущих нововведений.

Приоритетными задачами в развитии Российской Федерации на период до 2020 года являются необходимость формирования экономики в сфере лидерства, а также необходимость лидерства в сфере инноваций. Согласно рейтингам Всемирного экономического форума, в пределах которых конкурируют по 12 основным измерениям, Российская Федерация имеет положение выше среднего только по 8 показателям. Так, Российская Федерация по критерию «Размер рынка» занимает 6 место, по критерию «Инфраструктура» - 35 место, по критерию «Эффективность рынка труда» - 60 место, по критерию «Здравоохранение и начальное образование» - 54 место, по критерию «Макроэкономическая среда» - 53 место, по критерию «Высшее образование и профессиональная подготовка» - 32 место, по критерию «Технологический уровень» - 57 место, по критерию «Инновационный потенциал» - 49 место.

В рамках общего глобального рейтинга Всемирного экономического форума, Российская Федерация занимает 38 место по развитию инновационного потенциала страны. Из года в год данный показатель становится все лучше, что говорит о тенденции России к максимальному развитию инновационного потенциала.

При этом предполагается четкая иерархия документации в сфере стратегического планирования, определяющей государственную политику в области инноваций и науки. Стратегия также непосредственно связана с реализацией Энергетической стратегии РФ и Транспортной стратегии Российской Федерации на период до 2030 года [2]. Необходимо заметить, что положительным эффектом четкого планирования является именно совершенствование системы инновационного развития Российской Федерации.

Одной из проблем России в сфере инновационной деятельности является тот факт, что результаты прикладных научных исследований не воплощаются в качественной и востребованной на рынке продукции, несмотря на то, что именно рынок может дать ключевой источник финансирования. Освоение же потребительского рынка бизнесом поможет государству освободиться от части затрат и перенаправит ресурсы на создание технологического базиса для развития инновационных технологий [3].

На сегодняшний день Российской экономике крайне важна инновационная модернизация, основанная, в первую очередь, на развитой инфраструктуре, на коммерциализации результатов научно-технической деятельности. Именно благодаря этому, можно обеспечить развитие высокотехнологичных отраслей промышленности и выйти на международный рынок сбыта инновационной продукции.

Список литературы

1. Инновационный потенциал страны [Электронный ресурс]: Электронная библиотека. Режим доступа: <http://libraryno.ru/9-innovacionnyy-potencial-innovmen2>.

2. Инновационное развитие России: проблемы и перспективы [Электронный ресурс]: Дневники науки. Режим доступа: <http://dnevniknauki.ru/images/publications/2018/4/economy/Novikova.pdf>.

3. Инновационный потенциал России и его реализация в условиях санкций [Электронный ресурс]: ImPulse-Science. Режим доступа: http://impulse-science.ru/wp-content/uploads/2018/06/%D0%AD%D0%97-6_1.

4. Большаева, Е.А. Малое и среднее предпринимательство: особенности функционирования и государственного регулирования [Текст] / Е.А.Большаева // Парадигмальные основания государственного управления: социально-экономическая перспектива: сборник научных статей международной научной конференции. – Курск, 2016.-294 с.

5. Большаева, Е.А., Башмакова А.Ю. Управление качеством как инструмент обеспечения конкурентоспособности энергетических компаний [Текст] // Аллея науки. 2018.– №9 (25).

6. Большаева, Е.А. Особенности администрирования НДФЛ в Курской области / Е.А.Большаева // Актуальные проблемы развития социально-экономических систем: теория и практика: материалы международной научно-практической конференции. – Курск, 2018. - С. 5-9.

Ievleva Daria Olegovna, student
Southwestern State University, Kursk, Russia
(e-mail: dasha19.ievleva@yandex.ru)

Pipia Victoria Ruslanovna, student
Southwestern State University, Kursk, Russia
(e-mail: dasha19.ievleva@yandex.ru)

Bolycheva Elena Alexandrovna, Ph.D.
Southwestern State University, Kursk, Russia
(e-mail: boly4eva2012@yandex.ru)

PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF THE INNOVATION POTENTIAL OF THE RUSSIAN FEDERATION

Abstract: The article discusses the definition and essence of innovation activity in the Russian Federation, the directions for improving the innovation potential in accordance with the Strategy for the Innovative Development of the Russian Federation for the period up to 2020.

Keywords: innovations, innovation activity, Strategy of innovative development of the Russian Federation, innovative activity, innovative modernization.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРИ УЧЕТЕ ОБЯЗАТЕЛЬНЫХ УДЕРЖАНИЙ ИЗ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ

Исаченко Татьяна Владимировна, студент

isachenko.tanyaofficial@yandex.ru

Осиневиц Людмила Михайловна, к.э.н., доцент

Курский государственный университет, г.Курск, Россия

fincbkgu@yandex.ru

Учет заработной платы на предприятии занимает одно из ключевых мест во всей системе учета. Все обязательные удержания, и со стороны работодателя, и со стороны законодательства, четко регламентируются нормативными документами, но все же возникают некоторые проблемные моменты, которые требуют тщательного рассмотрения. В статье показаны актуальные проблемы бухгалтерского, налогового учета удержаний из заработной платы сотрудников в коммерческих предприятиях.

Ключевые слова: обязательные удержания, заработная плата, бухгалтерский учет, налоговый учет, НДФЛ, трудовые отношения.

Необходимой составляющей всего производственного процесса является труд рабочих. Их участие в создании материальных, а также духовных благ выражается в виде получаемой заработной платы. На ее размер непосредственно влияет количество и качество затраченного времени.

Все виды заработков включает в себя понятие «заработная плата».

Чтобы обеспечить оперативный контроль за количеством и качеством труда, а также использования средств, включенных в фонд заработной платы, нужно продумать учет труда и заработной платы на предприятии. Между работодателем и работником часто возникают различные споры по поводу порядка удержания из заработной платы.

К удержаниям из заработной платы можно отнести невыдачу части заработной платы, которая причитается сотруднику, осуществляемая по инициативе работника или же работодателя, или со стороны третьих лиц (постановление суда).

Как уже известно, из учебников по бухгалтерскому учету, существует три основных вида удержаний из заработной платы – обязательные, по инициативе работника, работодателя.

К первому виду относятся обязательные удержания, которые применяются со стороны ИФНС в казну государства — это налог на доходы физических лиц в размере 13% (или 30% для нерезидентов РФ) от совокупного дохода. В нашей стране налоговым законодательством предусмотрены варианты уменьшения налогооблагаемой базы при помощи налоговых вычетов. Но очень часто возникают споры о предоставлении стандартных налоговых вычетов сотрудникам организаций на основании бессрочного заявления. По мнению Министерства финансов, этот документооборот является

ся лишним, хотя на практике заявление о предоставлении стандартных вычетов осуществляется налогоплательщиком каждый год. Тогда возникает вопрос, возможно ли сотруднику, который проработал на предприятии не один год, не предоставлять документов о конкретных налоговых вычетах, используемые им все время, не считая случаев потери полной трудоспособности, повлекшая инвалидность или рождения ребенка? Если работник пишет заявление на предоставление льготы, но не указывает в нем конкретные данные, например, период или же конкретную сумму вычета, то повторно его можно не составлять. Данный вариант возможен, но нужно учесть тот факт, что условия для осуществления вычетов не изменились.

Рассмотрим еще один довольно спорный вопрос — о предоставлении социального вычета на лечение без соответствующих документов, подтверждающие фактические расходы на лечение, приобретение лекарств сотрудником предприятия.

Обращаю ваше внимание на тот факт - лечение должно проводится строго только в тех медицинских учреждениях, которые имеют лицензию на ее осуществление. Тогда суд будет считать предоставление налоговых вычетов правомерным.

Еще одним видом обязательных удержаний являются удержания, производимые из заработной платы по исполнительным листам, а именно алименты; возмещение морального вреда; возмещение вреда, причиненного физическим лицам; суммы основного долга и процентов по займу; возмещение материального ущерба, причиненного юридическим лицам.

Алименты – это средства, которые предоставляются родителями на содержание своих несовершеннолетних детей или членами семьи своим супругам или детям. Плательщиками алиментов являются родители, который отказывается добровольно содержать своих детей, один из трудоспособных супругов или лицо, вышедшее из брака.

Размер, взыскиваемых алименты с сотрудников, рассчитывается как некий размер доли от заработной платы (другого дохода должника), или же в качестве определенной денежной суммы. Принимая во внимание материальное или семейное положение сторон и других обстоятельств, работник по суду имеет право уменьшить (увеличить) размер алиментов. Именно поэтому возникают разногласия при удержании алиментов. На практике часто возникает ситуация, когда алиментщики пытаются всеми силами снизить величину своего официального дохода. С другой стороны, возникает проблемная и несправедливая ситуация, когда судьи не берут во внимание наличие на иждивении других членов семьи или же рождение у должника детей при установлении размеров алиментов.

На практике в Российской Федерации применяется «чёрная» система «серых зарплат» или скрытых доходов, которая позволяет недобросовестному лицу успешно уклоняться от выплаты алиментных платежей. Кроме того, на других лиц оформляют имущество, которое может быть объектом взыскания у недобросовестного лица. В таких случаях законодательство

предусматривает еще и «нематериальные» меры воздействия на должников. К ним относится такая мера, как запрет на выезд должника за пределы государства (Российской Федерации). Другой мерой является приостановление действия водительского удостоверения.

Несмотря на то, что все вопросы, связанные с удержаниями из заработной платы, строго регламентируются нормативными документами, часто возникают споры и проблемы в трудовых отношениях. Так, возникают споры, связанные со стандартными налоговыми вычетами, уплатой алиментов.

Список литературы

1. «Налоговый кодекс Российской Федерации» от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 07.03.2018) (с изменениями и дополнениями, вступившими в силу с 01.04.2018) [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/1dc84364c4c2eefe422024c63a80288dc01cc14d/ Дата обращения: 26.06.2018.

2. «Семейный кодекс Российской Федерации» от 29.12.1995 N 223-ФЗ (ред. от 29.12.2017) [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8982/ Дата обращения: 26.06.2018.

3. «Трудовой кодекс Российской Федерации» от 30.12.2001 N193 -ФЗ (ред. от 05.02.2018) [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/ Дата обращения: 26.06.2018.

4. Бабаева Ю.А., Петров А.М., Мельникова Л. Бухгалтерский учет// 4-е издательство, 2015 г.

5. Осиневич Л.М. Учебное пособие по курсу «Социально-экономическая статистика» [Текст]: - Курск: Изд-во ООО «ТОП», 2018 – 126 с.

Isachenko Tatiana Vladimirovna, student

isachenko.tanyaofficial@yandex.ru

Osinevich Lyudmila Mikhailovna, c.e.s, associate Professor

Kursk state University, Kursk, Russia

fincbkgu@yandex.ru

CURRENT PROBLEMS IN ACCOUNTING FOR MANDATORY DEDUCTIONS FROM WAGES

Annotation. Payroll accounting at the enterprise occupies one of the key places in the entire accounting system. All mandatory deductions, both on the part of the employer and on the part of the legislation, are clearly regulated by normative documents, but still there are some problematic issues that require careful consideration. The article shows the current problems of accounting, tax accounting deductions from wages of employees in commercial enterprises.

Keywords: mandatory deductions, wages, accounting, tax accounting, personal income tax, labor relations.

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ С ПОЗИЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Ишмаева Вилена Зульфатовна, студент

Уфимский государственный авиационный технический университет

(e-mail: vilenka.ishmayeva@yandex.ru)

Обоснована необходимость применения при разработке программы развития предприятия технологии стратегического планирования. Дана обобщенная характеристика основных этапов стратегического планирования, проведен сравнительный анализ методов решения задач на каждом из выделенных этапов. Предложена схема разработки программы развития предприятия, основанная на взаимосвязи аспектов анализа и прогнозирования результатов реализации предлагаемых проектных решений.

Ключевые слова: предприятие, программа развития, стратегическое планирование, методы.

Стратегическое планирование – это одна из функций управления, которая представляет собой процесс выбора целей организации и путей их достижения [8]. В современной быстроменяющейся экономической ситуации невозможно добиться положительных результатов, не планируя своих действий и не прогнозируя последствий. Стратегическое планирование обеспечивает основу для всех управленческих решений, функции организации, мотивации и контроля ориентированы на выработку стратегических планов.

На основе анализа источников [1,2,9] выделены следующие этапы стратегического планирования:

– выбор миссии и видения предприятия представляет собой определение смысла деятельности и перспектив развития предприятия, а также определения того, чем предприятие отличается от других, действующих на том же рынке. Основными методами решения задач являются: мозговой штурм, дерево целей;

– формирование системы стратегических целей – обобщение всей имеющейся информации, установление приемлемых сроков работы, определение достаточности ресурсов, предоставление всем участникам процесса ясных, точных, конкретных задач на этапе целеполагания. Основные методы: дерево целей, методика постановки целей SMART, сбалансированная система показателей (ССП);

– стратегический анализ внешней среды представляет собой получение данных о факторах, которые представляют угрозу, или наоборот, предлагают новые возможности. Основные методы: PEST-анализ, анализ ключевых факторов успеха (КФУ), метод построения прогнозного сценария, анализ потенциала предприятия, цепочка создания ценности М. Портера, бенчмаркинг, модель совершенства Европейского фонда управления каче-

ством (EFQM), конкурентный профиль, модель 5 сил конкуренции Портера;

– анализ внутренних возможностей включает в себя определение сильных и слабых сторон предприятия, оценка текущего состояния бизнеса, а также определение стратегических разрывов. Основными методами являются: анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия (АФХД), бенчмаркинг, анализ разрыва (GAP-анализ);

– формирование стратегических альтернатив – определение возможного стратегического направления движения предприятия. Основные методы: мозговой штурм, разработка сценариев, матрица БКГ, SWOT-анализ, PEST-анализ, Модель ADL-LC;

– выбор стратегии включает в себя выбор пути, который максимально повысит долгосрочную эффективность организации, оценку риска принимаемых решений и определение способа обеспечения конкурентного преимущества. Основным методом является матрица конкурентных стратегий М. Портера;

– реализация стратегии включает в себя создание организационных возможностей для успешного выполнения стратегии, разработку действий для непредвиденных обстоятельств, а также установление контроля за реализацией стратегии. Основным методом является ССП;

– оценка результатов – сопоставление полученных результатов работы с намеченными целями. Основные методы: ССП, ключевой показатель эффективности (KPI).

Краткая характеристика методов приведена в таблице.

Таблица – Краткая характеристика методов

Метод	Содержание	Преимущества применения	Недостатки методов
Мозговой штурм	метод решения проблемы, основанный на выделении большого количества идей	-генерирование принципиально новых идей; -большое количество идей;	-возможность «зацикливания» на одной идее; -подавление слабых участников сильными; -излишняя оторванность от реальности;
Дерево целей	совокупность целей организации, построенная по иерархическому принципу	-системность; -наглядность; -полнота;	-метод не работает при неэффективном организационном управлении;
SMART	постановка конкретной, измеримой, достижимой, соответствующей, ограниченной во времени цели	-структурированность; -наглядность;	-оторванность от реальности;

Продолжение таблицы

PEST	инструмент, предназначенный для определения политических, экономических, социальных и технологических факторов внешней среды, которые могут повлиять на формулирование стратегии организации.	-оценка ключевых тенденций в отрасли; -широкий охват факторов;	-доступ к качественным внешним источникам данных может быть трудоемким и дорогостоящим -трудность выделения в наибольшей степени влияющих факторов при охвате большого объема данных
Анализ КФУ	анализ тех факторов, которым фирма должна уделять особое внимание, так как они определяют успех фирмы на рынке, ее конкурентные возможности	-наглядность; -системность;	-при выделении малого количества КФУ есть риск «потерять» что-то действительно важное;
Метод построения прогнозного сценария	установление логической последовательности состояний прогнозируемого объекта в зависимости от состояния окружающей среды во времени и рассмотрение различных вариантов развития данного объекта	-выявление возможных решений и оценка последствий их реализации;	-оторванность от реальности;
анализ потенциала предприятия	изучение возможностей компании	-выявление сильных сторон; -определение конкурентного преимущества;	-неправильная интерпретация результатов анализа;
Цепочка создания ценности М. Портера	разделяет деятельность компании на стратегически важные виды деятельности с целью изучить издержки и существующие и возможные средства дифференциации	-определение конкурентного преимущества; -визуализация компании; -выявление сильных и слабых сторон;	-неправильная интерпретация результатов анализа;
EFQM	определяет политику и стратегию, управление людьми, ресурсы и процессы, необходимые для того, чтобы добиться великолепных показателей в бизнесе	-выявление сильных и слабых сторон;	-опасность того, что сотрудники тратят все свои силы на анализ, а не на исправление ситуации;

На основе проведенного анализа сформирована схема разработки программы развития предприятия. Отличительной особенностью предложенной схемы является объединение этапов анализа с элементами реализации стратегических решений за счет применения ССП и отбора необходимых для достижения поставленных целей проектов. Наличие такой взаимосвязи позволяет принимать более обоснованное решение по разработке программы развития предприятия.

Список литературы

1. Ансофф И. Стратегический менеджмент. Классическое издание. – СПб.: Питер, 2009. – 344 с.
2. Гилева Т.А. Использование сбалансированной системы показателей в практике управления промышленными предприятиями // Вестник Уфимского государственного авиационного технического университета. – 2006. – Т. 7. – № 2. – С.188-194.
3. Каменипера С.Е. Организация, планирование, управление деятельностью промышленных предприятий: учебник для вузов. /Русинова Ф.М. – М.: Высшая школа, 1984, с. 335.
4. Каплан Р., Нортон Д. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008 г. – 320 с.
5. Лазаренко А.А. Методы оценки конкурентоспособности // Молодой ученый. – 2014. – № 1. – С. 374–377.
6. Ленкова О.В. Подходы к пониманию сущности бенчмаркинга // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 3-4. – С. 790-794.
7. Пучкова Н.В. Анализ методов оценки финансового состояния организации // Символ науки. – 2016. – №3-1. – С.131.
8. Сорокина А. В. Стратегическое планирование: методические указания для выполнения индивидуальных работ. М.: МИИТ, 2013. – 80 с.
9. Стратегический менеджмент. Основы стратегического управления. Учебник. М.А. Чернышев и др. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2009. – 506 с.
10. Титова Н.Л. Метод мозгового штурма и его модификации. М.: 2004. – с. 225.
11. Финансовый менеджмент для неспециалистов. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2006. – 608 с.
12. Хуссамов Р.Р. Инновационные стратегии и риски /Гилева Т.А., Елькина О.А. – Казань: Изд-во Казанского государственного университета, – 2007. – 170 с.

УПРАВЛЕНИЕ ЦЕННОСТЬЮ КЛИЕНТОВ В ОРГАНИЗАЦИИ

Кабанова София Александровна, студент

(e-mail: kabanova.sofiya.04@gmail.com)

Корчагина Елена Викторовна, д.э.н., профессор

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

(e-mail: elite@may.spb.ru)

В данной статье представлена краткая характеристика парадигмы управления ценностью клиентов в организации на примере салона красоты. Также автор привел общие данные, связанные с тенденциями роста и развития рынка салонов красоты, обобщив после теоретических положения, нацеленные на уточнение процесса управления ценностью клиентов.

Ключевые слова: салон красоты, ценность клиента, организационное развитие, управление ценностью, индустрия красоты.

В настоящее время с каждым годом увеличиваются объемы рынка услуг разной спецификации. Так, например, один из самых больших приростов в мире показывает рынок салонов красоты и индустрии красоты в целом. В XXI веке красота является важным фактором, на который люди не жалеют тратить деньги. Приведа в пример общую статистику, посвященную как всецело индустрии красоты, так и одним из её элементов – салонам – отметим следующие тенденции - в 2017 году общий объем всей индустрии красоты, в том числе и салонов красоты, достиг в мире показателя в 532 млрд. долларов, а по прогнозам это значение к 2023 году должно достигнуть значения 805 млрд. доллара США [4]. Более того, индустрия красоты вместе с салонами красоты является одним из секторов, которые остались без изменений, несмотря на колебания в экономике. Подчеркнем, что фактором увеличения спроса на посещение салонов красоты является демографическое старение населения, доступность услуг в салоне красоты, а также фактор престижа, что тоже имеет значение.

Сравнивая рынки салонов красоты, к примеру, в РФ и США, отметим, что в США в 2018 году он показал рост на 2,4% в объеме, а число занятых в этом сегменте выросло на 0,5%. Общий доход салонов красоты в США достиг 45 млрд. долларов в 2018 году, вмести в себя 996,338 тыс. салонных точек, достигнув показателя занятости в 1,358,393 млн. человек [5]. Говоря о рынке салонов красоты и парикмахерских, так как в проводимых исследованиях их объединяют, подчеркнем, что темпы роста российского рынка в этом секторе экономики составляют в ежегодном исчислении (за исключением 2016 года) 10-15%, что более, чем положительный результат. Так, объем парикмахерских услуг в России за 2018 год составил более 106 млрд. рублей, а цены на услуги повысились на 5%. Общее число салонов красоты и парикмахерских в РФ составляет 90 тыс. единиц, причем в сельской местности расположено около 10 тыс. точек [3]. Но несмотря на довольно хорошие показатели рынка салонов красоты, примерно 20-25% ра-

ботающих точек в стране ежегодно вынуждены закрываться из-за отсутствия рентабельности предоставления услуг. Как мы видим, в Российской Федерации примерно в десять раз меньше точек салонов красоты, чем в США, хотя специалисты отмечают хороший рост этого сегмента в РФ в будущем.

Как и любое предприятие, салон красоты имеет собственную систему менеджмента, что позволяет ему либо развиваться, либо нивелировать эффективность своей деятельности из-за неграмотно выстроенной концепции бизнеса. Но все же несмотря на различные важные аспекты этого бизнеса, как, например, достижение положительных финансовых результатов, осуществление найма квалифицированных сотрудников, использование новейших технологий в индустрии красоты, самым важным элементом всей этой системы является человек в качестве клиента, отчего организации индустрии красоты на примере салона красоты должны разрабатывать системы показателей и положений, одной из ценностей которых являлся клиент, причем появляется и такой фактор, как ценность клиента, подразумевающая под собой концепцию удовлетворения, которое клиент испытывает (или ожидает испытать), принимая определенное действие относительно стоимости этого действия. Так, например, потенциальный клиент посетил салон красоты и увидел цену за сеанс тайского массажа, к примеру, в 1,5 тыс. рублей за полчаса, отчего он за эти деньги хочет получить хорошую услугу, выраженную не только ею самой, но также и положительное отношение к себе, как к клиенту, которого компания ценит. Существует много уравнений и моделей для измерения потребительской ценности. Самое простое это [2]:

Воспринимаемая ценность = Воспринимаемая выгода / стоимость

Другими словами, для данного набора выгод с ростом стоимости воспринимаемая ценность падает. Это важный момент, так как значение не относится к цене – это относится к предполагаемым выгодам, которые должны быть получены в контексте цены. Стоимость – это только часть уравнения, причем в прямом смысле. В парадигме управления ценностью клиентов имеются определенные драйверы, позволяющие более точно определить, как осуществлять подход к управлению ценностью клиентов в организации [1]:

1. Функция продукта или услуги в салоне красоты;
2. Точки дифференциации;
3. Качественное обслуживание;
4. Маркетинг;
5. Брендинг;
6. Цена;
7. Существующие отношения или опыт;
8. Личный уклон от опыта.

Это драйверы, влияющие на восприятие ценности клиентом, причем некоторые из них можно подвергать контролю, но некоторые не имеют такой

возможности, так как для любого отдельного клиента они будут иметь разную значимость.

В системе менеджмента и маркетинга салона красоты для функционирования парадигмы управления ценностью клиентов в организации должно иметься понимание, как эту ценность создать, так как потенциальный потребитель должен получить что-то, что он ожидает получить за определенную денежную сумму – так выясняется первый компонент ценности – полезность. Например, если человек пришел в салон красоты с целью провести сеанс расслабляющего массажа из-за проблем со спиной при сидячей работе, то он должен после уйти из салона с ощущением полного удовлетворения от получения услуги. В сущности, любая услуга со стороны салона красоты должна иметь полезность, что означает, что клиент может повысить с её помощью производительность своих активов, что в данном случае может являться внешность или внутреннее физическое состояние организма. Следующим фактором управления ценностью клиентов может стать соответствие услуги гарантии. Например, потребитель должен знать, что, получив массаж, он не получит зажатие нерва или прочих физических дискомфорт, хотя и это зависит от типа массажа. Еще к гарантии относится то, что если на вывеске салона красоты написано, что он работает с 10 утра до 20 вечера, то придя в это время, клиент должен получить возможность воспользоваться услугами, хотя исключить форс-мажорные ситуации нельзя.

В феномене управления ценностью клиентов одним из основополагающих положений также является необходимость преодоления барьеров восприятия заказчика. Например, клиент пришел в салон красоты получить услугу ультразвуковой чистки лица, а администратор, в свою очередь, может предложить воспользоваться услугой нанесения специального успокаивающего ухода – работник салона красоты должен показать, что эта услуга предлагается клиенту не потому, что это выгодно салону в финансовом плане, а потому, что это будет лучше для кожи клиента, показав его главенство в этом плане [6].

Мы выше отметили, что клиент должен восприниматься как главная ценность салона красоты, учитывая заодно и сферу деятельности предоставления услуг, поэтому работники должны быть нацелены на то, чтобы решить, как можно больше проблем клиента, показывая, что все будет сделано для того, чтобы он остался довольным. Но несмотря на то, что многие компании постулируют клиента как главную ценность, они не всегда следуют этому правилу, больше осуществляя гонку за финансовыми показателями, чем за удовлетворенностью своих клиентов. Чтобы данная ситуация не случилась, салону красоты необходимо регулярно проводить различные мероприятия, нацеленные на узнавание мнения клиента о салоне красоты. Так, например, можно после каждой полученной услуги предлагать оценить её с помощью критериев «Отлично», «Хорошо», «Средне» и «Плохо», что позволит получить не только непосредственную обратную

связь о качестве предоставляемой услуги, но также даст клиенту понять, что его мнение релевантно, что повысит лояльность с его сторону к учреждению. Также можно применять спектр таких мер, как выдача бонусных карт, подключение к программам лояльности, осуществление приглашений на разные бесплатные/условно бесплатные мероприятия по тематике деятельности салона красоты и др., что действительно будет развивать систему клиент – «главная ценность» [6].

Таким образом, можно сделать вывод, что с интенсификацией потребительского общества большое значение клиент стал придавать тому, как к нему относятся в той или иной организации, так как на рынке их может быть представлено много, и он может уйти к конкурентам. В особенности такой феномен может работать в салонах красоты, уровень конкуренции среди которых довольно велик. И чтобы улучшить характер деятельности учреждения данного типа, необходимо сформировать концепт «клиент – главная ценность», заодно введя в практику систему управления ценностью клиентов, что позволит в рамках работы салона красоты выявлять потребительские настроения клиента, его открытость к новым услугам, отношение к получаемым услугам и др., что даст потребителю осознать себя действительно важной единицей производственных отношений между ним самим и салоном красоты.

Список литературы

1. Веснин, В.Р. Основы менеджмента: Учебник / В.Р. Веснин. - М.: Проспект, 2016. – 320 с.
2. Лукина, А.В. Маркетинг товаров и услуг: Учебное пособие / А.В. Лукина. - М.: Форум, 2016. – 320 с.
3. Обзор рынка салонов красоты России [Электронный ресурс], - <https://www.openbusiness.ru/special/project/salon-krasoty/obzor-rynka-salonov-krasoty-rossii/> (дата обращения: 30.05.2019).
4. Global Cosmetics Products Market [Электронный ресурс], - <https://www.reuters.com/brandfeatures/venture-capital/article?id=30351> (дата обращения: 30.05.2019).
5. Hair salon industry in the US [Электронный ресурс], - <https://www.ibisworld.com/industry-trends/specialized-market-research-reports/consumer-goods-services/personal/hair-salons.html> (дата обращения: 30.05.2019).
6. Marketing theory: understanding customer value [Электронный ресурс], - <https://builtvisible.com/understanding-customer-value/> (дата обращения: 30.05.2019)

Kabanova Sofiya Alexsandrovna, student

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

Korchagina Elena Victorovna, Cand. Tech.Sci., associate professor

CUSTOMER VALUE MANAGEMENT IN THE ORGANIZATION

Abstract: This article presents a brief description of the paradigm of managing the value of customers in an organization using the example of a beauty salon. The author also presented general data related to the trends of growth and development of the beauty salon market, summarizing the theoretical propositions aimed at clarifying the process of managing customer values.

Keywords: beauty salon, customer value, organizational development, value management, beauty industry.

СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА В ОБРАЗОВАНИИ

Кадыгроб Ольга Олеговна, студент

(kadigolga2008@mail.ru)

Уфимский государственный авиационный технический университет

В данной статье раскрываются вопросы, которые касаются эффективности СМК учебного заведения и постоянное усовершенствование качества услуги образования, которая предоставляется учащимся.

Ключевые слова: СМК, стандарты, образование, соглашение, непрерывное повышение качества.

Значимость СМК содержит для себя целенаправленное с абсолютно разных сторон и хорошо управляемое введение способов и СУ в безусловно всех областях деятельности от разработок и проектировки до пост продажного сервиса при общей работе сотрудников всех уровней и руководства и при хорошем использовании возможностей технического обеспечения.

В современном мире стандартов СК в области образования, созданные на базе международных стандартов ISO серии 9000, их не такое огромное число, как представлялось. Одним из Международных стандартов, который содержит распоряжение на СМК в образовании, подготовленным ISO, считается единственный один – ISO/IWA 2 «Quality management systems. Guidelines for the application of ISO 9001:2000 in education» - Системы менеджмента качества. Руководящие указания согласно применению ISO 9001:2000 в образовании.[2] Этот международный стандарт создавался по итогам договоренности(IWA 2 - International Workshop Agreement) международной конференции, которая была в 2002 году в Мексике.[4] Один из 1 вариантов стандарта (IWA 2:2003) был принят в 2003 году. 2 вариант стандарта, который функционирует на настоящее время, принят в 2007 году (IWA 2:2007). В Стандарте ISO/IWA 2 нет вспомогательных требований в сравнении с ISO 9001:2000. В нем содержится руководящие указания по применению требований ISO 9001:2000 в учебных учреждениях и даны изъяснения, относящийся к управлению качеством услуги образования. [1]

Одна из ключевых задач стандарта IWA 2 - это повышение результативности СМК института образования и постоянное улучшение работы образовательной услуги, которая предоставляется всем учащимся.

Разработка и применение IWA 2 направлено на решение следующих задач:

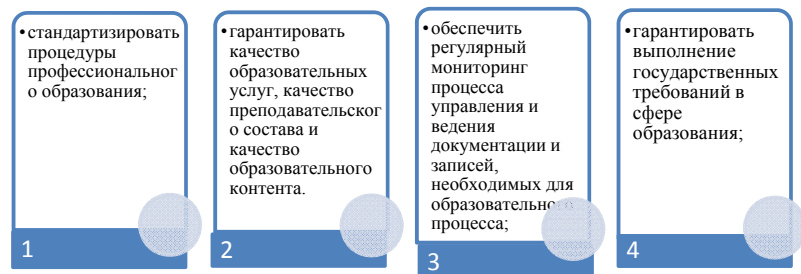


Рис. 1 – Результаты применения IWA 2

Кроме стандарта ISO/IWA2 в сфере образования используются следующие нормативные документы [3]:



Рис 2. – Нормативные документы

Внедрение СМК по вышеперечисленным международным и российским стандартам направлено на: [1]

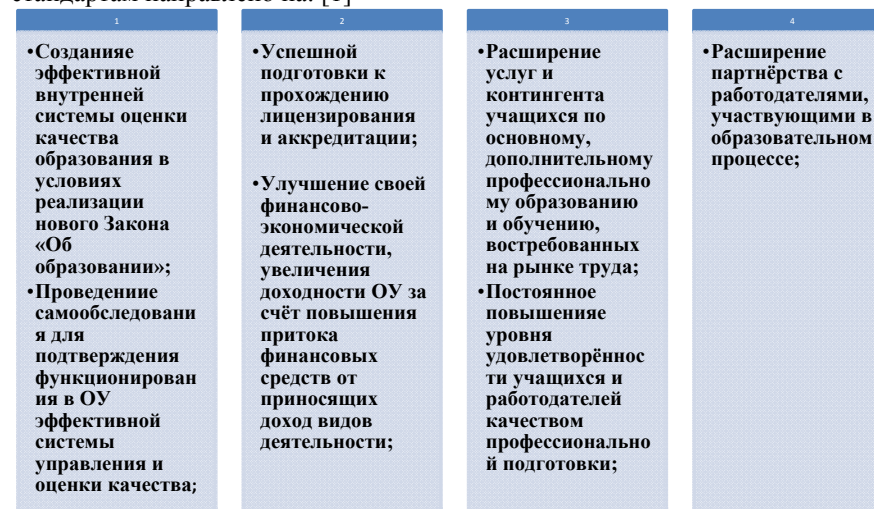


Рис 3. – Направление стандартов

Список литературы

1. Метрология. Стандартизация. Сертификация: Учебник / Под ред. В.М. Мишина. - М.: ЮНИТИ, 2013. - 495 с.
2. Сычко, В.Е. Стандартизация и оценка соответствия: Учебное пособие / В.Е. Сычко, Л.В. Целикова, К.И. Локтева. - Мн.: Вышэйшая шк., 2012. - 237 с.
3. Бородин С.А. Экономика. Учебное пособие для студентов экономических специальностей. - М.: Новое знание. - 2001. - 403 с.
4. Крюков, Р.В. Стандартизация, метрология, сертификация. Конспект лекций / Р.В. Крюков. - М.: А-Приор, 2009. - 192 с.

QMS IN EDUCATION

Olga Kadygrob, student

(kadigolga2008@mail.ru)

Ufa State Aviation Technical University

Annotation: This article covers issues that relate to the effectiveness of the QMS of an educational institution and the continuous improvement of the quality of the educational service provided to students.

Keywords: QMS, standards, education, agreement, continuous quality improvement.

СОВРЕМЕННОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ

Кайгородов Виталий Валентинович, студент

Фролова Наталья Сергеевна, к.э.н., доцент,

Хабаровский государственный университет экономики и права, Россия

Статья посвящена современному использованию энергетических ресурсов. Данная тема является весьма актуальной, поскольку энергетический фактор по-прежнему является одним из базисов экономики любой страны. Авторами статьи были проанализированы сложившиеся тенденции использования топливно-энергетических ресурсов в различных странах, выявлены особенности, проблемы, возможности применения зарубежного опыта в российской экономике.

Ключевые слова: топливно-энергетические ресурсы, Россия, США, КНР, нефть, уголь, газ

Энергетические ресурсы являются основой экономики любой страны. Развивающиеся страны и страны с переходной экономикой преимущественно используют топливно-энергетические ресурсы (далее ТЭР) как экспортное сырье, в свою очередь страны с развитой экономикой используют их для производства и обработки товаров с высокой добавленной стоимостью. При этом основными составляющими ТЭР в мировой энергетике являются: нефть, газ и уголь. Эти полезные ископаемые все еще остаются наиболее эффективными источниками энергии. Особенности использования именно данных ресурсов мы и проанализируем далее.

Российская Федерация имеет значительную долю топлива в общем объеме экспортно-импортных операций, т.к. является одним из мировых лидеров по добыче нефти и природного газа, а также обладает одними из самых крупных запасов угля, помимо США и Китая. В таблице 1 мы можем увидеть показатели добычи данных ресурсов.

Таблица 1 – Добыча топливно-энергетических ресурсов России 2013-2017 гг. [1]

Показатель	Год				
	2013	2014	2015	2016	2017
Нефть, тыс. т.	523172	526654	533551,3	547306,139	546742,2
Природный газ млн. м ³	667800	641900	635500	640200	691100
Уголь тыс. т.	350009	357218,1	371674,9	383826,1	407851,3

По данным, приведенным в таблице 1 можно сделать вывод, что Россия не только имеет большие запасы топливных ресурсов, но и ведет их активную добычу. Теперь обратим внимание на рисунок 1, где представлено соотношение экспорта и импорта топливных товаров в общем объеме экспорта и импорта.

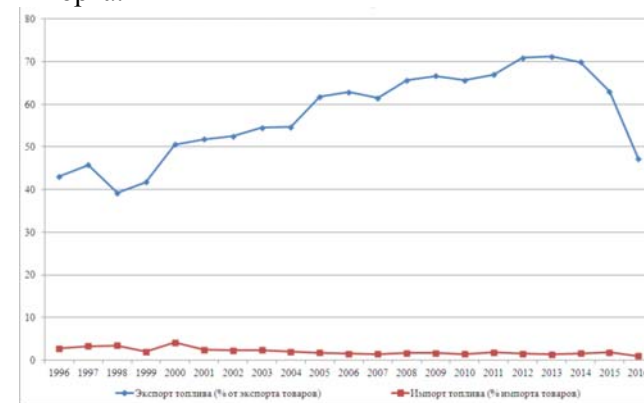


Рисунок 1 – Уровень экспорта и импорта топлива в общем объеме экспорта и импорта товаров РФ соответственно за период 1996 – 2016 гг. [1]

Отметим, что импорт топлива в Российскую Федерацию за весь исследуемый период времени оставался на одинаково низком уровне, в то время как экспорт возрастал от 40% до более, чем 70%. 2015 и 2016 год характеризуются снижением уровня показателя, однако в большей мере это связано со снижением мировых цен на основные энергоносители: природный газ и нефть. В то же время наиболее импортируемыми товарами, а значит товарами, потребность в которых сама страна удовлетворить не может, являются следующие (2016 г.) [2]:

- машины, оборудование и транспортные средства (86059 млн. долл.).
- продукция химической промышленности, каучук (33822 млн. долл.).
- продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье (кроме текстильного) (25031 млн. долл.).

Россия использует топливно-энергетические ресурсы как экспортное сырье и ее экономика в значительной степени опирается на их использование, подобную ситуацию показывает корреляционная зависимость между ВВП страны и мировыми ценами на нефть, которые мы можем наблюдать на рисунках 2 и 3:

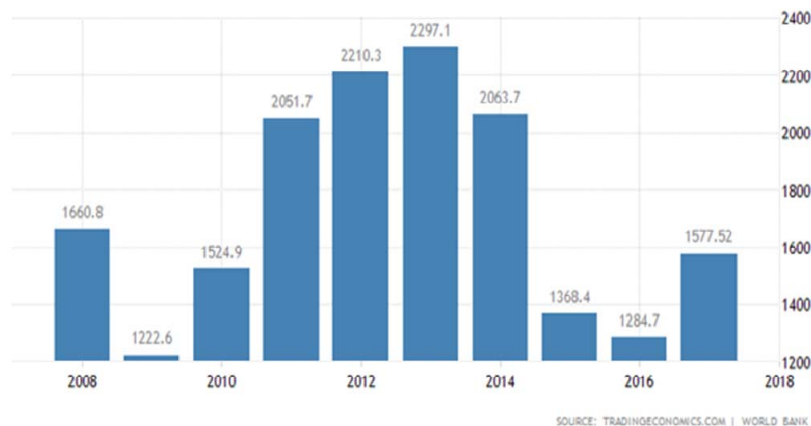


Рисунок 2 – Динамика ВВП РФ в период 2008-2017 гг. (млрд. долл.) [3]



Рисунок 3 – Динамика цен на нефть в период 2014-2018 гг. (долл. за бррл.) [3]

Как видно из этих двух рисунков, максимальный показатель ВВП был достигнут в 2014 году, когда была и высокая цена за баррель нефти. Когда произошло падение цен на нефть в 2015-2016 гг., снизилось и ВВП страны.

Обобщая все выше сказанное о России, можно прийти к выводу, что главной особенностью использования ТЭР в России является экспортная ориентированность.

Для решения сложившейся ситуации возможно:

- ограничение объемов вывозимого сырья и направление его в обрабатывающие отрасли с последующим их развитием;

- проведение финансовой государственной поддержки наукоемких и высокотехнологичных производств;
- проведение гибридной денежно-кредитной политики, направленной на кредитование предприятий обрабатывающей промышленности;
- ужесточение контроля над оттоком капитала за рубеж;

Ситуация с использованием топливно-энергетических ресурсов в США также по-своему уникальна. Главной особенностью является парадоксально интенсивные темпы добычи на фоне не столь высоких запасов ресурсов. К примеру, США занимает первое место по запасам угля, а по запасам нефти и газа лишь входит в десятку. В то же время США ведет не уступающую по объему России добычу нефти, что и отображено на рисунке 4:

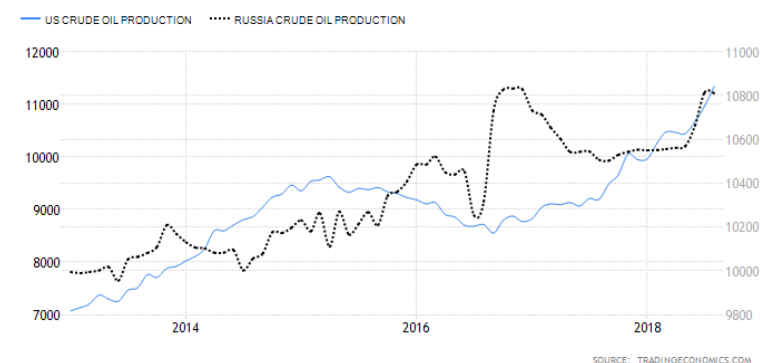


Рисунок 4 – Сравнение добычи нефти США и России (тысяч баррелей) [3]

Более того, наиболее используемыми источниками энергии в США являются нефтепродукты и природный газ, а уголь составляет лишь 16% от общего энергопотребления, что мы и можем увидеть на рисунке 5:



Рисунок 5 – Соотношение потребляемых ТЭР в США 2017 г. [4]

Следовательно, в настоящее время США не способна самостоятельно удовлетворить собственную потребность в энергоресурсах, это доказывает ежегодный высокий импорт минеральных ресурсов и, в особенности, нефти и газа, например, по результатам 2017 года США импортировало минеральных ресурсов на 204,23 млрд. долл. [29].

Американская экономика испытывает постоянно растущий дисбаланс между растущими внутренними потребностями и имеющимся рентабельным рыночным предложением по большинству видов первичных энергетических ресурсов. Описанная проблема оказывала также влияние и на внешнюю политику США, что нередко приводило к участию в военных конфликтах, приводивших к получению дешевого импорта нефти или новых торговых партнеров.

Главными целями в решении данной проблемы являются:

- обновление и реконструкция национальной энергетической инфраструктуры;
- расширение использований альтернативных возобновляемых источников энергии;
- переход к более эффективному и экономному использованию первичных энергетических ресурсов;

Особенно амбициозным направление, по мнению автора, является использование источников возобновляемой энергетики, поскольку США обладает одни из самых высоких уровней НИОКР, а также, они могут иметь высокую эффективность в долгосрочной перспективе.

Несколько обратная ситуация наблюдается в Китае, где основным источником энергии является уголь. Китай занимает второе место по запасам угля, уступая лишь США, но при это Китай составляет почти 50% мировой добычи угля, это видно на рисунке 6:

Китай	3,349
Индия	717
Соединенные Штаты	701
Австралия	478
Индонезия	461
Россия	387
ЮАР	259
Германия	175
Польша	127
Казахстан	106
Турция	100
Колумбия	89

Рисунок 6 – Рейтинг стран по добыче угля 2018 г. (млн. тонн) [4]

И более того, уголь составляет 64% всего энергопотребления Китая (рис. 7):



Рисунок 7 – Энергопотребление Китая по типам источников 2017 г. [4]

Но важно указать, что в последнее время мировая добыча угля снижается и происходит это не безосновательно, у этого есть две основных причины. Первая – это низкая по сравнению с нефтью и газом энергоэффективность. Вторая – это негативные для окружающей среды последствия при использовании угля.

Собственно, одной из важнейших проблем Китая на данный момент является – экологическая. Конкретными последствиями использования угля в Китае являются:

- Загрязнение атмосферы. С 2013 г. в КНР уже в течение пяти лет фиксируется «красный» — наивысший уровень экологической опасности, связанный с загрязнением воздуха.
- Дефицит чистой воды. В Китае загрязнено более 75% пресноводных рек и озер, 90% подземных вод.
- Наступление песков. Из-за чрезмерного выпаса скота, экстенсивного использования почвы и воды и вследствие изменений климата в КНР не прекращаются процессы опустынивания. Общая площадь таких территорий достигает 1,73 млн км.

Правительство Китая предпринимает активные меры для решения данной проблемы. Помимо постоянных увеличений государственных расходов на решение экологической проблемы, также проводятся изменения в производственных, культурных и общественных сферах: укрупнение единичных мощностей; вынос вредных производств за границу; внедрение новой экологически чистой системы отопления; разработка и внедрение новых альтернативных источников энергии.

Таким образом, Китай решает сразу две проблемы: поиск альтернативных и более эффективных источников энергии и восстановление экологии страны.

Таким образом, можно сделать вывод, что энергетическая отрасль действительно является одной из важнейших составляющих в экономическом успехе страны.

Однако, помимо наличия природных ресурсов, необходимо проведение грамотной энергетической политики, которая может способствовать переходу на использование возобновляемых источников энергии за счет внедрения инновационных технологий.

Список литературы

1. Министерство Энергетики РФ: [сайт]. URL: <https://minenergo.gov.ru/activity/statistic>
2. Росстат: [сайт]. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/
3. Trading Economics: [сайт]. URL: <https://ru.tradingeconomics.com/>
4. Статистический ежегодник мировой энергетики Enerdata: [сайт]. URL: <https://yearbook.enerdata.ru/>
5. Государственное по охране окружающей среды КНР: [сайт]. URL: www.zhb.gov.cn/CIA_Factbook: [сайт]. URL: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>

ТАМОЖЕННАЯ ПОЛИТИКА РФ В ОБЛАСТИ ЗАЩИТЫ ЕЁ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СУВЕРЕНИТЕТА И БЕЗОПАСНОСТИ

Канев Алексей Владимирович, студент

(e-mail: kanev_aleksey2000@mail.ru)

Литвиненко Анна Алексеевна, студент

(e-mail: anna.litvinenko8@mail.ru)

Болычева Елена Александровна, к.э.н.

Юго-Западный государственный университет, г.Курск, Россия

(e-mail: bolycheva2012@yandex.ru)

В данной статье рассматриваются особенности реализации таможенной политики РФ в области защиты ее экономического суверенитета и экономической безопасности.

Ключевые слова: национальная безопасность, обеспечение экономической безопасности, протекционистская таможенная политика, политика свободной торговли, таможенные платежи, тарифные и нетарифные меры.

Таможенная политика – одна из составляющих экономической и внешнеэкономической политики государства, и поэтому она зависит от целей и задач общей экономической стратегии правительства.

Таможенная политика является неотъемлемым звеном в вопросах обеспечения национальной безопасности государства и напрямую связана с экономической безопасностью страны. В связи с этим, одним из приоритетных направлений государственной таможенной политики является обеспечение экономического суверенитета и безопасности РФ [3, с.251].

Регулирование внешнеэкономических отношений является неотъемлемой функцией любого государства, стремящегося обеспечить свою поли-

тическую независимость и экономическую безопасность. Одной из задач таможенной политики Российской Федерации является совершенствование товарной структуры российского импорта. Для этого снижаются или минимизируются таможенные пошлины на товары, которые оказывают существенное влияние на развитие национальной экономики, при этом сохраняются высокие ставки на товары, являющиеся конкурентами для отечественных производителей.

Для обеспечения экономической безопасности РФ во внешнеэкономической сфере особое место занимают инструменты таможенного регулирования. Система таможенного регулирования включает в себя установление порядка и условий перемещения товаров через таможенную границу, их таможенного декларирования и выпуска, осуществления мер тарифного и нетарифного регулирования, проведения таможенного контроля.

Таможенное регулирование является частью таможенной политики. Выделяют два вида таможенной политики [4, с.113]:

1. Протекционистская таможенная политика представляет собой систему мер таможенного регулирования, направленных на установление высокого уровня пошлин на ввозимые товары.

2. Политика свободной торговли (фритредерство) – политика, направленная на установление минимальных барьеров при осуществлении экспортно-импортных операций. При реализации данной политики устанавливаются минимальные таможенные пошлины или же они отсутствуют.

На практике таможенная политика протекционизма осуществляется с помощью таких действий как [5, с.59]:

- введение и регулирование таможенных пошлин;
- регулирование величины квот на импорт;
- применение нетарифных барьеров;
- внедрение программ по субсидированию малого бизнеса;
- определение уровня ставок налогов.

Существенная роль ограничений выражается в применении технических барьеров в торговле. К их числу относят: стандарты и требования, связанные с экологическими, санитарными, ветеринарными нормами, а также правила и порядок сертификации продукции.

Задачей таможенной политики является также защита экономики национальных производителей от неблагоприятного воздействия иностранной конкуренции. На рынке мирового масштаба существует огромное количество поставщиков, товар которых по качеству и цене является более конкурентоспособным, чем у отечественных производителей. В связи с этим, применяется таможенно-тарифное регулирование, которое представляет собой систему стоимостных инструментов и экономико-правовых мер по регулированию затрат на ввоз и вывоз продукции, с учетом затрат и цен отечественных производителей, эффективности потребления отечественной и импортной продукции, а также удовлетворения потребности в тех или иных товарах.

Одним из элементов таможенно-тарифного регулирования является таможенная пошлина, экономическая роль которой состоит в том, что она создает стоимостной барьер, повышая цены ввозимых товаров и одновременно с этим государство, применяя таможенные пошлины, может стимулировать развитие определенных отраслей, создавая для них благоприятные условия.

В настоящее время, актуальность вопроса об экономической безопасности в РФ с каждым годом возрастает. В Указе Президента РФ от 13.05.2017 г. № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года» отмечается, что «итогами реализации настоящей стратегии должны стать обеспечение экономического суверенитета и устойчивости национальной экономики к внешним и внутренним вызовам и угрозам, укрепление общественно-политической стабильности, динамичного, социально-экономического развития, повышение уровня и улучшение качества жизни населения» [4].

На современном этапе экономическое положение Российской Федерации находится в периоде кризиса, влияние на который в первую очередь оказали введение торговых санкций и ответных мер. Примером для этого обоснования служат показатели падения стоимости рубля, особенно, начиная с сентября 2018 года, что выражает чрезвычайную актуальность деятельности государства в сфере обеспечения экономической безопасности.

Однако ряд западных экономических изданий отмечают рост экономики РФ, несмотря на действие санкций. Запрет импорта ряда востребованных товаров положительно повлиял на активизирование отечественного производства, путем создания монополии российского товара на внутреннем рынке. Также отмечают, что падение стоимости рубля оказало выгодное воздействие на отечественную экономику, так как именно в этот период произошел расчёт иностранных государств за импортируемое сырьё. Увеличение налоговых поступлений в государственный бюджет, связанное с ростом цен на нефть к концу 2018 года, а также рекордное наращивание Центральным Банком РФ золотого запаса, дают возможность ожидать существенное укрепление национальной валюты к середине 2019 года.

По официальным данным, представленным статистикой ФТС РФ, по состоянию на 28 декабря 2018 года объем доходов федерального бюджета от уплаты таможенных платежей превысил отметку в 6 трлн руб. Прогноз по формированию доходов бюджета Российской Федерации в данном году выполнен таможенными органами на 101,5 % [5].

Платежи от импорта товаров составляют 2931,8 млрд. руб., или 48,7 % от общего объема перечислений ФТС России. В том числе, поступления по НДС на ввозимые товары составили 2 245,6 млрд. руб. (37,3 %).

Также, согласно данным ФТС России, за март 2019 года сумма доходов федерального бюджета, администрируемых таможенными органами, составляет 448,38 млрд. рублей, а за три месяца 2019 года сумма доходов федерального бюджета, администрируемых таможенными органами, состав-

вила 1308,97 млрд. рублей. Объем доходов от уплаты вывозной таможенной пошлины составил 3005,7 млрд. руб., или 49,9 % от общего объема перечислений, администрируемых ФТС России.

Укрепление устойчивости российского экономического суверенитета и безопасности России идет параллельно с усилением уже сложившихся угроз экономической безопасности Российской Федерации, а также появлением принципиально новых вызовов ее национальным интересам.

Для того, чтобы обеспечение экономической безопасности осуществлялось более эффективно, необходимо совершенствование не только таможенного регулирования внешнеэкономической деятельности, но и совершенствование государственного управления экономикой всей страны. Таким образом, в таможенной сфере происходит обеспечение экономического суверенитета и безопасности страны по двум направлениям. Первое - фискальное, пополнение федерального бюджета РФ за счет поступления таможенных платежей. Второе - применение мер нетарифного регулирования, с помощью которых, посредством деятельности таможенных органов также обеспечивается экономическая безопасность Российской Федерации.

Список литературы

1. Бобычева Е.А., Рунова В.Н. Совершенствование таможенного контроля // *Аллея науки*. - 2018. - №4(20).
2. Бобычева Е.А., Фадеева В.С. Проблема продовольственной безопасности РФ [Текст] // *Аллея науки*. 2018. - №5(21).
3. Гончаренко Л.П.. Экономическая безопасность: учебник для вузов - М.: Издательство Юрайт, 2017. С. 478.
4. Давиденко, Л.Г. Налоги и таможенные платежи: учебное пособие / Л.Г. Давиденко. - СПб: ИЦ Интермедия, 2017. - 199 с.
5. Степанов Е. А., Булычева Ю. В. Таможенная политика в современной России // *Таможенное дело и внешнеэкономическая деятельность компаний*. 2017. № 1. С. 260.
6. Указ Президента РФ 13.05.2017 г. № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года» [Электронный ресурс] // <http://www.consultant.ru>.
7. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс]: // <http://www.gks.ru>.

Kanev Alexey Vladimirovich, student

Litvinenko Anna Alekseevna, student

Bolycheva Yelena Aleksandrovna, k.e.n.

Southwest state University, Kursk, Russia)

CUSTOMS POLICY OF THE RUSSIAN FEDERATION FOR THE PROTECTION OF ITS ECONOMIC SOVEREIGNTY AND SECURITY

This article discusses the features of the implementation of the customs policy of the Russian Federation in the field of protection of its economic sovereignty and economic security.

Keywords: *national security, economic security, protectionist customs policy, free trade policy, customs payments, tariff and non-tariff measures.*

ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ РФ НА МИРОВЫХ РЫНКАХ

Канунникова Анастасия Михайловна, студент

(e-mail: anastasyakanunnikova15@gmail.com)

Ступина Оксана Николаевна, студент

(e-mail: oksanastupina356@gmail.com)

Болычева Елена Александровна, к.э.н.

Юго-Западный государственный университет, г.Курск, Россия

(e-mail: boly4eva2012@yandex.ru)

В статье рассмотрены проблемы и пути повышения конкурентоспособности товаров РФ на мировых рынках. Представлены данные по экспорту российских товаров в страны СНГ и ближнего зарубежья в 2018-2019 гг.

Ключевые слова: конкурентоспособность, экспорт, мировой рынок, субсидии.

За последние годы Россия поднялась в мировом рейтинге конкурентоспособности государств, и по итогам 2018 года российская продукция занимает 43 место в мире, находясь между Латвией и Кипром, а среди стран БРИКС – на втором месте после Китая. При этом наша страна пока еще достаточно сильно отстает от стран большой двадцатки.

Говоря о конкурентоспособности российской продукции, необходимо отметить явные позитивные изменения в данной направлении. В 2018 году положительное сальдо счета текущих операций достигло своего максимального значения – 114,9 млрд. долл. США. Ключевым фактором роста российского экспорта остается высокая ценовая конкурентоспособность отечественной продукции на мировом рынке. Однако в настоящее время не только ценовая составляющая позволяет наращивать объемы экспорта. Все большую роль начинает играть улучшение качественных характеристик и их сопоставимость с мировыми аналогами. Позитивные изменения в настоящее время наблюдаются в металлургии, деревообработке, химической и продовольственной продукции. И не случайно Владимиром Путиным в своем послании к Федеральному Собранию было сказано об увеличении экспорта несырьевой продукции из России в 1,5 раза до 2024 года. По мнению экспертов, увеличить несырьевой экспорт государства позволят национальные проекты по экспорту и по производительности труда.

В части экспорта, правительство намерено предложить компаниям создать свои корпоративные программы повышения конкурентоспособности, а значит, взять на себя обязательства по наращиванию объемов производства и продаж (в том числе и за рубеж). Компаниям государство гарантирует предоставление различных субсидий. До конца 2024 года планируется заключение 320 соглашений с представителями бизнеса. Только 2019 год

должен завершиться подписанием 250 контрактов. Отбираться будут предприятия, исходя из их экспортного потенциала и объема требуемого финансирования. Субсидирование коснется банковских и страховых инструментов: это льготные кредиты, а также компенсации затрат на транспортировку товаров.

«Реализуемые в настоящее время инициативы, как и те, что будут запущены в ближайшей перспективе, в рамках национальной программы «Международная кооперация и экспорт», являются весьма своевременными. И, если с компаниями добывающего сектора все достаточно понятно, то поддержка других, в частности – обрабатывающих, отраслей выходит на первый план. В этой связи видится своевременным Постановление Правительства, определяющее перечень экспортно-ориентированных компаний, которые смогут получить поддержку через корпоративные программы льготного кредитования (количество участников программы, по предварительным оценкам, уже превысило 300). По сути программа предполагает компенсацию процентной ставки при получении кредитов указанными выше компаниями (размер компенсации – 4,5% от предложенной кредитором ставки). Реализованная схема является не только серьезной поддержкой предприятий, но и стимулом для российской банковской системы, которая получит серьезный дополнительный пул низкорисковых заемщиков, «выстроившихся в очередь» за кредитами», – считает доцент кафедры экономической теории РЭУ им. Плеханова Олег Чередниченко.

Что касается нацпроекта по экспорту, то в него заложили новый механизм Специнвестконтракта (СПИК 2.0), по которому заключать договоры и получать льготы смогут только компании, которые возьмутся локализовать эксклюзивные технологии, не представленные сейчас в России. Список таких технологий должно подготовить правительство. Заключение СПИК 2.0 будет проводиться исключительно на конкурсной основе, что гарантирует принятие всестороннего взвешенного решения и отсечет недобросовестных участников рынка.

Еще одной важной особенностью является тот факт, что отобранным компаниям по обоим нацпроектам пообещали преимущественное право и на те субсидии, которые ориентированы на стимулирование внутреннего спроса на российскую продукцию. Сегодня уже работают 56 видов финансовых инструментов поддержки реального сектора, и на ближайшие три года на них предусмотрено 214 млрд. рублей госсубсидий.

Однако некоторые эксперты полагают, что правительству необходимо также развивать и человеческий капитал, а не только производство продукции. Так, доцент кафедры экономики РЭУ им. Г. В. Плеханова Александр Тимофеев отмечает, что разработка механизмов повышения конкурентоспособности отечественной продукции, в первую очередь, должна быть нацелена на повышение эффективности управления знаниями. В настоящее время многие результаты интеллектуальной деятельности остаются недооцененными и не получают практического применения.

По данным, представленным в таможенной статистике за январь-март 2019 года, внешнеторговый оборот РФ составил 158,6 млрд. долл. США, что по сравнению с январем-мартом 2018 года больше на 0,1 %. Сальдо торгового баланса сформировалось в положительную сторону 51,1 млрд. долл. США, что на 2,8 млрд. долл. США является больше, чем в прошлом периоде 2018 года.

Экспорт РФ за первый квартал 2019 года составил 104,9 млрд. долл. США, таким образом, по сравнению с первым кварталом 2018 года возрос на 1,4 %. На долю государств дальнего зарубежья приходится 88,4 % всего объема экспорта РФ, на государства СНГ – 11,6 %.

Приоритетом российского экспорта в начале 2019 года все так же является топливно-энергетическая продукция, удельный вес которой в товарном секторе экспорта составил 66,4 % (в начале 2018 года – 65,0 %). В товарном секторе экспорта в государства дальнего зарубежья часть этих товаров сформировала 70,2 % (в первом квартале 2018 года – 68,7 %), в государства СНГ – 37,2 % (38,6 %). По сопоставлению с началом 2018 года ценовой объем топливно-энергетической продукции увеличился на 3,6 %, а физический – на 6,2 %. Так среди товаров топливно-энергетического комплекса уменьшились физические объемы экспорта бензина автомобильного на 23,3 %, керосина – на 12,7 %, нефтепродуктов на 6,7 %, в том числе дизельного топлива – на 1,5 %, газа природного – на 0,4 %.

Вместе с тем повысились физические объемы экспорта электроэнергии на 40,9 %, угля каменного – на 15,0 %, нефти сырой – на 6,8 %. В общем ценовом объеме экспорта доля металлов и изделий из них в начале 2019 года сформировалась на уровне 9,5 % (в начале 2018 года – 10,4 %). В товарной структуре экспорта в государства дальнего зарубежья часть этих товаров составила 9,1 % (в начале 2018 года – 10,1 %), в государства СНГ – 12,7 % (12,5 %).

Сопоставимо с первым кварталом 2018 года ценовой объем экспорта товаров уменьшился на 7,1 %, а физический – на 1,1 %. Повысились физические объемы экспорта алюминия на 37,1 %, ферросплавов – на 26,1 %, а так же меди и медных сплавов – на 11,5 %, полуфабрикатов из железа и легированной стали – на 3,6 %. В результате, понизились физические объемы экспорта чугуна на 17,4 %, проката плоского из железа, легированной стали – на 8,6 %.

Часть экспорта товаров химической промышленности в начале 2019 года составила 5,7 % (в начале 2018 года – 6,1 %). В товарном секторе экспорта в государства дальнего зарубежья объем этих товаров сформировался на уровне 4,9 % (в начале 2018 года – 5,1 %), в государства СНГ – 12,2 % (13,4 %). По сопоставимости с началом прошлого года ценовая и физическая доля экспорта этой товарной позиции уменьшились на 4,8 %. При этом понизились физические доли поставок мыла и моющих средств на 8,4 %, удобрений – на 7,1 %, товаров органических химических соединений – на 5,4 %. Также повысились физические доли экспорта фармацев-

тической продукции на 8,3 %, краски и лаки – на 6,0 %, каучук и резина – на 0,4 %.

Объем экспорта машин и оборудования в начале 2019 года составлял 4,5 % (в начале 2018 года – 5,3 %). В товарной системе экспорта в государства дальнего зарубежья объем этих товаров был на уровне 3,0 % (в начале 2018 года – 3,9 %), в государствах СНГ – 16,0 % (15,0 %). Ценовая доля экспорта данной товарной группы уменьшилась на 12,9 % за счет снижения объемов поставок оборудования электрического – на 8,6 % и оборудования механического – на 7,9 %. В свою очередь увеличилась доля поставок средств наземного транспорта, но не железнодорожного на 57,3 %. Физические объемы поставок легковых автомобилей увеличились на 43,3 %, а грузовых автомобилей – на 6,6 %.

Объем экспорта продовольственных продуктов и сырья для их производства в товарной позиции экспорта в начале 2019 года сформировался на уровне 5,1 % (в начале 2018 года – 5,2 %). В товарной позиции экспорта в государства дальнего зарубежья часть этих продуктов составила 4,6 % (в начале 2018 года – 4,7 %), в государствах СНГ – 9,7 % (9,2 %). По сопоставимости с начала 2018 года ценовые доли поставок этой продукции незначительно уменьшились на 0,1 %, а физические снизились на 21,5 %. При этом увеличились физические доли экспорта масла подсолнечного на 44,8 %, мяса свежего, а также мороженого – на 16,4 %, рыбы свежей и мороженной – на 6,7 %, сыров и творога – на 4,9 %.

Объем экспорта лесоматериалов и целлюлозно-бумажных товаров в начале 2019 года составил 3,0 % (в начале 2018 года – 3,1 %). В товарной позиции экспорта в государства дальнего зарубежья объем этих товаров сформировался на уровне 2,8 % (в начале 2018 года – 2,9 %), в государства СНГ – 4,4 % (4,2 %). Ценовая часть экспорта представленной товарной позиции уменьшилась на 0,5 %, а физически увеличилась – на 1,7 %. Повысились физические доли поставок бумаги газетной на 20,1 %, пиломатериалов – на 9,4 %, фанеры клееной – на 1,4 %, при этом уменьшились доли поставок необработанных лесоматериалов на 13,5 %.

В государственной структуре внешней торговли РФ основное место занимает Европейский Союз, как крупнейший экономический партнер государства. На объем Европейского Союза в начале 2019 года приходилось 43,5 % российского товарооборота (в начале 2018 года – 45,1 %), на государства АТЭС – 31,2 % (28,5 %), на государства СНГ – 11,4 % (12,0 %), на государства ЕАЭС – 7,9 % (8,5 %).

Главными торговыми партнерами РФ в начале 2019 года среди государств дальнего зарубежья были: Китай, товарооборот с которым составил 24,9 млрд. долл. США (103,4 % к началу 2018 года), Германия – 13,9 млрд. долл. США (96,5 %), Нидерланды – 13,0 млрд. долл. США (112,1 %), Республика Корея – 6,2 млрд. долл. США (150,0 %), Турция – 6,1 млрд. долл. США (86,3 %), США – 6,0 млрд. долл. США (124,0 %), Италия – 5,9 млрд.

долл. США (100,5 %), Япония – 4,7 млрд. долл. США (105,1 %), Польша – 3,8 млрд. долл. США (74,8%), Франция – 3,6 млрд. долл. США (85,0%).

Список литературы

1. Большаева, Е.А. Малое и среднее предпринимательство: особенности функционирования и государственного регулирования [Текст]/ Е.А.Большаева // Парадигмальные основания государственного управления: социально-экономическая перспектива: сборник научных статей международной научной конференции. – Курск, 2016.-294 с.
2. Большаева, Е.А., Башмакова А.Ю. Управление качеством как инструмент обеспечения конкурентоспособности энергетических компаний [Текст] // Аллея науки. 2018. – №9 (25).
3. Гордеев, В.А. Две тенденции в эволюции конкуренции [Текст]/ В.А. Гордеев // Мировая экономика и международные отношения. - № 1. - 2014.- С.42-48.
4. Соколов, В.В. Контуры будущего мира: нации, регионы, транснациональные общности [Текст] / В.В. Соколов // Мировая экономика и международные отношения. - 2011. - № 3. – С. 25
5. Яковлева, Ю.А. Роль конкуренции в рыночной экономике [Текст] / Ю.А. Яковлева // Молодой ученый. - №3. – 2014 - с.610-613.
6. О конкурентоспособности России на глобальных рынках[Электронный ресурс] // 1eb.ru
7. Экспорт-импорт важнейших товаров в январе-марте 2019 года[Электронный ресурс] // customsonline.ru

Kanunnikova Anastasia Mikhailovna, student
(e-mail: anastasyakanunnikova15@gmail.com)

Oksana Stupina, student
(e-mail: oksanastupina356@gmail.com)

Bolycheva Elena Alexandrovna, Ph.D.
Southwestern State University, Kursk, Russia
(e-mail: bolycheva2012@yandex.ru)

PROBLEMS AND WAYS TO IMPROVE THE COMPETITIVENESS OF THE GOODS OF THE RUSSIAN FEDERATION ON WORLD MARKETS

Annotation. The article discusses the problems and ways to improve the competitiveness of goods of the Russian Federation on world markets. The data on the export of Russian goods to the CIS countries and neighboring countries in 2018-2019 are presented.

Keywords: competitiveness, export, world market, subsidies.

**ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
ВЗАИМООТНОШЕНИЙ В КОЛЛЕКТИВЕ**

Катыхина Виктория Владимировна

Юго-Западный государственный университет, г.Курск, Россия
viktoriakatyhina@yandex.ru

В данной статье рассматривается психология работы в коллективе. В качестве метода социологического исследования использован опрос.

Ключевые слова: служебный этикет, коллектив, лидер, работа, группа, руководитель.

Важной составляющей успешной трудовой деятельности являются здоровые отношения в коллективе. Конфликты или скрытая вражда значительно сказываются на общей эффективности трудящихся. Коллектив на работе не выбирают, поэтому нужно научиться правильно вести себя. Работа в команде даёт хорошие результаты, если каждый человек стремится внести свою лепту в общее дело. Взаимопонимание и взаимовыручка также играют важную роль. В любом коллективе имеется разделение не только по должности, но и по роли, которую выполняет человек при совместной работе. Для того чтобы занять своё место в команде, нужно определиться с этой самой ролью.

Существует три уровня. «Рабочая лошадка» – человек, который имеет хорошие знания в определённой теме и умеет общаться с коллегами по работе. Он может выполнять задания и поручения, а также является консультантом, если дело касается практической стороны вопроса. Новатор – имеет нестандартное мышление и творчески подходит к выполнению задач. Большинство идей принадлежит этой категории сотрудников. Лидер – член группы, за которой она признает право принимать ответственные решения в значимых для нее ситуациях; наиболее авторитетная личность, играющая центральную роль в организации деятельности и регулировании взаимоотношений в группе [1, с.189]. Такой человек вдохновляет на работу и контролирует выполнение всех требований. Хороших лидеров сложно найти. В идеале это не тот человек, который пожинает плоды работы всей группы, а направляет и организует деятельность. Для настоящего лидера нет понятия «я», есть только «мы». На деловые отношения оказывает влияние российский менталитет (совокупность базовых и достаточно стабильных психологических ориентиров, жизненных установок, традиций, привычек, присущих данной социальной группе и определенной культурной традиции [2, с.19-20]). Работа с каждой группой, коллективом имеет свои особенности, вплоть до, так сказать, индивидуально-групповых особенностей каждой(-го) из них. Это определяется многими обстоятельствами: возрастом людей, из которых состоит коллектив, их интересами, уровнем педагогической сформированности, степенью схожести (так, даже коллектив образовательного учреждения изначально различен по составу:

коллектив руководства, педагогический коллектив, ученический коллектив, коллектив обслуживающего персонала); спецификой главной деятельности, ее целей и задач; длительностью существования (является ли он только что возникшим или давно сложившимся); уровнем реально существующей социальной развитости; условиями, в котором он находится (например, спец- подразделение, находящееся по месту основной дислокации либо направленное в зону борьбы с терроризмом). Не априорно, а на основе исследований работы с разными группами (учебными, спортивными, трудовыми, военными, правоохранительных органов и др.) можно констатировать, что в каждой группе есть нечто общее, что позволяет говорить о некоторых общих основах работы с группой, коллективом. Во всей этой работе обязателен авторитет педагога, руководителя, обеспечиваемый личным примером деятельности и поведения, выбором стиля, тона работы. Он должен излучать энергию, самоотдачу и страстность в работе, веру в успех, влюбленность в дело, быть эмоционально выразительным и психологически заразительным, проявлять доброжелательность и справедливость к людям, нетерпимость, если кто-то или что-то мешает делу и удовлетворению интересов других членов группы, быть общительным, доступным, искренним, открытым, не лгать и не лукавить. Причем надо быть на высоте достоинства и примерности как на глазах учащихся и работников, так в других ситуациях. Люди идут только за тем, кому верят, кто сам поступает так, как рекомендует другим. Неизменное проявление этих характеристик в стиле повседневной работы руководителя — обязательная предпосылка авторитета и исходное условие успеха в работе с коллективом.

По мнению А.С. Ковальчук, широта кругозора, глубокая внутренняя и внешняя культура, чистота нравственного облика, высокий уровень специальной подготовки, творческая деятельность, культура общения с сотрудниками-таковы основы, составляющие имиджа делового человека[3,с.210].

Чтобы правильно вести себя в офисе, необходимо, прежде всего, знать этические нормы. Для бесконфликтного общения это обязательное условие. Этическая сторона очень важна в каждом человеке, и она включает много факторов. При общении с коллегами должен присутствовать такт. Что такое служебный этикет? Служебный этикет — это часть общего этикета, которая отвечает за форму взаимоотношений между людьми во время трудовой деятельности. Определяет, в какой форме происходит общение между членами коллектива по отношению друг к другу и начальству, по отношению к клиентам организации. Это касается непосредственного общения, переписки, телефонных разговоров. В основном это касается офисных сотрудников, так называемых «белых воротничков», работников коммунальных предприятий, сферы обслуживания и им подобных. Хотя формально распространяется на все сферы трудовой деятельности, вряд ли получится наблюдать его соблюдение в агропромышленной или металлургической отрасли. Так сложилось, что люди, работающие в физически тяже-

лых и опасных условиях, приходят к более тесным отношениям и зачастую общаются за рамками строгих условностей. Общие правила выражаются в соблюдении следующих принципов:

1. Вежливость. Уважительное обращение к коллегам задает позитивный настрой для дальнейшего общения. При обращении к коллегам в официальной обстановке личное местоимение «вы» должно использоваться всегда, даже если в нерабочее время это ваши друзья. Это правило не имеет исключений.

2. Скромность. Высокие заслуги не нуждаются в лишней рекламе, а являются и так очевидными. Не стоит удобрять возможную зависть к своим достижениям самовосхвалением.

3. Тактичность. Умение сглаживать углы в неловкой ситуации, например, при чьей-то ошибке добавит уважения со стороны провинившегося. А отсутствие нецелесообразных вопросов и замечаний — поспособствует созданию и укреплению комфортной атмосферы в коллективе и подчеркнет профессиональный подход к делу.

Взаимоотношения в коллективе можно классифицировать по следующим категориям: Руководителя и подчиненного.

Для эффективной работы любого количества людей, занятых одним делом, главное — это умелое руководство. Не зря говорят: «Лучше стадо баранов под управлением льва, чем стадо львов под управлением барана». Поэтому особенно важен положительный пример со стороны начальства. Управление можно рассматривать как комплекс необходимых мер влияния на группу, общество или его отдельные звенья с целью их упорядочения, сохранения качественной специфики, усовершенствования и развития[4, с.3]. Управление коллективом можно разделить на три части:

1. Тип управления.
2. Выстраиваемая модель поведения между подчиненными.
3. Личное поведение руководителя в коллективе.

Стоит отметить, что существует две основные воспитательные модели:

1. Делай так же, как я.
2. Не делай, как я, делай, как я говорю (мой опыт был неудачен, но тебе советую поступить лучше).

Вторая модель трудно воспринимается. Не важно, какие методики управления персоналом используются, если наглядно будет подаваться плохой пример, именно он будет руководством к действию для большинства. Поэтому третий пункт — «Личное поведение руководителя» — является критическим моментом. Управляя другими людьми нужно помнить о том, что у каждого из них существуют индивидуальные интересы, мотивы, склонности, характер, темперамент, интеллектуальные, профессиональные способности, жизненный опыт, определенные физиологические особенности.[5,с.51] Работа в коллективе — задача не из простых. Довольно редко встречаются такие команды, где вся деятельность максимально слажена. Этого можно добиться путём многолетнего упорного труда по сплю-

чению коллектива. Если обстановка на работе слишком агрессивная, и никакие способы не помогают это исправить, то резонно будет задуматься о поиске другого места работы. Ни к чему подвергать себя воздействию дополнительных стрессоров.

Многу был проведен социологический опрос:

1. Как бы Вы оценили свою принадлежность к группе?
2. Удовлетворены ли Вы отношением к Вам коллег по работе?
3. Как Вы считаете, сложились ли в Вашей группе традиции взаимной поддержки, взаимовыручки?
4. Считаете ли вы своими друзьями коллег по работе?

В опросе приняли участие 20 человек в возрасте от 20 до 35 лет. Опрос показал что 80% работающих имеют отношения, и проводят много времени вместе, за пределами офиса, и 20% не поддерживают личных отношений с коллегами.

Вывод из всего выше сказанного таков: воспитанность, уважение друг к другу, желание пойти на встречу нуждающемуся в помощи – залог крепкого дружного коллектива и по-настоящему любимой работы.

Список литературы

1. Пиз, А. Язык телодвижений/ А. Пиз.-Нижний Новгород:»Ай Кью», 1992-219 с.
2. Смирнов, Г.С. Этика бизнеса, деловых и общественных отношений/ Г.С. Смирнов.-М.: Изд-во УРАО, 2001.-311 с.
3. Пиз, А. Язык телодвижений/ А. Пиз.-Нижний Новгород:»Ай Кью», 1992-219 с.
4. Фризен, У. Узнай лжеца по выражению лица/ У. Фризен.-СПб.: Питер, 2010.-213с.
5. Ворошилова О.Л. Психология управления коллективом: учебное пособие / О.Л. Ворошилова, О.В. Чернышова. – Курск: ЗАО «Университетская книга», 2018. – С. 23.

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ С УЧЕТОМ СОВРЕМЕННЫХ ТРЕБОВАНИЙ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ

Климова Ирина Викторовна, к.т.н.

*Ухтинский государственный технический университет, г. Ухта, Россия
(e-mail: bgd4@mail.ru)*

Кейн Ольга Павловна, к.т.н., доцент

*Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва,
г.Саранск, Россия
(e-mail: opkein@yandex.ru)*

В данной статье раскрываются особенности и проблемы деятельности промышленных предприятий, вызванные применением требований современных международных стандартов ISO по охране здоровья работников и профессиональной безопасности.

Ключевые слова: международный стандарт, предприятие, требование, охрана здоровья, персонал, риск.

Современные условия функционирования предприятий всех отраслей вынуждают руководящее звено разрабатывать и внедрять модели систем менеджмента. Международные стандарты в области охраны труда [1], охраны окружающей среды пропагандируют применение нового риск-ориентированного подхода к любому процессу. В данной статье рассматриваются особенности применения такого риск-ориентированного подхода и модель системы менеджмента качества с точки зрения стандарта ISO45001:2018 «Системы менеджмента охраны здоровья и безопасности труда. Требования и рекомендации по применению».

Предприятие или организация рассматривается стандартами ISO как система, имеющая свою специфическую структуру, взаимосвязи, ресурсы, цель, факторы успеха и риски. Циклические особенности функционирования такой модели представлены на рисунке 1. Это, так называемый цикл «Plan-Do-Check-Act» или PDCA.

Концепция PDCA заключается в повторяющемся процессе, применяемом организацией для достижения постоянного улучшения. Она может применяться к системе менеджмента в целом и к каждому отдельному элементу следующим образом:

Plan: выявить и оценить риски и возможности в определенной области, а также иные риски и возможности, разработать цели и процессы, необходимые для получения результатов в соответствии с заявленной политикой;

Do: выполнить процессы, как запланировано;

Check: вести мониторинг и измерять результаты операций и процессов с учетом политики и целей, а также сообщать о результатах;

Act: предпринимать действия для постоянного улучшения показателей, чтобы достичь ожидаемых результатов.

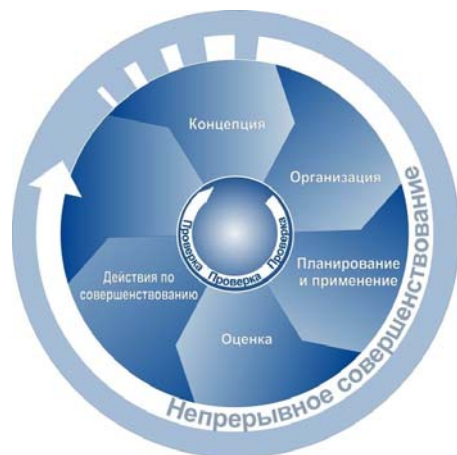


Рисунок 1. Модель функционирования предприятия

Стоит отдельно рассмотреть понятие «риск» в данной системе, под которым подразумевается комбинация вероятности возникновения опасной производственной ситуации или воздействий и серьезности травмы или ущерба для здоровья, которые могут быть вызваны этой ситуацией или воздействием [1].

Несмотря на то, что в соответствии с Типовым положением о системе управления охраной труда [2], данная система включает оценку риска, а, следовательно, стандарты и локальные документы предприятий и организаций должны эту процедуру закреплять, многие предприятия только начинают работу в этой сфере после предписаний инспекции по труду.

Оценка рисков в области охраны труда требует массового обучения всего персонала, а не только отдельных специалистов рабочей группы, отвечающих за разработку положения или стандарта по оценке профессиональных рисков. Рынок образовательных услуг активно предлагает не только соответствующие курсы, но и разработку самих таких локальных документов.

Однако, в отличие от оценки условий труда и выявления опасных и вредных производственных факторов на рабочих местах, по оценке профессиональных рисков единой методики нет, хотя такие планы у Правительства РФ есть [3]. Тем не менее, это оставляет огромное поле деятельности для так называемых «экспертов» по оценке риска.

Применяемые на сегодняшний день подходы к оценке профессионального риска исходят, главным образом, из определения понятия «риск». Чаще всего это матричный метод, который учитывает вероятность наступления неблагоприятного события и тяжесть последствия для человека от

его наступления. Иногда риск рассчитывают по формуле, где фигурируют 3 множителя: частота события, его вероятность и тяжесть последствий.

Вне зависимости от сложности оценки риска, которую выбирает для себя предприятие или организация, весь персонал должен быть вовлечен в процедуру оценки, а работодатель и управленцы активно пропагандировать риск-ориентированный подход к любой деятельности. Это требует колоссальной переориентации и налаживания новых взаимосвязей внутри коллектива. Поэтому, чаще всего, оценка профессиональных рисков все же проводится формально. А при работе с подрядными организациями теряет свой смысл иногда и вовсе.

Как бы не была отлажена работа отдела охраны труда, современные стандарты требуют постоянного улучшения показателей деятельности – так называемое «непрерывное совершенствование». Мероприятия по совершенствованию системы управления охраной труда должны учитывать: цели в области охраны труда; результаты специальной оценки условий труда и оценки рисков; результаты мониторинга и контроля исполнения предписаний; результаты расследования несчастных случаев, ухудшения здоровья работников, в том числе профессионально обусловленных заболеваний; основные показатели (коэффициенты) результативности системы управления охраной труда; предложения от персонала по улучшению условий труда и повышению уровня безопасности на предприятии; изменения в подзаконных нормативных актах и локальных документах; результаты последних исследований в области охраны труда и оценки риска, о связи воздействия факторов труда и неблагоприятных эффектах для здоровья работников, сочетанном воздействии факторов и эффектах потенцирования.

Список литературы

1. ISO45001:2018 «Системы менеджмента охраны здоровья и безопасности труда. Требования и рекомендации по применению».
2. Приказ Минтруда России от 19.08.2016 № 438н «Об утверждении Типового положения о системе управления охраной труда».
3. Распоряжение Правительства РФ от 26.04.2019 № 833-р «Об утверждении комплекса мер по стимулированию работодателей и работников к улучшению условий труда и сохранению здоровья работников, а также по мотивированию граждан к ведению здорового образа жизни».

Klimova Irina Viktorovna, associate Professor of the Department of industrial safety and environmental protection, Institute of geology, oil and gas production and pipeline transport Ukhla State Technical University, Russia

Kein Olga Pavlovna, associate Professor of the Department of life safety, Institute of mechanics and energy

ACTIVITY OF ENTERPRISES AS A SOCIO-ECONOMIC SYSTEM WITH REGARD TO THE MODERN REQUIREMENTS OF INTERNATIONAL STANDARDS

Abstract. This article describes the features and problems of industrial enterprises, caused by the application of the requirements of modern international ISO standards for the protection of workers' health and professional safety.

Keywords: international standard, enterprise, requirement, health protection, personnel, risk.

УДК 339

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ
РАЗВИТИЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ
У СТУДЕНТОВ – ЭКОНОМИСТОВ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ
ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА**

*Козина Екатерина Владимировна, студентка
ekaterina10@me.com*

*Ситкевич Александра Владимировна, студентка,
Юго-Западный государственный университет, Россия
user63ton@gmail.com*

Данная статья посвящена вопросу формирования социокультурной компетенции у студентов – экономистов в процессе изучения иностранного языка. Социокультурная компетенция формируется путем эффективного внедрения новых информационных технологий и более эффективного использования старых приемов в учебном процессе. Применение мультимедийных технологий создает мотивационную основу для изучения иностранного языка.

Ключевые слова: мультимедийные технологии, социокультурная компетенция, компоненты социокультурной компетенции, межкультурная коммуникация.

В настоящее время по мере эволюции международных отношений происходит активное взаимодействие между государствами, странами и народами. В связи с расширением социальных, профессиональных и личностных связей в современном мире востребована личность, обладающая практическими умениями взаимодействовать с представителями других культур и языков, участвовать в межкультурном общении, возрастает значимость иностранного языка как языка делового общения. Важным умением студентов – экономистов, обучающихся в вузах становится способность свободно ориентироваться в иноязычной среде, в том числе в виртуальной реальности.

Известно, что целью обучения иностранному языку является формирование коммуникативной компетенции, включающей в себя как языковую, так и социокультурную компетенцию, ибо без знания социокультурного фона нельзя сформировать коммуникативную компетенцию даже в ограниченных пределах.

Изучение иностранного языка призвано сформировать личность, способную и желающую участвовать в межкультурной коммуникации. Но такую личность невозможно формировать без знаний о социокультурных особенностях страны изучаемого языка.

Профессиональная подготовка студентов развивающихся экономических вузов в дисциплинарной области "Иностранный язык" имеет много ценных традиций. В соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования для экономических

специальностей по дисциплине "Иностранный язык" в числе одного из требований к обязательному минимуму содержания образования по иностранному языку выступает владение будущими экономистами понятиями об основных особенностях обиходно — литературного, официально — делового, научного стилей иноязычной речи, а также знаниями о культуре и традициях стран изучаемого языка.

Безусловно, понимание значимости социокультурного контекста обучения и изучения иностранного языка позволяет по-новому определять цели и содержание учебного процесса в неязыковом вузе.

Высшей степенью овладения иностранным языком считается сформированность коммуникативной компетенции, неотъемлемой частью является социокультурная компетенция.

Социокультурная компетенция - увеличение объема знаний о социокультурной специфике стран изучаемого языка, совершенствование умений строить свое речевое и неречевое поведение адекватно этой специфике, формирование умений выделять общие и специфическое в культуре родной страны и страны изучаемого языка.

Преподавание иностранных языков в рамках социокультурного подхода предполагает модель обучения, при которой овладение знаниями об образе жизни, особенностях национального менталитета и духовных ценностях народов мира способствует и повышению интереса к языкам.

Определению социокультурной компетенции уделялось значительное место в исследованиях таких известных ученых, как В.В. Сафонова, П.В. Сысоев, С.Г. Тер-Минасова и др.

Отсутствие навыков социокультурной компетенции значительно осложняет коммуникацию. Исследователи правомерно отмечают, что несформированность социокультурной компетенции негативно влияет на процесс коммуникации, следствием чего являются ошибки в Электронный архив УГЛУ 6 приеме и передаче информации, нарушение процесса коммуникации в целом, так как «языки должны изучаться в неразрывном единстве с миром и культурой народов, говорящих на этих языках»

Сегодня развитие социокультурной компетенции студентов в процессе обучения иностранным языкам является центральным звеном их подготовки к межкультурному общению.

Можно выделить следующие компоненты:

- лингвострановедческий – лексические единицы с социокультурной семантикой и умение их применять в ситуациях межкультурного общения (например, приветствие, обращение, прощание в устной и письменной речи, резюме, светская беседа, деловое письмо);
- социолингвистический
- языковые особенности социальных слоёв, представителей разных поколений, полов, общественных групп, диалектов (фоновые знания, реалии, предметные знания);
- социально-психологический

– владение социально и культурно обусловленными сценариями, национально-специфическими моделями поведения с использованием коммуникативной техники, принятой в данной культуре;

- культурологический – социокультурный, историко-культурный, этнокультурный фон (знание традиций, обычаев народа изучаемого языка).

Данные компоненты в своем единстве помогают осуществлять ценностно-ориентированное изучение культурной самобытности различных народов и их вклада в развитие мировой культуры.

Самым эффективным средством развития социокультурной компетенции является пребывание в стране изучаемого языка, погружение в саму атмосферу культуры, традиций, обычаев и социальных норм страны. Ввиду того, что обучающиеся не имеют такой возможности, необходим поиск эффективных путей и способов развития социокультурной компетенции вне языковой среды. Необходимо моделировать языковую среду всеми доступными средствами, включая активные методы обучения, связанные с внедрением новых информационных технологий и более эффективного использования старых приемов, в том числе и при работе с аудио- и видеоматериалами, а также приемов драматизации и т.д.

Использование современных мультимедийных технологий играет всё возрастающую роль в повседневной и профессиональной жизни современного специалиста. Вне всяких сомнений, погружение в виртуальное пространство – очень эффективное средство развития социокультурной компетенции студентов. Этим виртуальным пространством является аутентичная виртуальная интерактивная языковая среда и мощный инструмент приобретения знаний – Интернет. Изучение иностранного языка – это всегда больше, чем просто освоение лексических единиц и грамматических норм и правил, это всегда вторжение в иное культурное измерение и приобщение к «чужой» картине мира. Восприятие элементов чужой культуры происходит интенсивнее, когда наблюдается процесс сознательного сравнения изучаемого и родного языков.

Список литературы

1. Чичерина Ю.В. Когнитивный аспект формирования межкультурной компетенции // Коммуникативно-когнитивный подход в реализации целей обучения иностранным языкам в школе и вузе: межвуз. сб. науч. ст. Н. Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2010.
2. Сысоев П.В. Концепция языкового поликультурного образования: монография. М.: Еврошкола, 2003.
3. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация; 2-е изд., дораб. М.: Изд-во МГУ, 2004.

БЮДЖЕТНАЯ СИСТЕМА КАНАДЫ

Козулёва Дарья Владимировна

Россия, г. Ульяновск УлГТУ

d.kozuleva@mail.ru

Данная статья посвящена рассмотрению финансовой политики. В ней подробно изучены понятие и составляющие финансовой политики. А также проведен сравнительный анализ финансовой политики России и Канады.

Канада – одна из самых крупных в территориальном отношении стран мира, и в тоже время это одна из наиболее развитых, стабильных и безопасных стран планеты.

Канада — это федеративное государство включает в себя тринадцать субъектов - десять провинций и три территории, и бюджетная система Канады может рассматриваться в двух направлениях, поскольку и субъекты федерации явно подразделяются на два типа. Такому делению есть объяснения. Во-первых, это состав коренных народов. Во-вторых, структура субъектов федерации достаточно мобильна.

Бюджетная система Канады охватывает пять тысяч местных муниципальных образований. Это графства, сельские поселения и города (муниципалитеты). Нужно отметить, что более децентрализованной федерации в мире нет. В этой стране отношения между обществом и государством очень хорошо сбалансированы, при этом региональные образования имеют высочайший уровень автономии. Нельзя говорить об абсолютном равенстве [3, с. 183].

Бюджетная система Канады и всё построение финансовых отношений характеризуется более всего тем, что роль регионов в ведении дел необычайно высока. Субъекты федерации пользуются увеличенной долей в ВВП (с учётом местного звена) сравнительно с тем, что имеет федерация, а также снижается общая доля в расходах государства в ВВП [1, с. 221].

Консолидированный бюджет (свод его на всех уровнях) повышает долю местного и субфедерального уровня. Центр и регионы Разделением полномочий между регионами и федерацией канадцы обязаны своей Конституции. В этом документе значит, что самые широкие полномочия по расходам предоставляются администрациям провинций.

Бюджетная система Канады предусматривает распределение на местах расходов и на здравоохранение, и на образование, и на общественные услуги, на судебные органы и муниципальные организации, а также на многие другие нужды местных властей и провинций. Однако Конституцией не определяется, как именно нужно пользоваться всеми этими полномочиями, а потому в каждой провинции разрабатываются свои собственные законы. Экономика Канады отличается высоким ростом всех показателей по сравнению с другими странами, считающимися развитыми [4, с. 117].

Все основополагающие реформы были проведены в девяностые годы двадцатого века, и область государственного регулирования в канадской экономике значительно сузилась, особо это коснулось сферы финансов. Приватизация была более чем масштабной: все отрасли промышленности Канады, все крупные предприятия - обрабатывающая, нефтегазовая промышленность, железнодорожный и воздушный транспорт, связь - были проданы частным инвесторам. Субсидии резко сократились, по большей части они вообще были отменены. В сильно урезанном количестве они сохранились только в сельском хозяйстве. Весь транспорт без исключения субсидий лишился. Территории и провинции получали трансферты в существенно сокращённом виде. Задача правительства второй половины девяностых годов была единственная - оздоровить экономику. Для этой цели государственные расходы были кардинально сокращены при сохранившихся ставках налогов [2, с. 214].

Теперь бюджетно-налоговая политика Канады приняла совершенно другой вид. Централизованные финансы включили в себя формируемый и исполняемый правительством федеральный бюджет, бюджеты территорий и провинций, местные бюджеты. Кроме того, у правительства остались внебюджетные фонды, а также муниципальный и государственный кредиты. А финансы организаций и предприятий остались децентрализованными. Таким же образом разделились и полномочия. Федеральное правительство занимается вопросами военной стратегии и обороны, регулирует правопорядок, управляет государственным долгом и государственной собственностью. Также оно формирует банковскую и денежно-кредитную систему, выстраивает коммерческие и торговые отношения. Состоит федеральный бюджет в основном из постоянно поступающих налогов, а это девяносто процентов всех поступлений [5, с. 168].

Таким образом, бюджетная политика Канады определяется Правительством. Она оказывает влияние на экономику страны при помощи субсидий и пособий, которые предоставляются Правительством. Также бюджетная политика устанавливает ставки налогов (подходного, акцизного, налога с оборота) и других видов доходов Правительства Канады.

Список литературы

1. Афанасьев, М. П. Бюджет и бюджетная система: учеб. для вузов / М. П. Афанасьев, А. А. Беленчук, И. В. Кривоногов. – М. : Юрайт, 2016. - 324 с.
2. Вовченко Н.Г., Кочмола К.В. Финансовые системы зарубежных государств. – М.: Мини Тайп Ростов, 2015. - 592 с.
3. Конституции зарубежных стран: сборник/ Сост. В. Н. Дубровин. – М.: ООО Изд-во Юрлитинформ, 2015. - 448 с.
4. Финансово-кредитные системы зарубежных стран/ Учебн.пособие под ред.В.В. Рудный.- М.: Вузовский учебник, 2012. - 450с.
5. Финансы зарубежных государств. Учебное пособие /Н.Т. Сартанова. - Костанай: КГУ им. А.Байтурсынова, 2017. - 172 с.
6. Шитов, В.Н. Опыт прежних реформ – залог будущих успехов. / Проблемы инновационного развития экономических систем. – Ульяновск: УлГТУ, 2010. – С. 123-126.

ОЦЕНКА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ МИНЕРАЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ КАНАДЫ

Колесникова Екатерина Владимировна, студент,

Шинкарёва Ольга Игоревна, студент,

Юго-Западный государственный университет, г.Курск, Россия

В статье исследована обеспеченность минеральными ресурсами Канады. Основным выводом исследования стало то, что Канада является достаточно богатой страной на природные ресурсы. Основу энергетической безопасности Канады составляют запасы нефти, газа, угля. Значительные месторождения металлургического сырья определяют место страны в мировой металлургии. Большие запасы благородных металлов способствуют экономической стабильности государства.

Ключевые слова: Канада, ресурсный потенциал, минеральные ресурсы, топливно-энергетические ресурсы, металлургическое сырье, добыча, запасы.

Процесс экономического развития в настоящее время характеризуется постоянно возрастающим уровнем потребления природных ресурсов. Минерально-сырьевые ресурсы являются достоянием страны на территории которой они размещены.

Канада является территориально одной из самых больших стран мира. Канада расположена на севере Северо-Американского континента. Климат и природа схожи с Россией и странами Северной Европы [2, с. 216].

Общий объём запасов нефти Канады на 2017 год составляет 168,9 млрд. баррелей. Добыча нефти на 2016 год – 4470 млн. баррелей, а в 2017 год – 4831 млн. баррелей. Таким образом, отклонение 2017 года от 2016 года составляет 361 млн. баррелей, а темп роста 2017 года к 2016 году равен 108,1% [1, с. 59].

Общий объём запасов газа на 2017 год составляет 1,9 трлн. куб. м. Добыча газа в 2016 году составила 171,6 млрд. куб. м, а на 2017 год – 176, 3 млрд. куб. м. Отклонение 2017 года от 2016 года составляет 4,7 млрд. куб. м, темп роста 2017 года к 2016 году равен 102,7%.

Общий объём запасов угля на 2017 год равен 6582 млн. т. Добыча угля на 2016 год составила 31,8 млн. т, а на 2017 год – 31,1 млн. т, таким образом, отклонение 2017 года к 2016 году составило -0,7, а темп роста 2017 года к 2016 году равен 97,8%.

Общий объём запасов железной руды Канады на 2017 год составляет 6000 млрд. т. Добыча железной руды на 2016 год и 2017 год равна 47 млрд. т. Объём добычи в 2016-2017 гг. неизменен.

Добыча молибденового сырья на 2016 год составляет 2,710 млн. т, а на 2017 год – 3,000 млн. т, таким образом отклонение 2017 года от 2016 года составило 0,29 млн. т, а темп роста – 110,7%.

Запасы цинковой руды на 2017 год составили 5,400 млн. т. Добыча на 2016 год равна 322 млн. т, а на 2017 год – 340 млн. т. Рост добычи за указанный период составил 18 млн. т или 5,6%.

Объём запасов медной руды Канады равен 11,000 млн. т. Добыча на 2016 год равна – 708 млн. т, а на 2017 год – 620 млн. т, таким образом, объём добычи снизился на 88 млн. т, а темп роста составил 87,6%.

Запасы никелевых руд на 2017 год равны 2,700,000 млн. т. Добыча на 2016 год равна 236,000 млн. т, а на 2017 год – 210,000 млн. т, таким образом произошло снижение добычи в 2016-2017 годах на 26 млн. т, а темп роста составил 89%.

Добыча висмута за 2016-2017 гг. составила 25 тыс. т. Общий объём запасов кобальта равен 250,000 тыс. т. Добыча на 2016 год равна 4,250 тыс. т, на 2017 год – 4,300 тыс. т, таким образом отклонение 2017 года от 2016 года составило 50 тыс. т, темп роста равен 101,2%.

Добыча бокситов в 2016-2017 гг. составила 1,570 млрд. т, отклонение 2017 года от 2016 года равно 0, а тем роста – 100%.

Общий объём запасов титановых руд Канады составляет 31,000 млн. т. Добыча на 2016 год равна 595 млн. т, а на 2017 год – 475 млн. т, отклонение 2017 года от 2016 года составляет -120 млн. т, темп роста – 79,8%.

Запасы золота Канады на 2017 год составляют 2,200 т. Добыча на 2016 год составила 165 т, а на 2017 год – 180 т, отклонение 2017 года от 2016 года – 20 т, а темп роста – 112,5% [4, с. 187].

Объём запасов серебра Канады на 2017 год равен 6,000 т. Добыча на 2016 год равна 176 т, а на 2017 год – 150 т, таким образом отклонение 2017 года от 2016 года составило -26 т, темп роста – 85,2%.

Примерные запасы платины на 2017 год составили 310,000 т. Добыча на 2016 год равна 12,600 т, а на 2017 год – 12,000 т, таким образом отклонение 2017 года от 2016 года -600 т, а темп роста – 95,2%.

Общий объём запасов ниобия на 2017 год равен 200,000 т. Добыча ниобия на 2016 год равна 6,100 т, а на 2017 год – 6,000 т, таким образом отклонение 2017 года от 2016 года -100 т, а темп роста равен 98,4% [3, с. 129].

Проведённый анализ позволил определить, что Канада является достаточно богатой страной со значительными запасами минеральных ресурсов. Канада имеет запасы топливно-энергетических ресурсов – нефти, природного газа и угля, металлорудного сырья – железа, меди, никеля, алюминия, цинка, молибдена и др., а также благородных металлов – золота, серебра, платины. Кроме рассмотренных ресурсов, Канада обладает запасами урана и месторождениями алмазов.

Высокая обеспеченность Канады минеральными ресурсами формируют её энергетическую и экономическую безопасность, а как следствие национальный суверенитет [5, с. 184].

1. Головин, А.А. Топливо-энергетический потенциал мирового хозяйства / А.А. Головин, В.Н. Харланова // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2018. – №2. – С. 59-64.
2. Головин, А.А. Комплексная оценка условий внешней торговли стран БРИКС / А.А. Головин, А.А. Головин, М.А. Пархомчук // Theoretical & Applied Science. – 2017. – №9 (53). – С. 216-220.
3. Головин, А.А. Теоретическое обоснование формирования экономической самодостаточности России / А.А. Головин // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 11-1. – С. 127-132.
4. Головин, А.А. Оценка состояния экспортной диверсификации Российской Федерации / А.А. Головин, А.А. Головин // Мировая экономика и социум: современные тенденции и перспективы развития: сб. ст. – М: ИД Университетская книга. – 2016. – С. 185-189.
5. Головин, А.А. Современное состояние внешней торговли технологиями России / А.А. Головин, С.А. Старых // Мировая экономика и социум: современные тенденции и перспективы развития: сб. ст. – М: ИД Университетская книга. – 2016. – С. 180-185.
6. Мотивация и организационное поведение персонала организации/ Головин А.А., Пархомчук М.А., Дорошенко Д.И./ Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2010. № 1. С. 11-14.
7. Специфика функционирования промышленных предприятий региона и угрозы их экономической безопасности/ Головин А.А., Пархомчук М.А., Головин А.А.// Известия Юго-Западного государственного университета. 2017. № 4 (73). С. 109-117.
8. Формирование стратегии управления человеческими ресурсами в регионе/ Пархомчук М.А.// Известия Юго-Западного государственного университета. 2011. № 6-1. С. 72.
9. Социальные аспекты работы с человеческими ресурсами/ Пархомчук М.А.// Известия Юго-Западного государственного университета. 2012. № 2-2. С. 72.
10. Социальная ответственность бизнеса/ Головин А.А., Пархомчук М.А., Андросов Д.В., Чжан-Сен А.Ю.// Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2010. № 1. С. 30-33.
11. Стратегия управления человеческими ресурсами организации/ Пархомчук М.А.// Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2010. № 3. С. 13-17.
12. Оценка состояния экспортной диверсификации Российской Федерации/ Головин А.А., Головин А.А.// В сборнике: Мировая экономика и социум: современные тенденции и перспективы развития сборник научных статей. 2016. С. 185-189.
13. Studying transactions of economic agents in the situation of insolvency (neo-institutional approach): the cases of france and russia/ Parkhomchuk M., Tsukanova N., Golovin A.// Экономический часопис-XXI. 2017. № 7-8 (166). С. 67-71.
14. Теоретическое обоснование формирования экономической самодостаточности России/ Головин А.А.// Фундаментальные исследования. 2015. № 11-1. С. 127-132.
15. Комплексная оценка условий внешней торговли стран БРИКС/ Головин А.А., Головин А.А., Пархомчук М.А.// Theoretical & Applied Science. 2017. № 9 (53). С. 216-220.
16. Эффективность внедрения управленческих нововведений/ Солошенко Р.В., Головин А.А., Курасова И.И.// Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2012. № 4. С. 19-22.
17. Специфика функционирования промышленных предприятий региона и угрозы их экономической безопасности/ Головин А.А., Пархомчук М.А., Головин А.А.// Известия Юго-Западного государственного университета. 2017. № 4 (73). С. 109-117.

18. Проблемы обеспечения сырьём хлебопекарных предприятий региона/ Корзун Л.Н., Головин А.А., Пархомчук М.А.// Вестник ОрелГИЭТ. 2014. № 2 (28). С. 135-138.
19. Совершенствование подготовки конкурентоспособных кадров управления/ Головин А.А., Пархомчук М.А., Андросов Д.В.// Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2012. № 4. С. 4-6.
20. Социальный механизм региональной налоговой политики: экономико-социологический подход/ Рязанцев И.П., Головин А.А.// Известия Юго-Западного государственного университета. 2012. № 3-2 (42). С. 190-197.
21. Особенности рисков при использовании системы управления по целям на предприятии/ Головин А.А.// Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2011. № 2. С. 125-127.
22. Мировая экономика и международные экономические отношения/ Рогов Р.А., Лаптев Р.А., Головин А.А.// Курск, 2019.
23. Эффективность использования земельных ресурсов региона/ Солошенко Р.В., Головин А.А., Ковынев Л.Б.// Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2011. № 2. С. 13-16.
24. Комплексная оценка условий внешней торговли стран БРИКС/ Головин А.А., Головин А.А., Пархомчук М.А.// Theoretical & Applied Science. 2017. № 9 (53). С. 216-220.
25. Специфика функционирования промышленных предприятий региона и угрозы их экономической безопасности/ Головин А.А., Пархомчук М.А., Головин А.А.// Известия Юго-Западного государственного университета. 2017. № 4 (73). С. 109-117.
26. Оценка структуры сельскохозяйственного производства региона/ Солошенко Р.В., Головин А.А., Головин А.А.// Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2011. № 6. С. 42-45.
27. Формирование устойчивой среды функционирования малых форм хозяйствования в АПК на основе развития договорных отношений/ Головин А.А.// Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2016. № 7. С. 27-31.

KOLESNIKOVA EKATERINA VLADIMIROVNA, student,

Russia, Kursk, Southwest state University

SHINKARYOVA OLGA IGOREVNA, student,

Russia, Kursk, Southwest state University

ASSESSMENT OF SECURITY BY CANADA MINERAL RESOURCES

The article explores the provision of mineral resources in Canada. The main conclusion of the study was that Canada is a fairly rich country in natural resources. The basis of Canada's energy security is oil, gas and coal. Significant deposits of metal raw materials determine the country's place in the world metallurgy. Large stocks of precious metals contribute to the economic stability of the state.

Key words: Canada, resource potential, mineral resources, fuel and energy resources, metal ore raw materials, mining, reserves.

МЕСТО И РОЛЬ КРЕДИТНОГО БРОКЕРА В ФИНАНСОВЫХ УСЛУГАХ СОВРЕМЕННОСТИ

Кольцын Никита Валерьевич, студент

(e-mail: 66profil@gmail.com)

Шадурская Мария Михайловна, к.э.н.к, доцент.

Уральский федеральный университет

им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, Екатеринбург, Россия

(e-mail: mshdom@yandex.ru)

В статье авторы оценивают место и роль кредитного брокера в кредитных услугах современности, рассматривают основные виды кредитных операций, и ранжирование кредитных брокеров по видам кредитов. Сравниваются положительные и отрицательные моменты деятельности кредитного брокера. Научная новизна статьи заключается в классификации кредитных брокеров по специализации по видам кредитных продуктов, введение новых терминов.

Ключевые слова: Кредитование, Кредитный брокер, Кредиты для бизнеса, Информационный Банк.

В настоящей работе исследуется Российский рынок кредитования, его субъекты, кредитные продукты и особенности взаимоотношений. На данном рынке представлено более 100 действующих и активно кредитующих Банков (в каждом из которых представлено более десяти различных программ), несколько десятков лизинговых, факторинговых компаний и сотни микрофинансовых компаний и частных инвесторов – с одной стороны. С другой стороны – тысячи юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, и миллионы физических лиц, являющихся Клиентами кредитных учреждений.

Отношения между кредитором и заемщиком не ограничиваются условиями спроса и предложения, а усложняются рекламой и маркетингом, нацеленными на привлечение клиентов в определенный банк, личными убеждениями и отношением клиентов, традиционным сотрудничеством, человеческим фактором, влиянием средств массовой информации и множеством других показателей. Заемщики выбирают Банк не всегда рационально, руководствуясь эмоциональным решением, рекламой или советом друзей, даже близостью офиса Банка от дома или работы.

Если проанализировать рейтинг Банков России по количеству заемщиков на 2018 год, то окажется, что наибольшее число клиентов имеют банки ПАО Сбербанк, Банк ВТБ, Альфа Банк. Причем, данный рейтинг не всегда является истинным отражением выгодности кредитных продуктов для клиентов в сравнении с менее популярными банками. Например, по кредитной ставке более привлекательны - Банк МСП, Банк Россия. Некоторые банки более лояльны к клиенту при принятии решения о выдаче кредита. Наличие сети банкоматов, дающих возможность вносить очередные

платежи по кредиту, тоже является важным критерием выбора банка для получения кредита. Сравнивая сеть банкоматов, например, в г. Камышлов и г. Богданович Свердловской области есть банкоматы банков СКБ и УБРИР, но нет банкоматов такого крупного Банка как Альфа Банк.

Клиенты размещают вклады и используют кредитные программы в ТОП Банках не всегда ориентируясь на выгодные предложения, потребители выбирают ТОП-овые Банки за надежность, учитывая рекомендации друзей, знакомых или даже за счет эмпатии к председателю правления банка. Есть так же примеры крупных юридических лиц, годами обсуживающихся в одном банке и не анализирующих другие более выгодные кредитные предложения.

Данная ситуация находит отражение в работах Даниела Канемана, лауреата Нобелевской премии по экономике “за применение психологической методики в экономической науке, в особенности при исследовании формирования суждений и принятия решений в условиях неопределенности” 2002 год. Канеман исследует, почему Клиенты совершают иногда иррациональные поступки и принимают неверные финансовые решения. Вот один из примеров: “Хорошее настроение - это сигнал, что в целом все идет хорошо, окружающая обстановка безопасна, можно ослабить оборону” - поэтому офисы Банков такие уютные и клиентоориентированные. Или, клиенты охотнее доверят свои сбережения человеку в деловом костюме, чем сотруднику в спортивной одежде, хотя нет прямой связи между внешним видом и уровнем успешности инвестиций. Канеман так же описывает связь “эффекта толпы” и “коллективного решения” — из двух соседних отделений Банков клиенты выберут для размещения срочного депозита тот, в котором будут другие посетители, а не Банк без посетителей.

Изменить сложившуюся ситуацию на рынке и использовать ресурсы более эффективно (размещать денежные средства под больший процент, а кредиты привлекать под меньший) возможно с помощью института Кредитного брокера.

Кредитный брокер (КБ) является профессиональным участником рынка кредитования, основная задача деятельности которого — обеспечить привлечение финансирования для Клиента на заранее согласованных условиях. По уровню знаний и компетенций в кредитовании кредитный брокер превосходит профильного банковского сотрудника, т.к. разбирается и в особенностях кредитных программ сразу нескольких кредитных организаций, разбирается в финансовом учете, аналитике, бухгалтерии. Ипотечный брокер совмещает в себе риелтора и специалиста по ипотечным программам сразу нескольких банков.

Клиентами для кредитного брокера являются физические и юридические лица с потребностью в финансировании.

Партнерами или “поставщиками” услуг для кредитного брокера являются все финансовые учреждения, от частных инвесторов и МФО до феде-

ральных банков и фондов поддержки (Фонд Развития Промышленности, Свердловский Областной Фонд Поддержки Предпринимательства и др.).

Деятельность КБ в отношении Клиента регламентируется Договором возмездного оказания услуг, в рамках которого обозначаются условия интересующего кредита (Сумма, срок, ставка, обеспечение и т.д.). После подписания договора, Клиент предоставляет необходимые документы и информацию для начала процесса взаимодействия с Кредитными организациями. В приложении к Договору есть так же форма доверенности на представление интересов Клиента, подтверждающая законность и правомерность КБ вести переговоры с Банком от лица Клиента. [10]

Определив подходящие кредитные учреждения, Брокер формирует заявку на кредит и предоставляет все необходимые документы для рассмотрения сделки. Результатом работы является положительное решение о предоставлении финансирования.

В отношении работы с кредитными учреждениями Брокер заключает Агентский договор или Договор возмездного оказания услуг как Индивидуальный предприниматель или директор ООО, проходит проверку и аккредитацию, некоторые банки назначают тестирование на проверку компетенций.

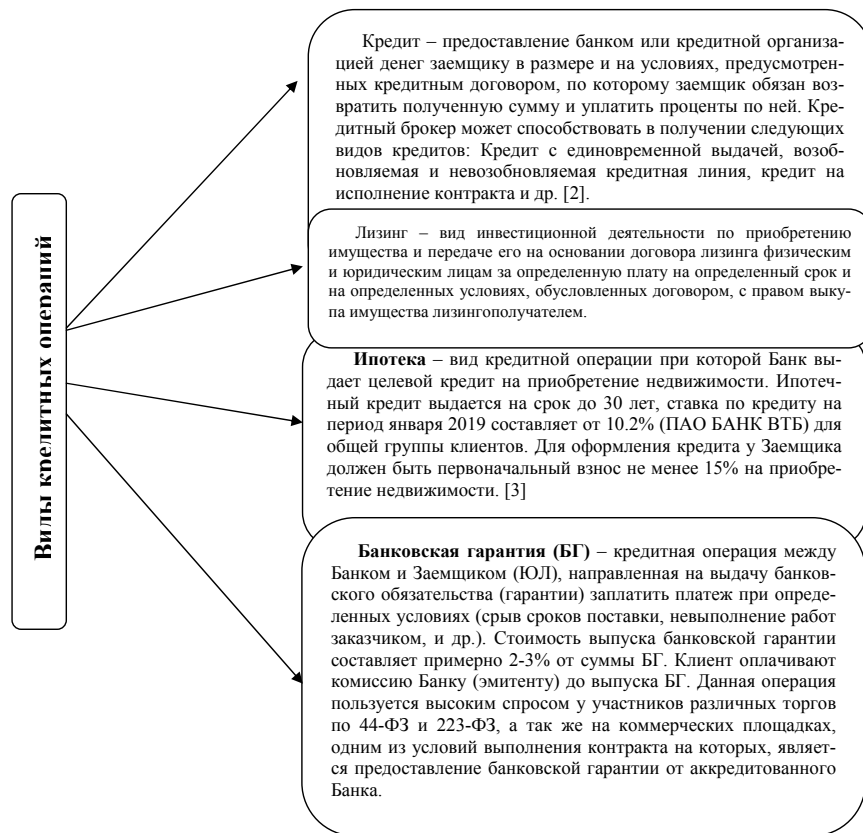
При заключении агентского договора Банки и кредитные учреждения выплачивают агентское вознаграждение в размере от 0.5% до 3% от суммы выданного кредита. Экономическое обоснование выплаты вознаграждения исходит из того, что при привлечении Клиентов через кредитного брокера, Банк экономит денежные ресурсы на рекламу, привлечение кредита и обработку кредитной заявки. [8]

В январе 2019 года в г. Екатеринбурге зарегистрировано около 15 организаций Кредитных брокеров, из которых официально представлены только 3 (имеют офис, юридическое лицо или ИП, сайт, аккредитацию и сертификаты Банков партнеров). Среди них компания “Финансовые Решения” специализируется на кредитовании ЮЛ, Аналитическая группа “Алгоритм” — на кредитовании собственников бизнеса и ипотеке, а также компания “Финансовые Партнеры”, работающая как ипотечный кредитный брокер.

Кредитный брокер занимается сопровождением кредитных операций между потенциальным заемщиком и кредитующей организацией.

Основные виды кредитных операций, осуществляемых кредитным брокером, обобщены в схеме представленной ниже:

Схема №1, составлено автором. Источник: О.И. Лаврушин Учебное пособие “Деньги, кредит, Банки”



В современных кредитных отношениях Кредитный брокер выступает как профессиональный участник рынка, который для Заемщика подбирает финансовые продукты по наиболее выгодным условиям, а для Банка обеспечивает привлечение новых качественных клиентов и рост кредитного портфеля.

Из приведенных выше видов кредитных операций вытекает ранжирование кредитных брокеров по видам деятельности. Классификация кредитных брокеров условна и приведена в таблице ниже.

Ниже приведена систематизация основных типов кредитных брокеров и особенностей предоставляемых услуг.

Таблица №1. Типы и особенности работы компаний кредитный брокеров по г. Екатеринбург на 2019 г.

Тип кредитного брокера	Категория клиентов	Средняя сумма кредита (руб.)	Вознаграждение КБ (%) от суммы кредита	Кредитный продукт	% от общего числа КБ (от 100%)	Преимущество работы через КБ
КБ по ипотеке	ФЛ	3 000 000	1-2%	Ипотека	30%	Преференции от Банков партнеров по скидке на ставку до 1%. Подает сразу несколько заявок в разные Банки. Не нужно ходить в банк. КБ помогает собрать документы и заполнить анкеты. Составляет ДКП на сделку. Скидка на услуги страховой компании и оценочной компании. Знает как получить кредит если клиенту отказали ранее (лояльные банки)
КБ по лизингу	ЮЛ	2 500 000	1%	Лизинг	10%	Знает где выгоднее всего оформить лизинг на определенный автомобиль. Знает где можно оформить лизинг на неликвидное или б/у оборудование и возвратный лизинг. Разбирается в льготных программах от производителя и МинПромТорга. Скидка от продавца, скидка на страховку. Помощь в сборе документов.
КБ по потреб. Кредитам	ФЛ	300 000	5%	Потребительский кредит, экспресс кредиты, кредитные карты	30%	Может подать одновременно несколько заявок в разные Банки без визита в Банк. Помогает правильно составить кредитную заявку. Помогает целевой аудитории с низкой фин. грамотностью.

КБ по ЮЛ	ЮЛ и ФЛ (директора)	10 000 000	3%	Кредиты для ЮЛ, овердрафты, инвестиционные и оборотные кредиты, ВКЛ и НВКЛ	10%	Ориентирован на долгосрочную работу с клиентом ЮЛ, включающую финансовый, налоговый и управленческий консалтинг. Помогает вообще получить кредит (когда нет залога, но есть такая программа в Банке, при отказах). Когда нужно перевести кредиты с ФЛ на ЮЛ. Рефинансирование дорожных кредитов, Составление БП и БДДС для инвестиционного кредита. Представительство клиента в Банке. Помощь в сборе и заполнении заявки на кредит
КБ по займам	ФЛ и ЮЛ	250 000	10%	Займ	10%	Может одновременно подать заявку в несколько МФО, чтобы клиент ехать уже на выдачу займа. Работают как аккредитованные партнеры ряда МФО, что позволяет подписывать кредитную документацию в офисе КБ и экономит время рассмотрения сделки. Помощь в фото и оценке залога (квартиры, машины). Юридическая проверка чистоты сделки (особенно при сделке через ДКП с частым инвестором). КБ может предложить более выгодный продукт клиенту – потребительский или залоговый кредит в Банке.
КБ по контрактам	ЮЛ	3 000 000	3%	Контрактное финансирование	5%	КБ знает какие банки дают контрактные кредиты под залог права требования выручки по

						контракту, т.е. без твердого залога в виде недвижимости или транспорта, оборудование и др. активов ЮЛ. Знают программу кредитования, типы контрактов – 44 и 223 ФЗ. Порядок работы с ком. контрактами,
КБ по залоговым кредитам	ФЛ и ЮЛ	2 500 000	4%	Кредит под залог недвижимости или транспорта	5%	Помогает привлечь сумму до 15 млн. под залог недвижимости, основные Банки партнеры – Совком, АТБ, Восточный, БЖФ. Банки так же платят вознаграждение в размере 1% от выданного кредита.

Составлено автором. Источник – исследование предложений компаний кредитных брокеров в январе 2019 г. Екатеринбург.

Кредитный брокер специализируется на определенных финансовых продуктах для обеспечения максимальной компетенции в этой сфере. Так, наиболее популярен кредитных брокеридж по ипотечным кредитным продуктам. Банки очень заинтересованы в увеличении кредитных портфелей по ипотеке. Лидеры рынка – ПАО Сбербанка и ПАО ВТБ создали специальные сервисы для партнеров, упрощающее процесс приема ипотечных заявок, такая заявка напрямую поступает на верификацию и андеррайтинг, уменьшая время рассмотрения заявки до 24 часов.

Банк АО Тинькофф так же работает на рынке ипотеки, являясь крупнейшим агрегатором и кредитным брокером по ипотечным заявкам, направляя их в Банки ПАО Восточный и ПАО Совкомбанк, которые платят максимальное вознаграждение из всех Банков, представленных на рынке ипотеки.

Для Клиента работа через Банк АО Тинькофф или через других подобных ипотечных КБ бесплатна, т.к. вознаграждение платит сам банк партнер, по этой причине взаимодействие с КБ по ипотеке выгодно для клиентов.

Еще одна часть КБ специализируется на лизинговых сделках – эти компании имеют договора с Лизинговыми компаниями, а также с продавцами объектов лизинга (транспорт, спецтехника, оборудование и т.д.) КБ может дать скидку на покупку имущества в лизинг а так же скидку по ставке и по страхованию, по этой причине Клиенты обращаются к Брокеру по лизингу. [12]

На рынке финансовых услуг особое место занимают брокеры по ЮЛ. Деятельность таких компаний предоставляет услуги финансового консалтинга и стратегического планирования финансовых моделей организации. Брокер знает где и в каком банке точно откажут по кредиту и куда не стоит зря собирать пакет документов. Брокеры по ЮЛ работают как аналог финансового директора компании на ограниченный период времени, цель их работы – привлечь финансирование на определенных условиях.

Одной из причин появления кредитных брокеров является различие целей двух кредитных отделов в любом банке – отдела привлечения клиентов и отдела аналитики. У отдела продаж задача – завести в Банк как можно большее число клиентов, т.е. собрать максимальное количество кредитных заявок. Задача аналитиков – сохранить деньги банка, или, как минимум, финансировать наименее рискованные проекты. На стыке этих двух отделов оказывается клиент, реклама банка и работа менеджеров по продажам уверяет клиента в кредитовании и финансировании на самых невероятных условиях, клиент тратит много трудовых ресурсов и времени, чтобы заполнить необходимые документы и предоставить о себе информацию, и в итоге получает кредит под повышенную ставку или отказ в кредитовании. Например, на рынке ипотеки есть 2 предложения: Ипотека под 8.5% от Сбербанка и ипотека под 9.5% от ПАО ТрансКапиталБанк, клиент выбирает обратиться в Банк со ставкой 8,5%, собирает документы для рассмотрения кредитной заявки, несколько раз посещает отделение банка, проходит все этапы рассмотрения и по итогу получает положительное решение по ставке 11%. Рост обоснован тем, что ставка 8,5% предлагается для “идеального” клиента, которому клиент из примера не соответствовал (официально проходит только часть зар. платы, имеются текущие кредитные обязательства, стаж на последнем месте работы менее 1 года, объект ипотеке на вторичном рынке – а не долевого строительства). Примечательно так же ситуация, что многие клиенты принимают такое решение Банка, т.к. потратили уже часть своего времени и сил, так же кредитный менеджер Банка активно продает им это решение за счет ограниченного срока действия положительного решения – 3 месяца и необходимостью заново собирать пакет документов для другого Банка. Если бы клиент изначально подал заявку в ПАО ТрансКапитал Банк, то с такими же вводными данными смог получить положительное решение по ставке 9,5%, либо если бы обратился к кредитному брокеру и подал сразу 3-4 заявки в разные Банки.

При такой структуре кредитный брокер обязан проводить постоянную аналитику состояния кредитного рынка, знать какие банки выдают кредиты и на каких условиях, а какие просто принимают заявки на кредит, но по причине отсутствия свободных ДС или жесткой политики Банка по отношению к определенным группам клиентов – не дают кредиты. По статистике Банки меняют ставки не менее 2х раз в год, а также вводят новые и закрывают текущие кредитные продукты. Кредитный брокер так же отслеживает данные изменения.

Если еще в 2000 – 2005 гг. Банки отказывались работать с какими-либо посредниками, и считали всех кредитных брокеров – “черными”. Действительно, в тот период через брокеров получали невозвратные кредиты, подделывали документы или выдавали кредиты “отказным” клиентам.

В настоящее время ситуация поменялась, Банки развернулись лицом к партнерам, заключаются агентские договоры, создают специальные сервисы для агентов, обучение и презентации, а так же платят вознаграждение за привлеченных клиентов. Изменились и сами кредитные брокеры – теперь это не один “мошенник”, а компания с формой ИП или ООО, с офисом, сотрудниками и прозрачной историей. В России создана Ассоциация кредитных брокеров, объединяющая около 1000 участников.

Таким образом, кредитный брокер является важным участником кредитного рынка. Его услуги направлены на привлечение более выгодных кредитов, оптимизации кредитной нагрузки клиентов и привлечении кредитов для нужд бизнеса.

Кредитный брокер работает только на результат, если кредит не выдан или финансирование не привлечено в компанию – брокер ничего не зарабатывает, поэтому клиентам так же выгодно сотрудничество с брокером.

Список литературы

1. Лаврушин О.И. Учебное пособие “Деньги, кредит, банки”, издательство “КноРус”, 2010 г.
2. Нечаев В.И., Михайлушкин П.В. Экономический словарь, Справочное издание. — Краснодар: Атри, 2011 г.
3. Балабанов И.Т. Банки и банковское дело, С-Пб: Питер, 2002 г.
4. Жуков Е.Ф. Банковское дело, Издательство: Юрайт Рейтинг 2015 г.
5. Костина Н.Н., Даниленко Н.И., Ивлев А.В. Кредитование малого бизнеса государственными и коммерческими банками: анализ и перспективы развития // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2016 №38 С. 20-33
6. Кредитование малого бизнеса на Урале: перспективы развития [Электронный ресурс] : [материалы конф., 6 сент. 2006, Екатеринбург] / Аналит. центр “Эксперт-Урал”.
7. В. А. Рубе, С. В. Баткина, Е. Н. Калинин. Малое предпринимательство: организация, экономика, управление : учеб. Пособие, НИЦ ИНФРА-М, 2014
8. Мерзлов В.М., Оптимизация процесса заключения договора между кредитным брокером и кредитной организацией. Журнал “Образование. Наука. Научные кадры”. Год 2018 № 2 С. 26-28
9. Маштакеева Д.К. Оптимизация бизнес-процессов кредитного брокера и кредитной организации. Вестник экономической безопасности №2. Год 2016. С. 285-288.
10. Хоменко Е.Г. Кредитный брокер – посредник между банком и заемщиком. Предпринимательское право. № 6 2013 С. 46-49.
11. Максуров А.А. Кредитный (ипотечный) брокер. Банковское дело. № 5 2009. С. 90
12. Кашкин В. Кредитный и лизинговые брокеры как канал привлечения клиентов для лизинговых компаний. Лизинг. 2010 №2 С. 47-56
13. Котляров И.Д. Модели деятельности кредитных брокеров на Российском рынке. НИФИ, Финансовый журнал. 2013, №3 (17) С. 135-144
14. Куштанок С.А. Финансовая оценка устойчивости рынка кредитных брокеров. Новые технологии. 2016 №4 С. 37-44

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА РАЗНЫХ СТАДИЯХ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Комаристая Ксения Олеговна, специалист

(e-mail: AlexStepanch@yandex.ru)

*Воронежское акционерное самолетостроительное общество,
г. Воронеж, Россия*

Статья посвящена анализу особенностей управления сотрудниками по разным этапам в жизненном цикле организации.

Ключевые слова: управление персоналом, жизненный цикл компаний.

Вследствие изменений в характере современного бизнеса появились смещения в акцентах управления от менеджмента ресурсов к менеджменту компаний, как систем [1]. Управление персоналом считается важнейшей компонентой управленческой деятельности – базируется как раз на некотором представлении о месте людей в организации и его влиянии на результаты деятельности компании [2].

С организационной точки зрения изменение концепций управления людьми осуществлялось при взгляде на кадры фирм «как на ресурсы» и «как субъекты управления». При учете эволюции управленческих концепций, мы отмечаем, что управление персоналом обуславливает системный подход [3]. Он содержит в себе как «менеджмент ресурсов» путем формирования требуемого кадрового потенциала, еще есть «менеджмент персонала» вследствие четкой регламентации соответствующей работы и мотивации к «идеальному поведению». Это реализует стратегию фирм. Исходя из органического подхода к управлению людьми, компаний по временным ресурсам может быть представлена относительно жизненных циклов, означающих, как процессуальность развития, так и стадии [3].

Большей частью, работники сходятся в том, что полный жизненный цикл организации обязательно включает такие стадии, как формирование организации, ее интенсивный рост или «размножение», стабилизацию и кризис (спад). Причем последняя стадия вовсе не обязательно должна завершаться «смертью» или ликвидацией организации. Вполне возможным считается и вариант ее «возрождения» или «изменения». Основываясь на концепции процессуальности и стадийности развития организации ни одна компания не может слишком долго оставаться в одном и том же состоянии, а всегда проходит несколько этапов своего развития, каждый из которых сменяется следующим, но зачастую непросто, а с переживанием трудностей, противоречий [4].

Периоды, которые есть в фирмах относительно однотипных ценностных установок и отмечающие большую часть, специфику управленческих задач по некоторым периодам периоды ее работы обычно называют стадиями. Это периоды, в которых фирмой изменяются внутренние ценности и ориентации [5].

Первая стадия развития фирмы, связана с ее формированием. Тогда для фирмы важно определить те товары, которые могут быть предложены потребителям. Если фирма может определить соответствующие места на рынках, «раскрутить» свой товар, то она может перейти в следующую стадию – интенсивный рост [6].

На вторых стадиях развития фирма испытывает рост, растут объемы производств, продаваемых товаров, увеличивается количество людей, число филиальных групп. Когда фирма может удерживаться на плаву, делать стабилизацию источников доходов, закрепиться на рынках уже в качестве полноправного агента, тогда она может идти к третьим стадиям. На стадии стабилизации для организации важно максимально стабилизировать свою деятельность. Для этого она старается снизить себестоимость продукции за счет сокращения издержек и максимального нормирования собственной деятельности. Обычно в связи с изменчивостью рынка [7], потребителя цикл жизни товара, предлагаемого организацией, ограничен, что сказывается и на стадийности развития организации. После стадии стабилизации организация закономерно может перейти в следующую стадию – кризис.

На каждой стадии организация реализует специфическую стратегию развития. Взгляд на организацию сквозь призму стадий развития позволяет более точно идентифицировать ее основные целевые и стратегические установки и ориентации. Более того, возникает возможность определить, в какой степени они адекватны внутренней ситуации в организации [8].

Отметим особенности управления персоналом на стадии формирования организации. На данном этапе развития организации основными задачами по управлению персоналом являются:

1. Подготовка организационных проектов:
 - проектирование организационных структур;
 - расчет потребности в людях;
 - анализ кадровой ситуации в регионе;
 - разработка системы стимулирования труда.
 2. Формирование кадровых составов:
 - анализы деятельности и создание критериев отбора кандидатов;
 - определение сегмента рынка рабочей силы, из которой целесообразно проводить набор.
 3. Разработка систем и основ кадровой работы:
 - создание кадровой политики и плана кадровых мероприятий;
 - создание самой кадровой службы (организационной структуры, набор состава);
 - разработка системы сбора, хранения и использования кадровой информации.
- Стадия формирования характеризуется наличием в организации специалистов-творцов, готовых создавать и предлагать нужный рынку товар и превалярованием внутри организации тесных, доверительных, почти «семейных» отношений.

Список литературы

1. Жданова М.М., Преображенский А.П. Вопросы формирования профессионально важных качеств инженера // Вестник Таджикского технического университета. 2011. Т. 4. № 4. С. 122-124.
2. Преображенский А.П. Характеристики инновационных процессов в образовании // Вестник Воронежского государственного технического университета. 2014. Т. 10. № 3-2. С. 197-200.
3. Воронин В.В., Шаповалов А.В., Пожидаев А.С. Проблемы управления проектами в организациях // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2018. № 4(27). С. 96-98.
4. Макрецова А.М. Основные методы оценки конкурентоспособности компании // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2018. № 4(27). С. 105-108.
5. Юрочкин А.Г., Коростелева Н.А. Анализ особенностей управления и менеджмента в современных компаниях // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2018. № 3(26). С. 78-80.
6. Кравцов Д.О., Преображенский Ю.П. Методика оптимального управления социально-экономической системой на основе механизмов адаптации // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2008. № 3. С. 133-134.
7. Рязских А.М., Преображенский Ю.П. Построение стохастических моделей оптимизации бизнес-процессов // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2008. № 3. С. 079-081.
8. Лисицкий Д.С., Преображенский Ю.П. Построение имитационной модели социально-экономической системы // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2008. № 3. С. 135-136.
9. Неравенство распределения налогового потенциала субъектов РФ/ Матвеев В.В., Мазур Л.В., Богачева В.В.// Вестник ОрелГИЭТ. 2017. № 4 (42). С. 85-91.
10. Оценка ретроспективы, проблемы и стратегия социально-экономического развития региональной системы/ Матвеев В.В., Устенко А.А., Леонова С.Н., Петрова Ю.М., Перова Г.И., Алимова Г.С., Борисова Л.И., Симонов С.В., Филонова Е.С., Агеев А.В., Базилевич А.И., Блинников А.Е., Стукашова Л.А.// Орел, 2009.
11. Устойчивость, резервоэффективность экономики, институты развития в условиях неопределенности/ Ильминская С.А., Матвеев В.В., Илюхина И.Б., Филонова Е.С., Симонов С.В., Соболева Ю.П., Маслова О.Л., Ефименко И.С., Ивлева Н.В., Баранова С.В., Боброва Е.А.// монография / под общей редакцией В.В. Матвеева. Орел, 2014.
12. Социальная ответственность менеджмента/ Базилевич А.И., Базилевич О.И., Захаров П.Н., Комаров Н.Н., Матвеев В.В., Моргунова Р.В., Панков Э.В., Проскурин В.К., Родионова Н.В., Трунин Г.А., Филимонова Н.М., Моргунова Н.В.// учебник для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент» / . Москва, 2013.
13. Налоговая политика РФ: реализация антикризисных мер на федеральном уровне/ Матвеев В.В., Мазур Л.В.// В сборнике: Фундаментальные и прикладные исследования в области экономики и финансов, Материалы и доклады. Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Орловский филиал); Под общей редакцией О.А. Строевой. 2016. С. 123-127.
14. Краудфандинг как новый вид инвестирования предпринимательской деятельности/ Михневич А.В., Обьедков А.П., Шульга Е.И.// Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2017. № 7-2. С. 297-299.
15. Понятие контролирующего должника лиц в процедуре банкротства/ Михневич А.В., Оселедко А.Н.// Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2018. № 10-2. С. 151-159.
16. Венчурное инвестирование как важнейший источник финансирования научных исследований и инновационной деятельности/ Турлий Е.В., Михневич А.В.// Полима- тис. 2017. № 4. С. 93-100.

17. Аудит эффективности государственных расходов как методическая основа оценки эффективности системы государственного финансового контроля/ Артеменко Д.А.// Научный вестник Южного института менеджмента. 2013. № 4. С. 4-9.
18. Влияние финансовых рисков на управление нематериальными активами компании/ Артеменко Д.А., Артеменко Г.А.// Финансовые исследования. 2018. № 3 (60). С. 63-70.
19. Методы совершенствования налогового консультирования/ Артеменко Д.А., Артеменко Г.А.// Экономика и управление: проблемы, решения. 2017. Т. 1. № 4. С. 117-124.
20. Налоговое консультирование трансфертного ценообразования корпораций/ Артеменко Д.А., Артеменко Г.А.// Научный вестник Южного института менеджмента. 2015. № 3. С. 38-42.
21. Содержание и сущностная специфика налогового администрирования/ Артеменко Д.А., Агузарова Л.А.// Известия Кабардино-Балкарского научного центра РАН. 2010. № 2 (34). С. 14-20.
22. Выбор приоритетов эффективного управления интеллектуальными ресурсами в экономике знаний/ Ершова И.Г., Вертакова Ю.В.// Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2012. № 2. С. 260-270.
23. Прогнозирование и планирование социально-экономического развития России и ее регионов/ Евченко А.В., Ершова И.Г.// Министерство образования Российской Федерации, Курский государственный технический университет. Курск, 2003.
24. Анализ подготовки квалифицированных рабочих кадров региона/ Ершова И.Г.// Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. 2010. № 3 (35). С. 181-190.
25. Управление потребностью в специалистах на рынке труда в экономике знаний/ Ершова И.Г., Белоусова Л.С.// Вестник ОрелГИЭТ. 2012. № 1 (19). С. 139-145.
26. Стратегическое управление концепции импортозамещения промышленного производства/ Ершова И.Г.// Фундаментальные исследования. 2015. № 11-7. С. 1420-1424.

Komaristaya Kseniya Olegovna, specialist

(AlexStepanch@yandex.ru)

Voronezh joint-stock aircraft construction company, Voronezh, Russia

FEATURES OF PERSONNEL MANAGEMENT ON DIFFERENT STAGES OF THE LIFE CYCLE OF THE ORGANIZATION

Abstract. The paper is devoted to the analysis of the features of employee management at different stages in the life cycle of the organization.

Keywords: personnel management, life cycle of companies.

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В СЛУЧАЕ СТАБИЛЬНОСТИ И КРИЗИСА

Комаристая Ксения Олеговна, специалист

(e-mail: AlexStepanch@yandex.ru)

*Воронежское акционерное самолетостроительное общество,
г.Воронеж, Россия*

В статье рассматриваются особенности управления работниками при условиях стабильности и кризиса.

Ключевые слова: кризис, управление персоналом, стабильное развитие.

Базовая проблема в работе управленческого персонала на стадии стабилизации развития фирмы состоит не только в удержании достигнутых уровней рентабельности, но и в поиске возможностей уменьшения затрат по сырью, технологии. Это касается и персонала, например, в ситуации жесткой конкуренции [1].

Чтобы поддержать свою устойчивость, любой фирме требуются поиски новых сегментов на рынках, изменения в производстве, подключение новых бизнесов в область своего развития. Созданная организация должна закреплять собственные организационные структуры, делать их максимальным образом эффективными для новых условий, когда есть экономия. Тогда следует решать такие задачи управления специалистами [2]:

- вести аттестацию людей и по рабочим местам, чтобы оценивалась эффективность работы по каждому, выявлялись резервы роста по производительности и качеству. Вследствие аттестационных данных можно вести улучшение систем по распределению работ, технологий работы, формы заработной платы и стимулирования;
- вести планирование карьеры;
- формировать кадровый резерв;
- организовывать обучение и продвижения специалистов.

Для стадий, связанных со стабилизацией требуются работники, которые могут формировать эффективные технологии, проводить фиксацию весьма удачных подходов, которые выявлены в ходе бурного роста фирмы.

Тогда говорим, что «продавцов» - фаворитов стадии интенсивного роста могут заменить «технологии». Среда работы их должна основываться на правилах строгой иерархии, подчиненности, определенности, которые детерминируются профессиональной деятельностью.

Укажем особенности управления людьми при стадиях спада. Когда предприятие не имело возможностей подготовить плацдармы по новым взлетам, или старые товары в соответствии с циклом жизни или из-за конкуренции выработали свои ресурсы, организация переходит на стадию спада.

Достигнутые рубежи невозможно удержать, уходит клиент, предприятие вынуждено уменьшать объемы производства, сокращать персонал, мини-

мизировать организационную структуру, сокращая затраты до минимума. Часто ситуация кризиса сопровождается и неплатежеспособностью, что приводит к банкротству.

Для преодоления возникшего кризиса особенно важна работа с персоналом. Основные задачи системы управления персоналом на этом этапе должны включать:

- диагностику кадрового потенциала предприятия;
- разработку стратегии реорганизации и кадровых программ поддержки реорганизации;
- сокращение персонала;
- повышение производительности труда;
- разрешение конфликтов, особенно обостряющихся в этот период. Для

выживания организации, оказавшейся на стадии спада, необходимы совершенно особые специалисты [3], способные объединить в себе навыки разработчиков, продавцов и технологов. Сравнение особенностей внутрифирменных установок, регламентирующих управленческую деятельность [4], позволяет отметить, что для понимания тех мероприятий, которые выполняются руководством в конкретный период существования организации.

Важны не только задачи стадии развития. Не менее существенным оказывается и генеральная целевая, ценностная установка фирмы в определенный период существования [5].

Организационные консультанты проанализировали ряд длительно существующих фирм и обратили внимание на то, что организации проходят еще один временной цикл, более длительный по сравнению со стадийным, в котором можно выделить четыре различных типа ценностных установок.

Установка, характерная для цикла развития организации «тусовка», ставит во главу ценности межличностного общения, создания внутрифирменной целостности на базе личных контактов, приверженности общим принципам коммуникации и подобным человеческим особенностям [6, 7].

Установка, характерная для цикла развития организации под названием «механизация», связана с пониманием ценности упорядочивания, определенности деятельности, внутренней организации [8]. Именно на данном цикле развития организация впервые сталкивается с необходимостью замены сотрудников, которые хорошо вписываются в личностную, неформальную структуру, но не могут быть эффективными специалистами.

Список литературы

1. Юрочкин А.Г., Коростелева Н.А. Анализ особенностей управления и менеджмента в современных компаниях // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2018. № 3(26). С. 78-80.
2. Жданова М.М., Преображенский А.П. Вопросы формирования профессионально важных качеств инженера // Вестник Таджикского технического университета. 2011. Т. 4. № 4. С. 122-124.

3. Преображенский А.П. Характеристики инновационных процессов в образовании // Вестник Воронежского государственного технического университета. 2014. Т. 10. № 3-2. С. 197-200.
4. Воронин В.В., Шаповалов А.В., Пожидаев А.С. Проблемы управления проектами в организациях // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2018. № 4(27). С. 96-98.
5. Макрецова А.М. Основные методы оценки конкурентоспособности компании // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2018. № 4(27). С. 105-108.
6. Кравцов Д.О., Преображенский Ю.П. Методика оптимального управления социально-экономической системой на основе механизмов адаптации // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2008. № 3. С. 133-134.
7. Лисицкий Д.С., Преображенский Ю.П. Построение имитационной модели социально-экономической системы // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2008. № 3. С. 135-136.
8. Рязских А.М., Преображенский Ю.П. Построение стохастических моделей оптимизации бизнес-процессов // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2008. № 3. С. 079-081.
9. Неравенство распределения налогового потенциала субъектов РФ/ Матвеев В.В., Мазур Л.В., Богачева В.В.// Вестник ОрелГИЭТ. 2017. № 4 (42). С. 85-91.
10. Оценка ретроспективы, проблемы и стратегия социально-экономического развития региональной системы/ Матвеев В.В., Устенко А.А., Леонова С.Н., Петрова Ю.М., Перова Г.И., Алимova Г.С., Борисова Л.И., Симонов С.В., Филонова Е.С., Агеев А.В., Базилевич А.И., Блинные А.Е., Стукашова Л.А.// Орел, 2009.
11. Устойчивость, резервоэффективность экономики, институты развития в условиях неопределенности/ Ильминская С.А., Матвеев В.В., Илюхина И.Б., Филонова Е.С., Симонов С.В., Соболева Ю.П., Маслова О.Л., Ефименко И.С., Ивлева Н.В., Баранова С.В., Боброва Е.А.// монография / под общей редакцией В.В. Матвеева. Орел, 2014.
12. Социальная ответственность менеджмента/ Базилевич А.И., Базилевич О.И., Захаров П.Н., Комаров Н.Н., Матвеев В.В., Моргунова Р.В., Панков Э.В., Проскурин В.К., Родионова Н.В., Трунин Г.А., Филимонова Н.М., Моргунова Н.В.// учебник для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент» / . Москва, 2013.
13. Налоговая политика РФ: реализация антикризисных мер на федеральном уровне/ Матвеев В.В., Мазур Л.В.// В сборнике: Фундаментальные и прикладные исследования в области экономики и финансов, Материалы и доклады. Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Орловский филиал); Под общей редакцией О.А. Строевой. 2016. С. 123-127.
14. Краудфандинг как новый вид инвестирования предпринимательской деятельности/ Михневич А.В., Обьедков А.П., Шульга Е.И.// Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2017. № 7-2. С. 297-299.
15. Понятие контролирующего должника лиц в процедуре банкротства/ Михневич А.В., Оселедко А.Н.// Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2018. № 10-2. С. 151-159.
16. Венчурное инвестирование как важнейший источник финансирования научных исследований и инновационной деятельности/ Турлий Е.В., Михневич А.В.// Полима-тис. 2017. № 4. С. 93-100.
17. Аудит эффективности государственных расходов как методическая основа оценки эффективности системы государственного финансового контроля/ Артеменко Д.А.// Научный вестник Южного института менеджмента. 2013. № 4. С. 4-9.
18. Влияние финансовых рисков на управление нематериальными активами компании/ Артеменко Д.А., Артеменко Г.А.// Финансовые исследования. 2018. № 3 (60). С. 63-70.

19. Методы совершенствования налогового консультирования/ Артеменко Д.А., Артеменко Г.А.// Экономика и управление: проблемы, решения. 2017. Т. 1. № 4. С. 117-124.
20. Налоговое консультирование трансфертного ценообразования корпораций/ Артеменко Д.А., Артеменко Г.А.// Научный вестник Южного института менеджмента. 2015. № 3. С. 38-42.
21. Содержание и сущностная специфика налогового администрирования/ Артеменко Д.А., Агузарова Л.А.// Известия Кабардино-Балкарского научного центра РАН. 2010. № 2 (34). С. 14-20.
22. Выбор приоритетов эффективного управления интеллектуальными ресурсами в экономике знаний/ Ершова И.Г., Вертакова Ю.В.// Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2012. № 2. С. 260-270.
23. Прогнозирование и планирование социально-экономического развития России и ее регионов/ Евченко А.В., Ершова И.Г.// Министерство образования Российской Федерации, Курский государственный технический университет. Курск, 2003.
24. Анализ подготовки квалифицированных рабочих кадров региона/ Ершова И.Г.// Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. 2010. № 3 (35). С. 181-190.
25. Управление потребностью в специалистах на рынке труда в экономике знаний/ Ершова И.Г., Белоусова Л.С.// Вестник ОрелГИЭТ. 2012. № 1 (19). С. 139-145.
26. Стратегическое управление концепции импортозамещения промышленного производства/ Ершова И.Г.// Фундаментальные исследования. 2015. № 11-7. С. 1420-1424.

Komaristaya Kseniya Olegovna, specialist

(AlexStepanch@yandex.ru)

Voronezh joint-stock aircraft construction company, Voronezh, Russia

PERSONNEL MANAGEMENT IN THE CASE STABILITY AND CRISIS

Abstract. The paper deals with the features of employee management under conditions of stability and crisis.

Keywords: crisis, personnel management, stable development.

ТАМОЖЕННАЯ ПОЛИТИКА РФ В ОБЛАСТИ ЗАЩИТЫ ЕЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СУВЕРЕНИТЕТА И БЕЗОПАСНОСТИ

Кондратова А.И., студент

E-mail: condratova.anastasia2017@yandex.ru

Баркова В.А., студент

таможенного дела и мировой экономики

E-mail: valentinabarkova21@yandex.ru

Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Россия

В статье изучена таможенная политика РФ в области защиты ее суверенитета и безопасности.

Ключевые слова: таможенная политика, экономический суверенитет, экономическая безопасность, таможенные органы.

В современных условиях для поддержания национальной безопасности государству необходимо быстро реагировать на все возможные внешние и внутренние угрозы. Для России на данный момент этот вопрос крайне актуален, в связи с недавним кризисом, как итог - санкциями, направленными против России и политически агрессивно настроенными государствами Европы.

Так экономическим суверенитетом государства считается высшая степень самостоятельности страны в любой хозяйственной деятельности, экономическая независимость государства от иных стран.

Обеспечение национальной безопасности включает в себя такой важный сегмент, как экономическая безопасность страны. Именно от экономической безопасности зависит возможность для России занимать лидирующие позиции на мировой политической арене.

Экономическая безопасность зависит от таких сфер деятельности, как промышленная, аграрная, технологическая, инвестиционная, продовольственная, финансовая, интеллектуальная.

Именно поэтому уровень экономической безопасности является показателем успешного развития страны, ее экономики и всех стратегически важных показателей. Из всего сказанного можно прийти к выводу, что вопрос развития эффективной системы обеспечения экономической безопасности один из наиболее значимых для любого государства и России в особенности.

Отечественные ученые и практики разработали много теоретических, методологических правовых и организационных подходов к обеспечению экономической безопасности, как одного из видов национальной безопасности. В данных работах рычагами воздействия на экономическую безопасность являются различные государственные органы, между ними распределены обязанности в соответствии с их сферой деятельности.

Одну из наиболее значимых ролей в сфере повышения экономической устойчивости страны играют таможенные органы России. Особое место

таможенной политики в системе защиты экономических интересов России обуславливается тем, что на них возложено осуществление регулирования внешнеторговой деятельности, валютного регулирования и валютного контроля, правоохранительной деятельности, контроля по перемещению товаров и транспортных средств через таможенную границу и других обязанностей.

Одной из стратегических целей российской таможенной политики в настоящее время является повышение уровня экономической безопасности. Функции таможенных органов делятся на экономические и правоохранительные.

К экономическим можно отнести деятельность, направленную на осуществление фискальной и регулятивной функций таможенного дела. Пополнение казны государства путем взимания таможенных платежей (пошлин, налогов, сборов) осуществляется благодаря фискальной функции. Регулятивная функция проявляется в установлении запретов и ограничений, таможенных тарифов, лицензирования, квотирования, все это стимулирует развитие национальной экономики, защищает отечественных товаропроизводителей, привлекает иностранные инвестиции в экономику страны. Благодаря реализации этих функций таможенными органами пополняется доход федерального бюджета.

Каждый год государство ставит перед Федеральной таможенной службой России прогнозное задание по формированию доходной части бюджета на год. Из официальных данных известно, что в 2018 году таможенные службы России выполнили задание по формированию доходной части федерального бюджета на 102,8%. Сумма доходов федерального бюджета, администрируемых таможенными органами, составила 6 063,2 млрд. рублей, что на 1 487,5 млрд. рублей или на 32,5% больше по сравнению с 2017 годом. Что показывает высокую эффективность деятельности таможенных органов, а также очевидна значимость роли таможенных органов в экономической стабильности страны.

Таможенные сборы обеспечивают поступление денежных средств в доходную часть федерального бюджета более чем на 50 процентов, что несомненно является значимым вкладом в экономическую безопасность страны.

Все эти показатели достигаются не только за счет повышенного роста внешнеэкономической деятельности государства, высоких цен на нефть. Большое значение также имеет работа по упрощению таможенных процедур, деятельность по развитию информационных технологий в таможенном деле, повышение ужесточения контроля достоверности декларирования товаров, активное использование системы управления рисками.

Благодаря правоохранительной функции таможенных органов реализуется борьба с нарушениями, возникающими при реализации внешнеэкономической деятельности, борьба с контрабандой. Именно оперативно-розыскная деятельность таможенных органов выявляет и предупреждает

возникновение контрабандной деятельности, вывоз интеллектуальной собственности, культурных и исторических ценностей, стратегически важных ресурсов, валютной выручки вывезенной с территории Российской Федерации за рубеж, уклонения от уплаты таможенных платежей, ввоз или вывоз технологий незаконным путем.

Подводя итог всему вышесказанному можно сделать вывод, что роль таможенной политики в экономической безопасности страны неоспорима. Принимая участие в регулировании внешнеэкономической деятельности государства и его субъектов, осуществляя свою фискальную и правоохранительную функции, таможенные органы осуществляют деятельность, направленную на повышение национальной безопасности страны. Пополняя бюджет страны, таможенные органы влияют на экономическую безопасность, которая является одним из главных критериев эффективного развития государства и ее экономики в целом.

Список литературы

1. Игнатъева, Г.В. Таможенное регулирование как инструмент экономической безопасности. [Текст] / Г.В. Игнатъева // Экономическая безопасность России: вызовы XXI века материалы международной научно-практической конференции. отв. ред. И.А. Сушкова. - №2. - 2016. -С. 99-105.
2. Орехова, Т.Р. Экономическая безопасность современной России в условиях кризиса: Монография [Текст] / Т.Р. Орехова, В.И. Орехов, О.В. Карагодина. - М.: Инфра-М, 2017. - 319 с.
3. Шумакевич, Н.В. Экономический потенциал таможенной территории России [Текст] / Н.В. Шумакевич. Балашов : Николаев, 2014.- 52 с.
4. Таможенная служба Российской Федерации в 2018 году [Электронный ресурс] // <https://www.minfin.ru>
5. Официальный сайт ФТС РФ [Электронный ресурс]// <http://customs.ru/>

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА: РАЗВИТИЕ И ВЛИЯНИЕ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ

Конорева Юлия Сергеевна, студент

(e-mail: konoreva_99@mail.ru)

Научный руководитель: **Осиневиц Л.М., доцент, к.э.н.,**

Курский государственный университет, г.Курск, Россия

В статье рассмотрены сущность и значение цифровой экономики как качественно нового уровня в развитии социальноэкономических процессов, выявлены перспективы цифровизации экономики России.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровизация, экономическое развитие, экономика России.

Актуальность темы объясняется тем, что цифровая экономика меняет мировую структуру ВВП: доля сектора информационных технологий показывает значительный рост в странах, активно использующих возможности Интернета.

В России цифровая экономика представлена двумя секторами, добавленная стоимость в которых создается с использованием информационных технологий: рынком информационно – коммуникационных технологий (ИКТ), а также рынок контента и СМИ. Согласно исследованиям, проведенным Институтом статистических исследований и экономики знаний Высшей школы экономики, доля информационной индустрии в ВВП составила 3,3 % или 2,528 трлн рублей и является наиболее низкой долей за период, начиная с 2010 г. Одна из основных причин снижения доли IT-сектора является снижение добавленной стоимости, созданной операторами связи. Однако имеет место изменение структуры сегмента: при снижении вклада компаний операторов связи, наблюдается значительный рост вклада компаний, оказывающих IT-услуги. Таким образом, именно этот сегмент требует пристального внимания.

Спектр IT-услуг включает в себя различные виды деятельности: онлайн магазины, доставка еды, облачные сервисы, услуги по проектированию, разработке, контролю, управлению, аутсорсингу и т.д. Компании, предоставляющие IT- услуги различаются по размерам, структуре, подходам к управлению: часть из них использует «объект – субъектный» подход с жесткими иерархическими связями и алгоритмами разработки и процессов, другие ориентируются на «субъект - субъектный» подход с гибкими горизонтальными связями.

Такие радикально отличающиеся подходы к организации деятельности в IT-сфере обоснованы двумя специфическими особенностями: во-первых, творческим характером труда программистов и других специалистов, во-вторых, высокой скоростью изменения требования к IT-продуктам. Для обеспечения эффективности деятельности IT-подразделений необходима методика управления, имеющая определенную гибкость, однако, позво-

ляющая органично вписываться в жесткие корпоративные структуры крупных компаний. Для более мелких компаний - разработчиков, стартапов и т.д. обеспечение эффективности достигается гибкими методами: коллектив компании рассматривается как творческое объединение, создающее новый продукт в свободных условиях. Однако при выходе на рынок любая компания должна успешно отвечать на вызовы, которые диктуются быстро изменяющейся внешней средой, что существенно снижает эффективность свободной организации труда [2].

Становление и развитие цифровой экономики способствуют изменению форм и видов традиционных экономических элементов, примером чему может быть развитие электронных денег и криптовалют – виртуальных децентрализованных активов, имеющих в своем составе числовую и буквенную идентификацию, обладающих определенной ценностью и связанных блокчейном.

Bitcoin, Ethereum, Bitcoin Cash, Ripple и др. валюты фактически создали новый рынок огромных возможностей, который уже нельзя игнорировать национальным экономикам. Возникновение функционального, общедоступного и низкзатратного денежно-кредитного инструмента, способного объединить весь мир, должно стимулировать государство к эффективному правовому осмыслению и техническому обеспечению деятельности этого инструмента с извлечением максимальных выгод и пользы. Оборот криптовалют необходимо законодательно регулировать, накапливать опыт контроля, противодействия их незаконному использованию, поскольку полный запрет может привести к уходу части легального бизнеса в «тень» или в другую юрисдикцию, где оборот криптовалюты разрешен, что только усложнит противодействие отмыванию доходов и финансированию терроризма. За последние годы в России идет динамичное распространение широкополосного Интернета как системообразующего элемента цифрового развития: аудитория Рунета в 2017 году составила 87,7 млн человек (71% населения), таким образом интернетом хотя бы 1 раз в месяц пользуется каждый седьмой россиянин. Вместе с тем, согласно исследованию 2017 года «Экономика Рунета» суммарный вклад цифровой экономики в экономику страны составляет чуть более 5% ВВП (для сравнения в Великобритании этот показатель составляет 11–12% ВВП). По оценке и прогнозу компании McKinsey (MGI), цифровизация российской экономики, возможно, даст внушительный экономический эффект, который отразится на повышении ВВП страны к 2025 году на 4,1–8,9 трлн рублей (в ценах 2015 года), то есть примерно 19–34% общего планируемого роста ВВП.

Подчеркнем, что конкурентоспособность страны в глобальной цифровой экономике определяется качеством ее человеческого капитала, его способностью собирать, обрабатывать и эффективно использовать цифровую информацию. Для развития цифровой экономики нужно воспитывать новые кадры, обладающие новой психологией и новой этикой, что даст им новую энергию необходимую для цифрового общества.

В ходе анализа статистических данных было установлено, что в 2017 г. по сравнению с 2013 г. число телефонных аппаратов фиксированной связи (шт.) в расчете на 100 человек населения составило 22, 2 против 28,9. Произошел рост числа активных абонентов подвижной радиотелефонной связи в расчете с 151, 9 в 2013 г. до 154, 8 в 2017 г. Возрос охват населения кабельным телевидением – с 35, 8 % в 2013 г. до 43, 2 % в 2017 г. Также возрос удельный вес населения, использующего персональные компьютеры, в общей численности населения – с 73,5 % в 2013 г. до 82, 3 % в 2017 г. также увеличился удельный вес населения, использующего сеть Интернет с 71,4 % в 2013 г. до 83,7 % - в 2017 г. [1].

В связи с переходом к цифровым системам и компьютеризации производств – Интернет магазины и электронные коммерческие потоки выступают основными каналами для продажи и потребления.

На момент 2018 года 82% российских предприятий пользуются широкополосным доступом в Интернет.

Как видно на рис. 1, минимальное значение показателя совокупности субъектов Российской Федерации значительно увеличилось за 7 лет – почти в 2,5 раза.

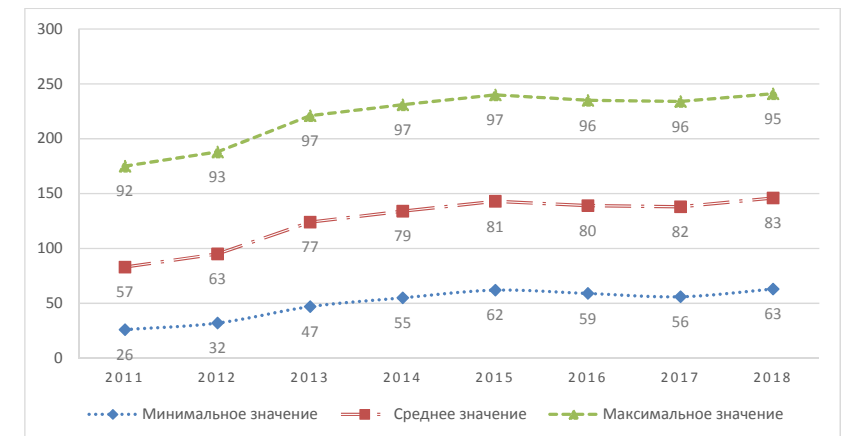


Рис. 1. Процент организаций, использующих широкополосный доступ к сети Интернет в России за 2011–2018 гг.

В 2018 году максимальное значение совокупности предприятий находилось на отметке в 95%, при этом сравнения со стран Европейского Союза можно заметить, что применения широкополосного доступа к сети Интернет в бизнес секторы находилось на 100% отметке в 2013 году в Финляндии, после в Голландии – спустя два года. В 2018 году Дания и Литва тоже получили 100% доступ к широкополосному Интернету. Сейчас Словения, Франция и Латвия близки к этому уровню, с текущим собственным уровнем в 99% широкополосного доступа юридических организаций.

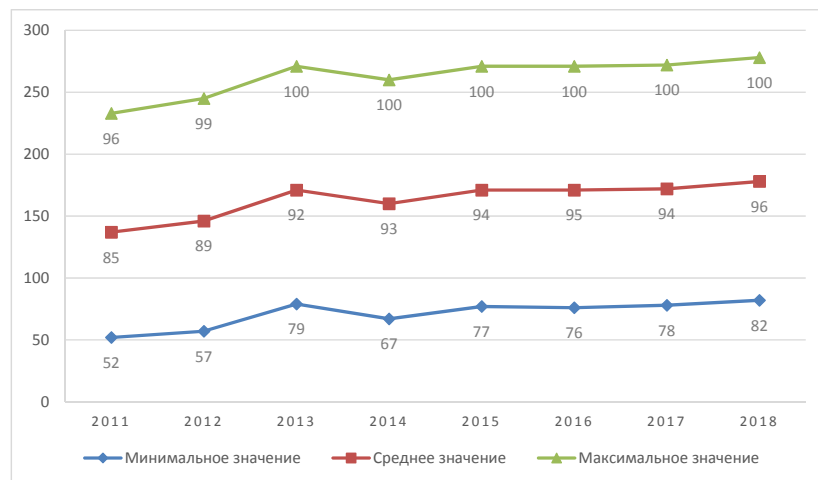


Рис. 2. Процент организаций, использующих широкополосный доступ к сети Интернет в Европейском Союзе за 2011–2018 гг

Детальный анализ тенденции становления широкополосного доступ в Интернет для предприятий и региональный цифровые разрывы отображены в табл. 1.

Таблица 1-Сравнение цифрового разрыва между Россией и Европейским Союзом в использовании широкополосного интернета среди предприятий

Показатель	2011 г.		2018 г.	
	РФ	ЕС	РФ	ЕС
Максимальное значение, %	91,7	96,0	94,9	100,0
Минимальное значение, %	26,3	52,0	62,6	82,0
Размах вариации, п.п.	65,4	44,0	32,4	18,0
Дисперсия	123,2	95,5	47,3	17,7
Коэффициент осцилляции, %	120,3	52,5	39,0	18,8
Коэффициент вариации, %	20,4	11,7	8,3	4,4
Коэффициент Джини, %	31,7	20,6	0,8	23,0
Коэффициент Лоренца, %	43,7	45,7	36,0	38,8

В Европейском Союзе и в Российской Федерации в региональном разрыве цифровые разрывы постепенно уменьшаются, стоит отметить, что эта тенденция протекает практически параллельно.

Отличительные точки широкополосного интернета на предприятиях просматриваются в начальных условиях развития. Так, в Российской Федерации примерно 32 региона находятся за пределами уровня развития Ев-

ропейского Союза. Среди этих регионов отмечается Якутия, Курганская и Новосибирская область, Бурятия – в которых доля организаций с широкополосным интернетом находится ниже 71%.

Наибольший уровень отмечается в Москве и Тамбовской области – 95%, который можно сопоставить с развитием проникновения широкополосного интернета в предприятия и бизнес стран Европейского Союза.

Таким образом, современная экономика развивается под сильнейшим влиянием процессов информатизации, что способствовало формированию концепции цифровой экономики. Цифровая экономика призвана обеспечить динамичность развития и прозрачность управления бизнесом и государством на всех уровнях. Вместе с тем, помимо позитивного обновления среды и отношений, цифровая экономика очерчивает и усиливает опасности, вызовы и угрозы, которые прямо и косвенно связаны с особенностями и характеристиками новой цифровизированной системы.

Развитие нашей страны в сфере информационно-коммуникативных технологий, в большей степени, зависит от внедрения инноваций. Проблема не понимания, почему мы не можем выйти на уровень к ведущим странам-лидерам, мешает сфокусировать и направить мышление во внедрение новых проектов усовершенствования цифровой экономики.

Главная задача – это правильно организовать сотрудничество и практические шаги развития отечественной цифровой экономики и ее моделирования, развитие умных городов, интернета вещей и больших данных. Помочь развитию может четкая постановка экономических целей и задач внедрения инноваций. Уже развитая информационная структура помогает получать огромную выгоду из модернизированных сфер деятельности. Сфера услуг, торговли, связи, систем обеспечения, являются основным источником получения дополнительной прибыли. Это сферы, из которых выгодно привлекать инвестиции.

Список литературы

- Интернет в России: динамика проникновения. 2018 г. [Электронный ресурс]. – URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/13585> (дата обращения: 14.05.2019).
- Зарецкая В.Г., Дремова Л.А., Осиневич Л.М. Отраслевая конвергенция производительности труда как залог восприимчивости экономики РФ к инновациям. // Региональная экономика: теория и практика. 33(312) - 2013. С.38-44.
- Обеспечение экономической безопасности предприятия (организаций). учеб. / Л.В. Афанасьева, Р.В. Артемов, Л.С. Белоусова, А.А. Головин, А.И. Деятелилова, П.А. Клименко, С.А. Маркина, Е.А. Носачевская, О.С. Приходченко, В.Л. Рыкунова, Л.В. Севрюкова, Т.Ю. Ткачева, Л.Н. Хардинова, В.Ю. Циклаури. – Курск, 2017. – 196 с.
- Осиневич Л.М., Тинькова Е.В., Мельников А.И. Особенности конъюнктуры рынка видеонигр // Экономика и предпринимательство. 2019. № 2. С. 868-872.
- Осиневич Л.М. Учебное пособие по курсу «Социально-экономическая статистика» [Текст]: - Курск: Изд-во ООО «ТОП», 2018 – 126 с.
- Зарецкая В.Г., Дремова Л.А., Осиневич Л.М. Отраслевая конвергенция производительности труда как залог восприимчивости экономики РФ к инновациям. // Региональная экономика: теория и практика. 33(312) - 2013. С.38-44.

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАНЯТОСТЬЮ НАСЕЛЕНИЯ НА МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЕ

Контрайберг Игорь Сергеевич, студент

*Юго-западный государственный университет, г.Курск, Россия
(kontrayberg@gmail.com)*

В настоящее время любой регион является самостоятельным и равноправным субъектом рыночных отношений, располагает определенными ресурсами, обладает значительным арсеналом средств воздействия на экономическое развитие региона в целом и его отдельных административно-территориальных образований и, следовательно, должен нести значительную долю ответственности за решение проблем занятости населения, проживающего на его территории.

Ключевые слова: управление занятостью населения, муниципальная власть, воспроизводство рабочей силы

Для каждой социально-демографической группы безработных на муниципальном уровне необходимо разработать особый «пакет программ», в котором отдельные меры будут иметь разный «вес» в зависимости от специфики положения данной группы в определенном регионе. В реализации государственной политики занятости необходимо четко разграничить федеральный и муниципальный уровни ответственности в отношении отдельных демографических групп населения, перемещая акценты, усиливая ответственность регионов в реализации мер политики занятости. Государство декларирует приоритеты социального развития, осуществляет комплекс прямых и косвенных мер по реализации этих приоритетов для всего населения и его основных социально-демографических групп, для всех субъектов рынка труда. Минимальные гарантии власти основываются на обеспечении и постоянном совершенствовании законодательной базы. Муниципальные власти учитывают специфику ситуации именно своей территории, реализуют систему мер по поддержке жителей региона на рынке труда на основе выявления локальных приоритетов в этой области [1].

Поскольку различия в социальной, демографической, экономической ситуации в регионах весьма высоки, местные власти имеют более четкое представление о положении дел. Однако одной декларации о необходимости разграничивать полномочия федеральной, региональной и местной власти в отношении проведения политики занятости, усиливая роль последних явно недостаточно. Рост ответственности предполагает не только повышение самостоятельности регионов в принятии решений, но и возможность проводить соответствующую политику.

Одно из важных направлений политики занятости в современных условиях, особенно на муниципальном уровне – сохранение рабочих мест, предотвращение массовых высвобождений. Однако есть и еще важный аспект

деятельности – это качество рабочих мест. Сохранять бесперспективные низкооплачиваемые рабочие места в неконкурентных в принципе производствах – это неэффективное использование средств. Эта ошибка была допущена в 2008–2009 годах и ее не следует повторять [41].

В муниципальных программах занятости краеугольным камнем должна стать поддержка структурообразующих предприятий, а что касается других, то нужно оценивать его конкурентоспособность на перспективу. Если оно объективно устарело, то рациональнее средства поддержки направить на создание новых рабочих мест. То есть поддержка предприятий федеральными и региональными органами власти должна носить выборочный характер и определяться приоритетами структурной перестройки экономики. Например, в столичном регионе нет смысла поддерживать старые предприятия легкой промышленности. Рабочие места там низкооплачиваемые, на них работают в основном мигранты из других, иногда весьма отдаленных регионов, по вахтовому методу. Поэтому здесь эффективнее создавать рабочие места в новых отраслях экономики.

Основными проблемами муниципальной социально-экономической политики в сфере занятости также являются [2]:

1. Низкая эффективность занятости. Сохраняющиеся в течение уже нескольких лет значительные масштабы скрытой безработицы и неполной занятости.

2. Невыплата заработной платы нарушает связь между трудовым вкладом работника и его доходами. На предприятия, имеющие задолженность по выплате заработной платы, не хотят трудоустраиваться безработные, а служба занятости не может использовать их вакансии, т.к. трудоустроенный не будет иметь дохода. Несмотря на это, многие трудоспособные граждане склонны «держаться» даже за такое (часто и низкооплачиваемое), но стабильное рабочее место.

3. Потеря трудового потенциала высококвалифицированных кадров из-за отсутствия реальной связи доходов с уровнем профессионализма работника, перетек их в неформальную занятость.

4. Снижение в составе работников доли занятых в наукоемких видах деятельности.

5. Медленная адаптация системы государственного профессионального образования к потребностям рынка труда в связи с недостаточной изученностью структуры существующего кадрового потенциала, качества его использования и прогноза потребности в специалистах определенных профессий и квалификаций; недостаточная развитость системы вторичного обучения.

6. Селективный подход работодателей при выборе сотрудников (отказ в приеме на работу и увольнение по надуманным мотивам) ведет к возникновению скрытых форм дискриминации, особенно по отношению к слабозащищенным категориям населения.

7. Наличие среди зарегистрированных безработных людей, владеющих земельными паями, имеющих доход или временные заработки в неформальном секторе экономики, которые отказываются от предлагаемой работы, но хотят увеличить трудовой стаж.

8. Проводимая жилищная реформа выявила категорию граждан, желающих для получения льгот по оплате жилья иметь документ о наличии у них статуса безработного, но не желающих работать.

9. Безработные, которым назначено пособие в размере, близком к максимальному, перестают являться мобильным резервом рабочей силы в рамках существующего закона о занятости.

Также важно отметить противоречивый характер молодежи на рынке труда. С одной стороны, молодежь не обладает достаточной профессиональной подготовкой и трудовыми навыками, поэтому спрос работодателей на нее слаб. С другой – свободные рабочие места часто не могут удовлетворить запросы молодежи с точки зрения их качества и уровня оплаты.

Таким образом, рассмотрев вышеуказанные проблемы занятости и безработицы, приходит к выводу, что необходима разработка комплексной программы поддержания и развития занятости, сдерживания безработицы.

Список литературы

1 Солодухина О.И., Пархомчук М.А. Разработка методики оценки эффективности формирования и использования человеческого капитала // Экономические науки. – 2016. – № 136. – С. 30-33.

2 Емельянова О.В. Ресурсное обеспечение инновационно-устойчивого развития экономики России: монография - Белгород, Остащенко А.А. ИП, 2014. - 284с.

Kontraiberg Igor Sergeevich, student

Russia, Kursk, Southwest State University
(kontrayberg@gmail.com)

PROBLEM MANAGEMENT EMPLOYMENT AT THE MUNICIPAL LEVEL

Annotation. In modern Russia with the transformation of the social system into market relations, the main emphasis in the sphere of labor relations is placed on the formation of a mechanism for self-regulation of the employment process, which is determined by the nature of the market laws of labor and production. Analysis of conceptual approaches to the study of the labor market shows that they are characterized by a certain continuity and temporary inconsistency. Taking into account the achievements of the world and national economic thought and the practical experience of the authors, the following ideas about the organization of the employment management system and the labor market at the regional level are proposed.

Keywords: employment management, municipal government, reproduction of labor

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Коростелева Наталья Александровна, специалист

Открытое акционерное общество "Воронежский завод полупроводниковых приборов-сборка", г. Воронеж, Россия
(e-mail: AlexStepanch@yandex.ru)

В статье рассматриваются ключевые особенности стратегического управления с точки зрения повышения конкурентоспособности организаций.

Ключевые слова: конкурентоспособность организации, стратегическое управление.

К сфере интересов стратегического управления персоналом относятся вопросы координации управления персоналом и стратегического управления организации в целом. Стратегическое управление персоналом определяет единую ориентацию движения компании стремящуюся к достижению своих целей при помощи управления людьми. Стратегическое управление персоналом занимается широким кругом организационных и административных вопросов [1], которые касаются перемен культурной и организационной структур, рост результативности и производительности труда, подбора трудовых ресурсов для удовлетворения предстоящих потребностей организации [3]. Большую значимость представляют аспекты управления персоналом, относящиеся к выбору руководящей и движущей силы и организации позитивных моделей трудовых отношений, являются стратегическими вопросами каждой организации [3].

Стратегическое управление персоналом рассматривают с точки зрения общего подхода к управлению им, согласно направлению развития организации и решению долгосрочных кадровых вопросов. Оно относится к составляющей части стратегического управления компании и означает организацию модели поведения компании в области персонала, т.е. стратегии управления персоналом. Организации полезно иметь согласованную и ясную базу для разработки подходов к управлению персоналом в долгосрочной перспективе. Такой принцип основывается на концепции достижения конкурентного преимущества с помощью управления персоналом, конкурентное преимущество составляет суть конкурентной стратегии. Она охватывает все те возможности, ресурсы, взаимоотношения и решения, которые предоставляют шанс организации с пользой использовать рыночные возможности, и избежать угроз на пути к достижению ожидаемого положения на рынке [4].

Общая стратегия отдельно взятой компании в целом по критериям своей конкурентоспособности сводится к системе конкурентных преимуществ. При этом ведущая компетенция, отраженная как в общей корпоративной стратегии, так и в общей долгосрочной программе развития компании,

сводится к знаниям и практическим навыкам по организации и реализации своих конкурентных преимуществ. Здесь мы говорим о том, что конкурентное преимущество организации обеспечивают уникальные технологии, продукт или услуга, которые для других организаций пока не доступны. То, что организация делает лучше своих конкурентов, должно высоко цениться и её клиентами, акционерами, сотрудниками и руководителями. В случае, если служба управления персоналом хочет сформировать компании конкурентные преимущества, она должна создавать существенную ценность с таким же конкурентным результатом, т. е. развивать индивидуальные способности сотрудников и организационные возможности, которые значительно лучше, чем у компаний действующих в такой же отрасли рынка [5].

Концепция ценности управление персоналом состоит из 5 элементов, которые в совокупности представляют полную картину стратегического управления персоналом [6].

Знание внешней среды и интересы целевых групп определяют важность управления персоналом для организации. Это влияет на то, почему специалисты по управлению персоналом должны уделять больше внимания результатам, которые они приносят организации, в отличие от того, чем они сами заняты в текущей деятельности. Система и технологии управления персоналом, ресурсы и специалисты кадровой службы составляют суть функции стратегического управления персоналом внутри организации [7].

На основе этих пяти элементов ценностей разрабатываются элементы стратегического управления персоналом [8] для создания конкурентного преимущества организации:

1. Организация работы в условиях внешних реалий бизнеса - внешней среды.

2. Ключевые заинтересованные группы, т. е. получатели результатов деятельности кадровой службы: инвесторы, клиенты, линейные менеджеры и сотрудники, в большей степени могут определить ценность, создаваемую управлением персоналом, чем те, кто эту ценность производит.

3. Системы и технологии управления персоналом в организации должны быть четко сформулированными и соответствующими ожиданиям всех заинтересованных групп.

4. Служба управления персоналом должна разрабатывать стратегию и управлять своими ресурсами таким образом, чтобы индивидуальные усилия и сотрудников вместе создавали ценность для организации.

5. Специалисты по управлению персоналом создают ценность, исполняют свою профессиональную роль и демонстрируют свои профессиональные компетенции.

Список литературы

1. Гуськова Л.Б. О построении автоматизированного рабочего места менеджера // Успехи современного естествознания. 2012. № 6. С. 106.
2. Землянухина Н.С. О применении информационных технологий в менеджменте // Успехи современного естествознания. 2012. № 6. С. 106-107.

3. Камакин В.Д., Львович И.Я. Проблемы защиты электронных документов // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2018. № 4(27). С. 64-66.
4. Воронин В.В., Шаповалов А.В., Пожидаев А.С. Проблемы управления проектами в организациях // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2018. № 4(27). С. 96-98.
5. Макрецова А.М. Основные методы оценки конкурентоспособности компаний // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2018. № 4(27). С. 105-108.
6. Юрочкин А.Г., Коростелева Н.А. Анализ особенностей управления и менеджмента в современных компаниях // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2018. № 3(26). С. 78-80.
7. Преображенский Ю.П. Информационные технологии, используемые в сфере менеджмента // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2018. № 2(25). С. 43-46.
8. Бессонова А.А., Дубинин В.В., Львович И.Я., Лялина Ж.И., Преображенский А.П., Рубинштейн Е.Д., Салтыков М.А., Филипова В.Н., Филиппова И.В. Управление социально-экономическими системами в условиях модернизации // коллективная монография / Саратов, 2013, 110 с.
9. Неравенство распределения налогового потенциала субъектов РФ/ Матвеев В.В., Мазур Л.В., Богачева В.В.// Вестник ОрелГИЭТ. 2017. № 4 (42). С. 85-91.
10. Оценка ретроспективы, проблемы и стратегия социально-экономического развития региональной системы/ Матвеев В.В., Устенко А.А., Леонова С.Н., Петрова Ю.М., Перова Г.И., Алимова Г.С., Борисова Л.И., Симонов С.В., Филонова Е.С., Агеев А.В., Базилевич А.И., Блинные А.Е., Стукашова Л.А.// Орел, 2009.
11. Устойчивость, резервоэффективность экономики, институты развития в условиях неопределенности/ Ильминская С.А., Матвеев В.В., Илюхина И.Б., Филонова Е.С., Симонов С.В., Соболева Ю.П., Маслова О.Л., Ефименко И.С., Ивлева Н.В., Баранова С.В., Боброва Е.А.// монография / под общей редакцией В.В. Матвеева. Орел, 2014.
12. Социальная ответственность менеджмента/ Базилевич А.И., Базилевич О.И., Захаров П.Н., Комаров Н.Н., Матвеев В.В., Моргунова Р.В., Панков Э.В., Проскурин В.К., Родионова Н.В., Трунин Г.А., Филимонова Н.М., Моргунова Н.В.// учебник для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент» / . Москва, 2013.
13. Налоговая политика РФ: реализация антикризисных мер на федеральном уровне/ Матвеев В.В., Мазур Л.В.// В сборнике: Фундаментальные и прикладные исследования в области экономики и финансов, Материалы и доклады. Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Орловский филиал); Под общей редакцией О.А. Строевой. 2016. С. 123-127.
14. Краудфандинг как новый вид инвестирования предпринимательской деятельности/ Михневич А.В., Обьедков А.П., Шульга Е.И.// Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2017. № 7-2. С. 297-299.
15. Понятие контролирующего должника лиц в процедуре банкротства/ Михневич А.В., Оселедко А.Н.// Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2018. № 10-2. С. 151-159.
16. Венчурное инвестирование как важнейший источник финансирования научных исследований и инновационной деятельности/ Турлий Е.В., Михневич А.В.// Полиаматис. 2017. № 4. С. 93-100.
17. Аудит эффективности государственных расходов как методическая основа оценки эффективности системы государственного финансового контроля/ Артеменко Д.А.// Научный вестник Южного института менеджмента. 2013. № 4. С. 4-9.
18. Влияние финансовых рисков на управление нематериальными активами компании/ Артеменко Д.А., Артеменко Г.А.// Финансовые исследования. 2018. № 3 (60). С. 63-70.

19. Методы совершенствования налогового консультирования/ Артеменко Д.А., Артеменко Г.А.// Экономика и управление: проблемы, решения. 2017. Т. 1. № 4. С. 117-124.

20. Налоговое консультирование трансфертного ценообразования корпораций/ Артеменко Д.А., Артеменко Г.А.// Научный вестник Южного института менеджмента. 2015. № 3. С. 38-42.

21. Содержание и сущностная специфика налогового администрирования/ Артеменко Д.А., Агузарова Л.А.// Известия Кабардино-Балкарского научного центра РАН. 2010. № 2 (34). С. 14-20.

22. Выбор приоритетов эффективного управления интеллектуальными ресурсами в экономике знаний/ Ершова И.Г., Вертакова Ю.В.// Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2012. № 2. С. 260-270.

23. Прогнозирование и планирование социально-экономического развития России и ее регионов/ Евченко А.В., Ершова И.Г.// Министерство образования Российской Федерации, Курский государственный технический университет. Курск, 2003.

24. Анализ подготовки квалифицированных рабочих кадров региона/ Ершова И.Г.// Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. 2010. № 3 (35). С. 181-190.

25. Управление потребностью в специалистах на рынке труда в экономике знаний/ Ершова И.Г., Белоусова Л.С.// Вестник ОрелГИЭТ. 2012. № 1 (19). С. 139-145.

26. Стратегическое управление концепции импортозамещения промышленного производства/ Ершова И.Г.// Фундаментальные исследования. 2015. № 11-7. С. 1420-1424.

Korosteleva Natalia Alexandrovna, specialist

(e-mail: AlexStepanch@yandex.ru)

Open joint-stock company "Voronezh factory
semiconductor devices-Assembly", Voronezh, Russia

STRATEGIC MANAGEMENT AS A FACTOR OF INCREASE OF COMPETITIVENESS OF THE ORGANIZATION

Abstract: *The paper discusses the key features of strategic management in terms of improving the competitiveness of organizations.*

Key words: *The article discusses the key features of strategic management in terms of improving the competitiveness of organizations..*

О ЦЕЛЕВОМ ЗНАЧЕНИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ

Коростелева Наталья Александровна, специалист

Открытое акционерное общество "Воронежский завод
полупроводниковых приборов-сборка", г.Воронеж, Россия
(e-mail: AlexStepanch@yandex.ru)

Статья связана с обсуждением возможностей управления персоналом в организациях на основе технологий стратегического менеджмента.

Ключевые слова: управление персоналом, стратегический менеджмент.

В современных условиях стратегическое управление является важнейшим фактором успешного выживания в усложняющейся конкурентной борьбе.

Это ориентирует организации гибко реагировать на запросы потребителей, осуществлять своевременные изменения в организации, отвечающие вызову со стороны окружения и позволяющие добиваться конкурентных преимуществ, что в совокупности позволяет организации достигать своих целей в долгосрочной перспективе.

При этом люди являются ключевым ресурсом организации, эффективность деятельности которой во многом зависит от них [1].

Стратегическое управление персоналом - понятие комплексное и наряду со стратегией включает в себя и совокупность других взаимосвязанных между собой элементов: функции и службу HR специалистов, кадровую политику, систему мотивации и поощрения персонала, показатели эффективности и результативности и т.д.

На сегодняшний день стратегическое управление персоналом имеет следующее определение: это управление формированием конкурентоспособного трудового потенциала организации с учетом происходящих и предстоящих изменений в ее внешней и внутренней среде, позволяющее выживать, развиваться и достигать своих целей в долгосрочной перспективе [2].

Таким образом, функции управления персоналом являются основополагающими элементами стратегического управления [3], включающие в себя планирование, организацию, набор и отбор персонала, адаптацию, развитие, обучение и оценку персонала, мотивацию и стимулирование и др.

Однако, в современном мире управление персоналом, будучи ключевым ресурсом организации, во многом определяющим результаты ее деятельности, должно не только ограничиваться выполнением комплекса традиционных взаимосвязанных между собой функций.

Задача менеджмента все больше сводится к познанию личности и развитию мышления персонала в рамках стратегических концепций: целенаправленность, анализ комплексных задач, принятие решений в условиях ограниченных ресурсов (информации), управление рисками, стратегическое планирование и реализация бизнес-стратегии.

Сотрудник и его инициатива должны быть в центре внимания корпоративного и стратегического управления.

Другими важными элементами HR-системы являются субъекты и объекты [4].

В роли субъектов выступают ключевые участники процесса, направленного на реализацию функций и достижения стратегических целей управления персоналом компании [5, 6]:

1. топ-менеджмент организации,
2. линейные менеджеры по персоналу,
3. HR-служба,
4. руководители подразделений, которые реализуют HR-функции относительно непосредственно своих подчиненных.

Следовательно, объектами HR-системы являются сотрудники либо конкретный работник подразделения.

Основной субъект системы управления персоналом - HR-служба, которая призвана исполнять набор различных функций и ролей в организации, в зависимости от основной стратегической цели, особенностей и специфики деятельности системы управления персоналом, а также численности персонала компании [7].

В теории управления персоналом выделяют основные роли HR-службы в зависимости от сущности исполняемых задач, функций и направленности на цели сотрудников или бизнеса:

- административного эксперта;
- защитника интересов работников;
- стратегического партнера;
- агента изменений.

Важно заметить, если роль административного эксперта и защитника интересов работников носят однообразный консервативный характер, то роль стратегического партнера и агента изменений являются более насыщенными по содержанию и имеют стратегически ориентированный подход к управлению персоналом [8].

Благодаря развитию стратегического подхода к менеджменту HR-система стала носить более значимый характер и рассматриваться как комплекс целенаправленных в организации действий или функций по управлению персоналом.

Список литературы

1. Землянухина Н.С. О применении информационных технологий в менеджменте // Успехи современного естествознания. 2012. № 6. С. 106-107.
1. 2. Гуськова Л.Б. О построении автоматизированного рабочего места менеджера // Успехи современного естествознания. 2012. № 6. С. 106.
2. 3. Камакин В.Д., Львович И.Я. Проблемы защиты электронных документов // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2018. № 4(27). С. 64-66.
3. 4. Воронин В.В., Шаповалов А.В., Пожидаев А.С. Проблемы управления проектами в организациях // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2018. № 4(27). С. 96-98.

4. 5. Макрецова А.М. Основные методы оценки конкурентоспособности компании // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2018. № 4(27). С. 105-108.

5. 6. Юрочкин А.Г., Коростелева Н.А. Анализ особенностей управления и менеджмента в современных компаниях // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2018. № 3(26). С. 78-80.

6. 7. Преображенский Ю.П. Информационные технологии, используемые в сфере менеджмента // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2018. № 2(25). С. 43-46.

7. 8. Бессонова А.А., Дубинин В.В., Львович И.Я., Лялина Ж.И., Преображенский А.П., Рубинштейн Е.Д., Салтыков М.А., Филипова В.Н., Филиппова И.В. Управление социально-экономическими системами в условиях модернизации // коллективная монография / Саратов, 2013, 110 с.

8. Неравенство распределения налогового потенциала субъектов РФ/ Матвеев В.В., Мазур Л.В., Богачева В.В. // Вестник ОрелГИЭТ. 2017. № 4 (42). С. 85-91.

9. Оценка ретроспективы, проблемы и стратегия социально-экономического развития региональной системы/ Матвеев В.В., Устенко А.А., Леонова С.Н., Петрова Ю.М., Перова Г.И., Алимova Г.С., Борисова Л.И., Симонов С.В., Филонова Е.С., Агеев А.В., Базилевич А.И., Блинников А.Е., Стукашова Л.А. // Орел, 2009.

10. Устойчивость, резервоэффективность экономики, институты развития в условиях неопределенности/ Ильминская С.А., Матвеев В.В., Илюхина И.Б., Филонова Е.С., Симонов С.В., Соболева Ю.П., Маслова О.Л., Ефименко И.С., Ивлева Н.В., Баранова С.В., Боброва Е.А. // монография / под общей редакцией В.В. Матвеева. Орел, 2014.

11. Социальная ответственность менеджмента/ Базилевич А.И., Базилевич О.И., Захаров П.Н., Комаров Н.Н., Матвеев В.В., Моргунова Р.В., Панков Э.В., Проскурин В.К., Родионова Н.В., Трунин Г.А., Филимонова Н.М., Моргунова Н.В. // учебник для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент» / . Москва, 2013.

12. Налоговая политика РФ: реализация антикризисных мер на федеральном уровне/ Матвеев В.В., Мазур Л.В. // В сборнике: Фундаментальные и прикладные исследования в области экономики и финансов, Материалы и доклады. Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Орловский филиал); Под общей редакцией О.А. Строевой. 2016. С. 123-127.

13. Краудфандинг как новый вид инвестирования предпринимательской деятельности/ Михневич А.В., Обьедков А.П., Шульга Е.И. // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2017. № 7-2. С. 297-299.

14. Понятие контролирующего должника лиц в процедуре банкротства/ Михневич А.В., Оселедко А.Н. // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2018. № 10-2. С. 151-159.

15. Венчурное инвестирование как важнейший источник финансирования научных исследований и инновационной деятельности/ Турлий Е.В., Михневич А.В. // Полиаматис. 2017. № 4. С. 93-100.

16. Аудит эффективности государственных расходов как методическая основа оценки эффективности системы государственного финансового контроля/ Артеменко Д.А. // Научный вестник Южного института менеджмента. 2013. № 4. С. 4-9.

17. Влияние финансовых рисков на управление нематериальными активами компании/ Артеменко Д.А., Артеменко Г.А. // Финансовые исследования. 2018. № 3 (60). С. 63-70.

18. Методы совершенствования налогового консультирования/ Артеменко Д.А., Артеменко Г.А. // Экономика и управление: проблемы, решения. 2017. Т. 1. № 4. С. 117-124.

19. Налоговое консультирование трансфертного ценообразования корпораций/ Артеменко Д.А., Артеменко Г.А.// Научный вестник Южного института менеджмента. 2015. № 3. С. 38-42.

20. Содержание и сущностная специфика налогового администрирования/ Артеменко Д.А., Агузарова Л.А.// Известия Кабардино-Балкарского научного центра РАН. 2010. № 2 (34). С. 14-20.

21. Выбор приоритетов эффективного управления интеллектуальными ресурсами в экономике знаний/ Ершова И.Г., Вертакова Ю.В.// Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2012. № 2. С. 260-270.

22. Прогнозирование и планирование социально-экономического развития России и ее регионов/ Евченко А.В., Ершова И.Г.// Министерство образования Российской Федерации, Курский государственный технический университет. Курск, 2003.

23. Анализ подготовки квалифицированных рабочих кадров региона/ Ершова И.Г.// Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. 2010. № 3 (35). С. 181-190.

24. Управление потребностью в специалистах на рынке труда в экономике знаний/ Ершова И.Г., Белоусова Л.С.// Вестник ОрелГИЭТ. 2012. № 1 (19). С. 139-145.

25. Стратегическое управление концепции импортозамещения промышленного производства/ Ершова И.Г.// Фундаментальные исследования. 2015. № 11-7. С. 1420-1424.

Korosteleva Natalia Alexandrovna, specialist

(e-mail: AlexStepanch@yandex.ru)

Open joint-stock company "Voronezh factory semiconductor devices-Assembly", Voronezh, Russia

ON THE TRUST VALUE OF STRATEGIC MANAGEMENT IN HUMAN RESOURCES

Abstract: The paper is connected with the discussion of the possibilities of personnel management in organizations on the basis of strategic management technologies.

Key words: personnel management, strategic management.

К ВОПРОСУ О МЕНЕДЖМЕНТЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

Костина Татьяна Михайловна, старший преподаватель

Кемеровский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

(e-mail: kostina.tm@kemerovorea.ru)

В статье рассматриваются особенности инновационного процесса и поиска новых подходов к его менеджменту. Отмечается возрастающая роль менеджмента в системе управления и поддержки инвестиционной деятельности и инновационного процесса.

Ключевые слова: инновации, инвестиции, менеджмент

В соответствии с майским указом Президента Владимира Путина, до 2024 года Россия должна обеспечить темпы роста экономики выше мировых и войти в топ-5 крупнейших экономик мира по ВВП по паритету покупательной способности. Эксперты по-разному оценивают перспективность достижения такого результата, но в целом признается, что она на 2018-2020 годы остается невысокой. Всемирный банк ожидает, что темп роста мировой экономики до 2028 года будет не выше 3%, а прогнозные темпы роста российской экономики - от 1,5% до 1,8%. Это значит, что по темпам роста Россия будет отставать от среднего показателя стран с развивающимся рынком и формирующейся экономикой (4,6%) и обгонит страны с высоким уровнем доходов (1,7%) только в 2020 году. При сохранении неблагоприятных факторов в виде экономических санкций, высокого уровня геополитической напряженности поиск новой экономической модели с большой вероятностью будет сопровождаться снижением внутреннего спроса, устойчивости экономического развития, что приведет к ослаблению экономической и финансовой безопасности и, соответственно, - к сокращению инвестиционных вложений [1, 2, 3]. Но при росте цен на нефть выше прогнозируемого уровня «падающая» экономика становится привлекательной для вхождения на рынок новых инвесторов. При этом инвесторы для обеспечения лучших конкурентных позиций будут активно внедрять инновационные элементы и технологии.

Такое понимание реалий современной рыночной экономики логично и обосновано многими исследованиями. И в России уделяется особое внимание созданию благоприятных условий для инновационного процесса. Его стимулирование содержит целый ряд мероприятий и направлений поддержки: от создания территорий с особым налоговым режимом, технопарков, научно-исследовательских центров, институтов, центров и других площадок для инновационного прогресса определения налоговых льгот, повышения финансовой безопасности и надежности банков [4, 5]. Инновации в России – широко обсуждаемая тема, которая, однако, не так часто доходит до конкретики. Пока мало известно о реальном опыте внедрения

инноваций, недостаточно четко определены границы самого феномена и критериев отнесения к нему – что считать инновационным проектом, услугой, технологией?

За время экономической нестабильности инновационная структура постепенно улучшается, приспосабливается к новым условиям, к ее формированию применяются различные подходы. Например, системный подход ко всем звеньям инновационного движения повышает качество инновационной инфраструктуры.

Важным моментом становится развитие менеджмента как модели устойчивого инновационного развития. Развитие менеджмента в любом регионе позволит успешно развиваться отраслям и создавать условия для внедрения инноваций, разрабатывать системы оценки эффективности работы предприятий, повышать доходные статьи бюджета [6, 7]. Ориентированность на качественный менеджмент позволит производить конкурентоспособный товар, получать большее количество прибыли на всех этапах инновационного процесса.

Успешное управление инновационным развитием региона позволит качественно оптимизировать производство, увеличивать количество рабочих мест, повышать производительность труда, удовлетворять потребности и повышать уровень жизни населения. Правильное планирование инновационного процесса, организация и координация усилий различных структур позволит обеспечить необходимую стабильность для инновационной системы региона и решения задач устойчивого социально-экономического развития. Тем не менее, стоит учитывать, что конкурентоспособность – это меняющаяся позиция. Ориентация на рынок – ситуативна, и модели, которые сейчас в тренде, необязательно окажутся конкурентоспособными в горизонте ближайшего времени. Поэтому поиск новых подходов в менеджменте инновационного процесса в российских регионах сочетается с повышением эффективности диверсификации деятельности предприятий, снижением рисков банкротства [8, 9]. Особенно актуальна проблема менеджмента инноваций в регионах промышленной ориентации, к которым относится Кемеровская область [10, 11].

Инвестиционный и инновационный потенциал Кемеровской области в значительной степени определяется сырьевой направленностью ее экономики. В настоящее время для повышения инвестиционной привлекательности Кемеровской области реализуются меры по развитию законодательства в этой сфере. основополагающими нормативными актами Кемеровской области являются законы «О государственной поддержке инвестиционной, инновационной и производственной деятельности в Кемеровской области» от 26 ноября 2008 г. №102-ОЗ, «О налоговых льготах субъектам инвестиционной, инновационной и производственной деятельности Кемеровской области» 26 ноября 2008 г. №101-ОЗ, «О технопарках в Кемеровской области» от 02 июля 2008 г. №55-ОЗ и «О зонах экономического благоприятствования» от 08.07.2010 г. №87-ОЗ.

В них определены основные механизмы государственной поддержки инвесторов (например, снижение или освобождение от налогов, предоставление государственных гарантий, субсидии на компенсацию части процентной ставки по инвестиционным банковским кредитам, а также гранты и льготные займы на развитие производства). Кроме того, в Кемеровской области полностью завершено внедрение Стандарта деятельности органов исполнительной власти по обеспечению благоприятного инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации.

С 2010 года действует механизм государственной поддержки инвесторов – создание региональных зон экономического благоприятствования. Компании, которые запускают производство на территории такой зоны, получают максимально возможные налоговые льготы: полностью освобождаются от налога на имущество, платят налог на прибыль по сниженной ставке (16,5% вместо 20%). Для тех, кто находится на упрощенной системе налогообложения, налог уменьшается в 3 раза: с 15% до 5%. На сегодняшний день в Кузбассе действуют две такие зоны (в Таштагольском районе – туристско-рекреационная зона экономического благоприятствования «Горная Шория» и в Новокузнецке – зона экономического благоприятствования промышленно-производственного типа «Кузнецкая Слобода»).

В целях информирования российских и иностранных инвесторов в Кузбассе создан специальный Интернетресурс – Инвестиционный портал Кемеровской области keminvest.ru. Информация на портале представлена на русском, английском, немецком, китайском языках. Инвестор в любой точке мира может зайти в Интернет и ознакомиться с инвестиционными площадками (их более 400), инвестиционными проектами и паспортами городов и районов Кемеровской области. Кемеровская область запустила в эксплуатацию портал <http://isogd42.ru/>, позволяющий инвесторам получать информацию о любом земельном участке.

Сегодня, в силу новых экономических реалий, внедрение инноваций становится общим вектором развития для страны. Именно высокая инновационная ёмкость на всех уровнях и во всех отраслях позволит обеспечить России качественный прорыв, необходимость которого обусловлена реалиями глобального рынка, а также неоднократно подчеркивается первыми лицами государства, обоснована и признается широкими научными кругами.

Список литературы

1. Сергеев И.В., Веретенникова И.И. Организация и финансирование инвестиций. / И.В. Сергеев – М.: Финансы и статистика, 2017. – 246 с.
2. Kopein V., Filimonova E., Sinitsyna T., Lantseva T., Morozenko N. Improving Financial Security Model under Sanctions as Sustainable Development Component. / В сборнике: E3S Web of Conferences Electronic edition. 2018.
3. Сеницын, А.В. Взаимосвязь инвестиционного процесса и инноваций как аспекта инвестиционной привлекательности и финансовой безопасности региона [Текст] / А.В.

Синицын, В.В. Копеин // Экономика и предпринимательство. – 2019. – № 1 (102). – С. 310-315.

4. Копеин В.В. К вопросу взаимосвязи инновационного процесса и инвестиционного климата / В.В. Копеин // В сборнике: ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА сборник научных статей 4-й Всероссийской научно-практической конференции. Юго-Западный государственный университет. – Курск. – 2019. – С. 129-131.

5. Фаттахова, О.М. Эпистемологические особенности финансовой безопасности банковской системы [Текст] / О.М. Фаттахова, Е.А. Филимонова, Т.М. Костина, А.Г. Павлечко, И.И. Шурчанова // Экономика и предпринимательство. – 2019. – № 1 (102). – С. 316-320.

6. Попова, Н.С. Методической инструментарий оценки эффективности диверсификации деятельности предприятия / Н.С. Попова Н.С., Л.В. Рябцева, О.А. Затепакин // Фундаментальные исследования. – 2019. – № 2. – С. 21-25.

7. Копеин В.В. Региональная экономика: бюджет и безопасность / В.В. Копеин // В сборнике: ВНЕДРЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ИННОВАЦИОННЫХ РАЗРАБОТОК: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции. – Стерлитамак. – 2018. – С. 118-120.

8. Попова, Н.С. К вопросу об определении и сущности понятий несостоятельности и банкротства / Н.С. Попова, Л.В. Рябцева, И.Г. Степанов // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 7-1. – С. 171-174.

9. Голова И.М. Инновационный климат региона: проблемы формирования и оценки. / И.М. Голова. – Екатеринбург: Ин-т экономики УрО РАН, 2016. – 169 с.

10. Копеин, В.В. Финансовая система в координатах финансовой безопасности региона [Текст] / В.В. Копеин, Т.Г. Ланцева, А.Г. Павлечко, Т.В. Синицына // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 1 (90). – С. 225-229.

11. Копеин, В.В. Социально-экономический фон региона «ресурсного проклятия» как основа финансового инструментария для экологической сферы / В.В. Копеин, Т.Г. Ланцева, Т.В. Синицына // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 6 (95). – С. 318-322.

Kostina Tatjana Mikhailovna, The Senior Lecture, Faculty of Management and Business technology
(e-mail: kostina.tm@kemerovorea.ru)

Kemerovo institute (branch) of Plekhanov Russian University of Economics
TO THE QUESTION ABOUT MANAGEMENT OF INNOVATION IN SOCIO-ECONOMIC SYSTEMS

Abstract. This article discusses the features of the innovation process and the search for new approaches to management. Notes the growing role of management in system administration and support investment and innovation process.

Keywords: innovations, investments, management

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ ИННОВАЦИОННО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ ЭКОНОМИКИ

Кротенко Татьяна Юрьевна, к. филос. н., доцент

Государственный университет управления, г.Москва, Россия

(e-mail: krotenkotatiana@rambler.ru)

Управление персоналом предприятия инновационно-ориентированной экономики направлено на создание условий для наиболее эффективного использования его трудового и творческого потенциала, повышение качества жизни, укрепление трудовых отношений, изменение мотивации и получение от работников максимальной отдачи.

Ключевые слова: мотивация персонала, система мотивации, человеческий капитал, мотиваторы, методы мотивации.

Система взаимоотношений между работником и работодателем, которая складывается в современных условиях, не учитывает тот факт, что успешное функционирование и развитие любой компании зависит от качества жизни персонала организации и стимулирующей роли заработной платы. Снижение качества жизни, которое связано с несправедливым формированием и распределением доходов, формирует неудовлетворительные результаты деятельности организации и влияют на снижение стимулирующей роли заработной платы [1].

Важно отметить, что система мотивации любой организации призвана учитывать внешние стимулы, внутренние мотивы деятельности, персональный опыт сотрудников и их личный опыт, психологические особенности человека, потребности в управлении или подчинении, правовое регулирование, а также эффективное сочетание материальных и нематериальных факторов в управлении персоналом [2].

Методы мотивации персонала – это способы управленческих воздействий на персонал для достижения целей организации. Эти методы основаны на действии законов и закономерностей управления; они предполагают использование управленческим аппаратом фирмы различных приемов влияния на персонал для активизации его деятельности.

Проведённые исследования в области стимулирования и мотивации в ведущих мировых корпорациях установили, что связь системы мотивации с внешней средой отражает особенности принимающих стран с учётом преобладающего в экономике технологического уклада и используемых в национальной экономической модели систем управления организациями (управление промышленным производством, традиционное управление, управление на этапе научно-технического прогресса и т.п.). В результате смены технологических укладов меняются и системы стимулирования и мотивации персонала на предприятиях, поскольку роль человека в организации возрастает [3].

Управление мотивацией без представления о приоритетных потребностях, национальных ценностях в сегодняшних условиях не представляется возможным. Процесс управления мотивацией должен основываться на информационной функции и изучении присущих сотруднику уникальных характеристик. В международном бизнесе факторы национальной среды создают существенные сложности. Именно поэтому корректная оценка того, как различаются национальные культуры и учёт их особенностей становятся всё более и более важными.

Поскольку социальные изменения носят всеохватывающий характер, затрагивающий все сферы деятельности человека, общий хаос переходного периода обусловил существенную деформацию мотивационной сферы современного человека. Так, становление рыночной экономики в современном обществе протекало в условиях трансформации системы базовых ценностей, что явилось причиной деформации мотивов социальной деятельности и творчества в том числе. В результате произошло нивелирование роли моральных, духовных мотивов, и на первый план вышли потребности в материальных благах.

Однако, в последнее время технологический прогресс способствует тому, что творческие возможности личности, ее способности к созданию нового продукта становятся главным ресурсом будущего. Более того, важнейшим отличием современного человека оказывается новый характер мотивации, определяющей его деятельность. Так, мотивы все сильнее трансформируются из внешних, которые определяются стремлением к росту материального благосостояния, во внутренние, которые порождаются потребностью в самореализации и личностном росте. Доминирующим мотивом деятельности становится самосовершенствование личности, а непосредственным результатом - обретение ею новых личностных качеств и наращивание творческого потенциала. В результате материальная составляющая в процессе формирования и реализации мотивации, побуждающей современного человека к творческой деятельности, постепенно отходит на второй план, что способствует восстановлению роли духовных мотивов [4].

В некоторых компаниях уже в настоящее осуществляется мотивация творчеством, в частности посредством выездных мастер-классов.

Выездные творческие мастер-классы рекомендуется проводить не только для мотивации. Такие проблемы, как стрессы и неудовлетворенность работой, низкая лояльность, создание позитивного микроклимата в коллективе могут быть решены. Правильно проведенный мастер-класс может стать некой формой team-building.

Таким образом, управление персоналом в процессе деятельности направлено на создание условий для наиболее эффективного использования его трудового и творческого потенциала, повышение качества жизни, укрепление трудовых отношений, изменение мотивации и получение от работников максимальной отдачи.

Мотивация представляет собой создание системы условий, которые влияют на поведение человека, оказывают на него направляющее действие. Мотивационный процесс отражен в различных подходах, среди которых можно выделить: содержательный, процессный, экономический, неэкономический, психологический и другие подходы [5].

Система мотивации, сформированная под влиянием факторов внешней и внутренней среды предприятия, выступает совокупностью методов стимулирования труда работников компании с целью реализации оперативных и стратегических целей и задач.

Список литературы

1. Кротенко Т.Ю. Формирование приемов мотивационного менеджмента. Материалы 23 международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы управления 2018», 2019, 58-62.
2. Кротенко Т.Ю. Философские аспекты интеллектуального потенциала организации. – Шаг в будущее: искусственный интеллект и цифровая экономика. Материалы I международной научно-практической конференции – М.: ГУУ, 2018. Выпуск 3. С. 106-111.
3. Антонов В.Г. Румянцев И.А., Кротенко Т.Ю. Оценка уровня и структуры мотивации к учебе студентов бакалавриата как показателей качества образования. - Перспективы науки и образования, 2019, 2 (38), 268-285.
4. Кротенко Т.Ю. Инновационный менеджмент: образование управленцев-инженеров. Материалы 7-ой Международной научно-технической конференции «Качество в производственных и социально-экономических системах», т. 1, 255-259.
5. Кротенко Т.Ю., Жернакова М.Б. Компетенции менеджера эпохи цифровой революции. «Вестник ГУУ», 2019, 5.

Krotenko Tatiana Yurievna, cand. of philosophy, associate professor

State University of management, Moscow, Russia

STAFF MOTIVATION OF THE ENTERPRISE INNOVATION-ORIENTED ECONOMY

Abstract. *Personnel management of the enterprise of innovation-oriented economy is aimed at creating conditions for the most effective use of its labor and creative potential, improving the quality of life, strengthening labor relations, changing motivation and getting the maximum return from employees.*

Keywords: *personnel motivation, motivation system, human capital, motivators, motivation methods.*

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

Кротенко Татьяна Юрьевна, к.филос.н., доцент

Государственный университет управления, г.Москва, Россия

(e-mail: krotenkotatiana@rambler.ru)

В современном мире необходимое условие для существования рыночной экономики – это наличие конкурентной среды, прежде всего, среди производителей. Она, несомненно, стимулирует технологический прогресс, задаёт направление инновациям, стимулирует развитие экономики и, в итоге, способствует улучшению уровня жизни населения.

Ключевые слова: конкурентоспособность, состоятельность, соревновательность, устойчивость предприятия, инновационная экономика.

Необходимость обеспечения конкурентоспособности исходит из концепции ускоренного удовлетворения требований рынка, насыщения его товарами повышенного или первоочередного спроса, создания условий для достойного выхода на внешний рынок и выживаемости организации в условиях жесткой конкуренции [1].

Знание сильных и слабых сторон конкурентов, их отличительных особенностей (клиентура, организация управления, методы обслуживания и т.д.) позволяет организациям выявлять собственные конкурентные преимущества и определять позицию на рынке услуг, а также особенности деятельности, которые, в свою очередь, будут отличать её от других организаций и привлекать потребителя.

Таким образом, управляя своими конкурентными действиями, участники рынка непременно влияют на деятельность конкурентов, координируют и регулируют процесс участия в конкуренции, в том числе ведут управление конкурентными преимуществами, результатами, позициями и ресурсами.

Необходимость управления чужими конкурентными позициями обусловлена тем, что от них зависят собственные успехи участников рынка в конкуренции. Управление ими может осуществляться лишь косвенно, посредством постоянного и последовательного оказания влияния на деятельность соперников и остального окружения [2,3].

От менеджмента прошлых лет современный отличается целым рядом важных и новых черт. В наши дни привлечение интеллектуальных ресурсов в сферу планирования уже не что-то новое, ведь это позволяет перейти к многоцелевым планам, необходимо лишь понимать, что решение, эффективное для одной сферы может вызвать негативные последствия в других сферах, тогда как в традиционном управлении несколько целей рассматривается изолированно, что приводит к снижению эффективности и ошибкам, такой однокритериальный подход можно рассмотреть на примере показателей эффективности, например, прибили и доходах. Когда все силы

организации сфокусированы на расширении производства продукции, но при этом сокращаются инвестиции на ее обновление, то произойдет отставание от быстро обновляющих свою продукцию конкурентов и вместо получения прибыли это действие понесет за собой убытки. Вот почему инновации необходимо создавать за рамками специализированных отделов по исследованию и разработкам и превращаться в ежедневные инструменты роста внутрифирменной эффективности и конкурентоспособности всех подразделений. Развитие организации без построения инновационных процессов обрекает ее на несомненную потерю рыночных позиций [3].

Культура эффективного менеджмента основана на многополярности интересов, на образовании в системах управления такого интеллектуального ядра, которое включало бы в себя сеть команд, объединивших в себе наиболее выдающихся и талантливых специалистов, которые будут в состоянии выбрать оптимальный вариант долгосрочного развития, как и решить существующие проблемы, а возможно и проблемы будущего всей организации в целом. Один руководитель не справится с решением всех задач управления, а если речь идет о предприятии среднего размера, то и одной команды уже будет недостаточно. Команды должны быть специализированы, гибко менять свои структуры и состав, многополярность интересов – основной критерий для культуры эффективного менеджмента [4].

Сегодняшний менеджмент – это постоянный поиск все более новых средств и подходов для улучшения конкурентоспособности, а достичь этого без создания более конкурентоспособного менеджмента невозможно.

Конкуренция может присутствовать везде, поэтому важно отметить экономическую эффективность и действенность - факторы устойчивого успеха организации. Первое отражает то количество затрат, которые фирма использовала, чтобы произвести единицу продукции. Отсюда следует, что при увеличении количества некоторой производимой продукций или количества потребителей, которых фирма обслуживает, и при этом уровень затрат останется неизменным, компания повышает свою экономическую эффективность, или количество и качество произведенной продукции остается неизменным, а количество затрат уменьшается, то и в этом случае компания повышает свою экономическую эффективность [5].

В свою очередь, конкуренцию следует отнести к такому универсальному условию, которое лежит в основе процесса совершенствования и прогресса живых систем. Действительно, если дарвинскую концепцию эволюции рассмотреть в реалиях взаимоотношений между живыми системами, то следует отметить, что эти отношения характеризуются или конкуренцией, или различного рода кооперациями. При этом, конкуренция всегда в большей степени преобладает в борьбе за выживание. Сюда относится и борьба за доступ к пище и конкуренция, связанная с продолжением рода и т. п.

Известно, что всякое ослабление таких конкурентных отношений в рассматриваемых системах неизбежно ведет к утрате тех их свойств, которые

укрепляют состояние и положение этой системы среди остальных систем, а также ее нахождение в окружающей среде, среде обитания в целом.

Жизнь в социуме потребовала не только появления взаимопомощи и взаимодействия в различных видах жизнедеятельности людей. Обеспечение развития, необходимого для наращивания производительности приносит именно труд, его общественный характер, которых поспособствовал появлению цивилизованных свойств конкуренции. Появились соревновательность и состязательность. Состязательность, способствовала развитию способностей, которыми различались индивиды. Такое влияние конкуренции на развитие способностей, на их разнообразие можно с уверенностью отнести к наиболее значимым факторам, обеспечившим наращивание потенциала человеческих ресурсов. Можно также с уверенностью сказать, что чем сложнее само общество, деятельность большей части социальных групп, тем и чувствительнее будет действовать нравственное начало политических, экономических и административных интересов. Существует несколько слоев нравственных основ конкуренции:

Первый и наиболее «древний» ее слой можно определить, как корпоративный. Это своего рода корпоративная нравственность, ориентированная на те нормы, которые позволяют группе уцелеть, сохранить свое место в определенных политических социальных и экономических обстоятельствах. Неудивительно, что эта форма конкуренции находит отражение и в современных действиях управления организацией. Может показаться странным, но это особенно свойственно крупным организационным формам, в которых признаки корпоративно-охранительной конкуренции находят отражение в бюрократизации управления и регламентации организационного поведения.

Вторым уровнем является доминирование ценностей определенной социальной группы. Речь идет о гонке за высокий престиж, общественную значимость, которые находятся в основе такой конкурентной борьбы у различных социальных слоев и групп [4,5].

Третий слой составляют общечеловеческие ценности, полученные или выработанные в процессе полученного опыта общественной жизни людей. Ориентированы они главным образом на создание в обществе неких условий, которые обеспечили бы приемлемый уровень существования и деятельности, обеспечивающих развитие человека, его способностей независимо от тех случайных по своему происхождению факторов, которые определяются социальным положением или обстоятельством биологического свойства.

В итоге, такие общечеловеческие ценности ориентированы на то, чтобы исключить из конкурентного противостояния какие-либо случайные факторы, сделать конкуренцию на основе факторов, составляющих существенные свойства человека, таких, как интеллект, творчество и т.п. [2]. Именно такие характеристики человека в их развитом состоянии обеспечивают наращивание в комплексе силы человеческих ресурсов, делают из

человека главную производственную силу общества. Нет сомнений о необходимости таких основ конкуренции в обществе, ведь, всем известно, что человек в системе производительных сил единственный обладает уникальным свойством.

Список литературы

1. Кротенко Т.Ю. Методические подходы к разработке индикаторов экономической безопасности организации. «Вестник ГУУ», 2018. № 11. С. 18-22.
2. Кротенко Т.Ю. Философские аспекты интеллектуального потенциала организации. – Шаг в будущее: искусственный интеллект и цифровая экономика. Материалы I международной научно-практической конференции – М.: ГУУ, 2018. Выпуск 3. С. 106-111.
3. Кротенко Т.Ю. Индикаторы информационно-экономической безопасности предприятия. Материалы 7-ой Международной научно-технической конференции «Качество в производственных и социально-экономических системах», т. 1, 250-255.
4. Кротенко Т.Ю., Степаненко С.Э., Шитуева Д.А. Агентские конфликты как следствие корпоративного мошенничества. В сборнике: Актуальные проблемы управления - 2018. Материалы 23-й Международной научно-практической конференции. ГУУ. Москва, 2019. С. 55-58.
5. Кротенко Т.Ю. Интеллектуальный потенциал и безопасность организации. Тенденции развития науки и образования, 2018, 42, 49-52.

*Krotenko Tatiana Yurievna, cand. of philosophy, associate professor
State University of management, Moscow, Russia*

ENTERPRISE COMPETITIVENESS AND DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ECONOMY

Abstract. *In the modern world, a necessary condition for the existence of a market economy is the presence of a competitive environment, primarily among producers. It undoubtedly stimulates technological progress, sets the direction for innovation, stimulates economic development and, as a result, improves the living standards of the population.*

Keywords: *competitiveness, competitiveness, competitiveness, enterprise stability, innovative economy.*

СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КАДРОВОГО СОСТАВА ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ

Крысан Светлана Григорьевна, начальник отдела работы с персоналом управления государственной службы и кадров
департамент внутренней и кадровой политики Белгородской области,
г. Белгород, Россия
(e-mail: lana230779@mail.ru)

Перегина Ольга Викторовна, заместитель начальника отдела работы с персоналом управления государственной службы и кадров
департамент внутренней и кадровой политики Белгородской области,
г. Белгород, Россия
(e-mail: peregina@mail.ru)

Гут Юлия Николаевна, к.психол.н., доцент кафедры общей и клинической психологии
НИУ «БелГУ», г. Белгород, Россия
(e-mail: gut.julya@yandex.ru)

Статья посвящена вопросу применения современных технологий поиска и отбора кадров для органов государственной власти Белгородской области.

Ключевые слова: поиск кадров, отбор кадров, государственная служба, органы государственной власти.

На недостаток квалифицированных специалистов жалуются представители государственных структур, социальной сферы, бизнеса. Все осознают, что главным ресурсом развития страны являются люди [3, с.66]. Поэтому проблеме «кадрового голода» в последние годы уделяется большое внимание. Белгородская область во многих сферах деятельности является прогрессивной, что еще больше обостряет потребность в новых высокопрофессиональных управленческих кадрах, способных гибко адаптироваться к быстро меняющимся условиям современного мира. Найти подходящего кандидата становится все сложнее. В связи с этим особенно важным и актуальным становится оптимизация процесса поиска и отбора кадров [1-5].

Системообразующим элементом развития государственной гражданской службы является повышение требований не только к опыту и умениям, но и к личностно-профессиональным качествам современных государственных гражданских служащих.

С целью обеспечения увеличения притока соискателей, готовых к поступлению на гражданскую и муниципальную службу департаментом внутренней и кадровой политики области разработан и реализован проект «Создание системы поиска (привлечения) кадров» («Заяви о себе!»).

Достичь поставленной цели команда проекта смогла путем использования различных источников и современных методов поиска персонала, ин-

формирования граждан о возможностях поступления на гражданскую и муниципальную службу, выстраивания взаимодействия со всеми структурами, участвующими в системе поиска и подбора кадров, а именно органами государственной власти и органами местного самоуправления, управлением по труду и занятости населения области и подведомственными ему центрами занятости населения области и рекрутинговыми агентствами.

В ходе реализации проекта подписаны соглашения о взаимодействии с ассоциациями работодателей, ВУЗами и Рекрутинговыми агентствами в целях сотрудничества по вопросам поиска кадров для работы в органах государственной власти, органах местного самоуправления области.

В рамках настоящих соглашений достигнут двусторонний обмен информацией о вакантных должностях и кандидатах с работодателями и организация мероприятий, направленных на информирование студентов о перспективах трудоустройства в органах государственной власти области (органах местного самоуправления), а также содействие удовлетворению потребностей органов государственной власти области в квалифицированных кадрах по заявкам Департамента с образовательными организациями. Департамент также может выступать и связующим звеном между работодателями и образовательными организациями, что пойдет только на пользу сложившейся ситуации.

Также созданы правовые условия системы поиска (привлечения) кадров:

- внесены изменения в ряд существующих нормативно-правовых актов;
- разработаны и утверждены «Методические рекомендации по планированию найма и организации поиска (привлечения) и отбора кадров», «Регламент взаимодействия органов исполнительной власти, государственных органов области и подведомственных им учреждений, органов местного самоуправления при поиске (привлечении) и отборе кадров».

Утвержденные НПА разработаны в целях обеспечения методической поддержки осуществления эффективного планирования найма и качественного подбора кадров, а также определения процедуры и порядка взаимодействия между участниками системы поиска и отбора кадров и своевременного обеспечения органов исполнительной власти, государственных органов области и органов местного самоуправления и подведомственных им учреждений, организаций, предприятий квалифицированными кадрами на соответствующие должности и создания необходимого резерва перспективных кадров.

Для размещения в открытом доступе вакансий государственной гражданской, муниципальной службы и подведомственных учреждений и предоставления возможности соискателям заявить о себе департаментом внутренней и кадровой политики разработан Кадровый портал Белгородской области «Заяви о себе» (hr.belregion.ru).

Основными функциями портала являются:

– формирование полноценного информационного ресурса по вопросам государственной гражданской службы;

– формирование единой базы вакансий государственной гражданской и муниципальной службы области;

– обеспечение возможности для граждан, заинтересованных в поступлении на государственную гражданскую и муниципальную службу, сообщить о себе информацию, которая доступна кадровым службам органов государственной власти и органов местного самоуправления области.

Таким образом, разработанный Кадровый портал позволит найти необходимую информацию всего в два – три клика.

Формирование единой базы вакантных должностей способствует притоку кандидатов и повышению открытости для граждан РФ информации о возможностях трудоустройства в органах государственной власти, органах местного самоуправления и подведомственных учреждениях. Это дает возможность большому количеству молодых кандидатов попробовать свои силы на государственной службе. В связи с чем, возрастной состав служащих, как на областном уровне, так и на муниципальном значительно «омолодился» (средний возраст служащих составляет 40 лет).

В рамках реализации проекта «Создание системы поиска (привлечения) кадров» («Заяви о себе!») была внедрена система поиска (привлечения) кадров в 30 органах государственной власти и 22 органах местного самоуправления, обеспечивающая увеличение числа обратившихся до 5000 человек, из них отобрано и включено в кадровую базу региона 1722 человека, что более чем в 5 раз превышает показатель 2016 года.

В ходе реализации проекта были трудоустроены 343 кандидата на государственную гражданскую и муниципальную службу, а также предприятия и организации Белгородской области.

Таким образом, как показывает практика: чем больше методов привлечения кандидатов задействовано, тем большее количество граждан удастся привлечь и тем выше вероятность выявления наиболее перспективных кадров, из которых будет сформирована кадровая база региона для дальнейшего подбора и отбора кадров на замещение вакантных должностей и (или) на включение в кадровый резерв органов государственной власти, органов местного самоуправления и их подведомственных учреждений.

Список литературы

1. Магура М.И. Поиск и отбор персонала. – М.: ИД "Управление персоналом", 2013. – 304 с.
2. Макгалаков А.Г. Профессиональный отбор персонала. - Питер, 2008. – 479 с.
3. Мицкевич Л.А. Методология и методики проведения оценки профессиональной служебной деятельности государственных гражданских служащих и лиц, претендующих на замещение должностей гражданской службы Красноярского края. Красноярск, 2005. – 129 с.
4. Осейчук В.И. Как преодолеть кадровый голод на гражданской и муниципальной службе // Государственная служба. – 2010. – № 2. – С. 38–41
5. Поликанов Д.В. «Кадровый голод» на государственной и муниципальной службе // Мониторинг общественного мнения. – 2010. – № 5(99). – С. 66–85

Krysan Svetlana Grigorievna, head of the Department of work with the staff of the Department of public service and personnel

*Department of internal and personnel policy of Belgorod region, Belgorod, Russia
(e-mail: lana230779@mail.ru)*

Peregina Olga, Deputy head of the Department of work with the personnel of the Department of public service and personnel

*Department of internal and personnel policy of Belgorod region, Belgorod, Russia
Gut Yuliya Nikolaevna, Cand. Psychol. Sci., associate Professor of General and clinical psychology*

NRU "BelSU", Belgorod, Russia

MODERN TOOLS OF FORMATION OF PERSONNEL STRUCTURE OF BODIES OF STATE POWER

Abstract. The article is devoted to the application of modern technologies of search and selection of personnel for public authorities of the Belgorod region.

Key words: personnel search, personnel selection, public service, public authorities.

ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ В ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ

Лось Кирилл Игоревич

*Юго-Западный государственный университет, г.Курск, Россия
lodokris@gmail.com*

Высшее образование играет одну из ведущих ролей в развитии любого государства. Современные реалии рынка труда требуют от выпускников вузов все более количество знаний, умений и навыков, которыми не обеспечивает их существующий подход в высшем образовании. Цель исследования состоит в изучении нового подхода в образовании студентов в виде их самостоятельной работы.

Ключевые слова: Высшее образование, самостоятельная работа, высшее учебное заведение, рейтинговая система.

Целью высшего образования является подготовка студента как личности, способной к самостоятельному решению различных профессиональных задач, адаптации к новым требованиям и самостоятельному освоению знаний, необходимых для работы. Достижение этой цели невозможно только путем передачи знаний в готовом виде от преподавателя к студенту. Необходимо перевести студента из пассивного потребителя знаний в активного их создателя, умеющего сформулировать проблему, проанализировать пути ее решения, найти оптимальный результат и доказать его правильность. В этом плане следует признать, что самостоятельная работа студентов является основой образовательного процесса.

Организация самостоятельной работы предполагает ориентацию на активные методы овладения знаниями, развитие творческих способностей студентов, переход от массового к индивидуализированному обучению с учетом потребностей и возможностей личности. Речь идет не просто об

увеличении числа часов на самостоятельную работу. Усиление роли самостоятельной работы студентов означает принципиальный пересмотр организации учебно-воспитательного процесса в вузе, который должен строиться так, чтобы развивать умение учиться, формировать у студента способности к саморазвитию, творческому применению полученных знаний, способам адаптации к профессиональной деятельности в современном мире. В то же время самостоятельная работа, ее планирование, организационные формы и методы, система отслеживания результатов являются одним из наиболее слабых мест в практике вузовского образования [3].

Активная самостоятельная работа студентов возможна только при наличии серьезной и устойчивой мотивации. Наиболее сильными мотивирующими факторами являются дальнейшая профессиональная эффективность и связанная с ней конкурентоспособность на рынке труда. Рассмотрим внутренние факторы, способствующие активизации самостоятельной работы. Среди них можно выделить следующие:

1. Полезность выполняемой работы. Если студент знает, что результаты его работы будут использованы в лекционном курсе, при подготовке публикации или иным образом, то отношение к выполнению задания существенно меняется в лучшую сторону и качество выполняемой работы возрастает. Другим вариантом использования фактора полезности является активное применение результатов работы в профессиональной подготовке.

2. Участие студентов в творческой деятельности. Это может быть участие в научно-исследовательской, опытно-конструкторской или методической работе, проводимой на той или иной кафедре.

3. Использование мотивирующих факторов контроля знаний (накопительные оценки, рейтинг, тесты, инновационные формы проведения экзамена).

Помимо преимуществ самостоятельной работы студентов, можно выделить и некоторые недостатки, такие как: сложность контроля знаний со стороны вуза, отсутствие системного подхода к освоению знаний и т.д. Кроме того, самостоятельное образование практически исключает возможность для студента обучаться в лабораторных условиях, что сказывается на качестве получаемого образования [1].

В связи с этим, организация самостоятельной работы студентов в вузе заключается не в оптимизации ее отдельных видов, а в создании условий высокой активности, самостоятельности и ответственности студентов в аудитории и вне ее в ходе всех видов учебной деятельности. В стандартах высшего профессионального образования на внеаудиторную работу отводится не менее половины учебного времени студента - 27 часов в неделю в среднем за весь период обучения. Это время полностью может быть использовано на самостоятельную работу. Кроме того, большая часть времени, отводимого на аудиторские занятия, так же включает самостоятельную работу. Таким образом, времени на самостоятельную работу в учебном

процессе вполне достаточно, и остается решить вопрос о его рациональном использовании [2].

Основная задача организации самостоятельной работы студентов заключается в создании условий развития интеллектуальной активности и творческого мышления на занятиях любой формы. Цель самостоятельной работы - научить студента осмысленно и самостоятельно работать сначала с учебным материалом, затем с научной информацией, заложить основы самоорганизации и самовоспитания с тем, чтобы привить умение в дальнейшем непрерывно повышать свою квалификацию. Необходимо создавать в вузе развивающую социальную среду, в которой происходит гармоничное развитие личности. Для этого нужно развитие демократических основ в учебных группах, создание благоприятного психологического климата в вузе, формирование духовно-нравственных ценностей в молодежной среде [5].

Решающая роль в организации самостоятельной работы студентов принадлежит преподавателю, который должен работать не со студентом «вообще», а с конкретной личностью, с ее сильными и слабыми сторонами, индивидуальными способностями и наклонностями. В данном случае задача преподавателя сильно усложняется, и такой подход, соответственно, не применим к одновременному обучению у одного преподавателя большого количества студентов. Занятия должны быть больше индивидуальными, что сложно обеспечить в условиях работы вузов.

При изучении каждой дисциплины организация самостоятельной работы студентов должна представлять единство трех взаимосвязанных форм:

1. Внеаудиторная самостоятельная работа;
2. Аудиторная самостоятельная работа, которая осуществляется под непосредственным руководством преподавателя;
3. Творческая, в том числе научно-исследовательская работа.

Активность работы студентов на обычных практических занятиях может быть усилена введением новой формы самостоятельной работы сущность которой состоит в том, что на каждую задачу студент получает свое индивидуальное задание (вариант), при этом условие задачи для всех студентов одинаковое, а исходные данные различны. Выполнение самостоятельной работы на занятиях с проверкой результатов преподавателем обучает студентов грамотно и правильно выполнять технические расчеты, пользоваться вычислительными средствами и справочными данными. Изучаемый материал усваивается более глубоко, у студентов меняется отношение к лекциям, так как без понимания теории предмета, без хорошего конспекта трудно рассчитывать на успех в решении задачи.

Результативность самостоятельной работы студентов во многом определяется наличием активных методов ее контроля. В последние годы наряду с традиционными формами контроля - коллоквиумами, зачетами, экзаменами достаточно широко вводятся новые методы, то есть организация самостоятельной работы студентов производится на основе современных об-

разовательных технологий [4]. Такая система оценки знаний успешно применяется в некоторых вузах России, наиболее успешно в Юго-Западном государственном университете города Курска. В качестве такой технологии в современной практике высшего профессионального образования часто рассматривается рейтинговая система обучения, позволяющая студенту и преподавателю выступать в виде субъектов образовательной деятельности, т.е. являться партнерами.

Весьма полезным, на наш взгляд, может быть тестовый контроль знаний и умений студентов, который отличается объективностью, экономит время преподавателя, в значительной мере освобождает его от рутинной работы и позволяет в большей степени сосредоточиться на творческой части преподавания, обладает высокой степенью дифференциации испытуемых по уровню знаний и умений и очень эффективен при реализации рейтинговых систем, дает возможность в значительной мере индивидуализировать процесс обучения путем подбора индивидуальных заданий для практических занятий, индивидуальной и самостоятельной работы, позволяет прогнозировать темпы и результативность обучения каждого студента.

В заключение отметим, что конкретные пути и формы организации самостоятельной работы студентов с учетом курса обучения, уровня подготовки обучающихся и других факторов определяются в процессе творческой деятельности преподавателя, поэтому данные рекомендации не претендуют на универсальность. Их цель - помочь преподавателю сформировать свою систему организации самостоятельной работы.

Список литературы

1. Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования 2000 г. Номер государственной регистрации 234 экс/сп.
2. Коджаспирова Г.М., Коджаспиров А.Ю. Словарь по педагогике. – Москва: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2005. – 448 с.
3. Фаустова Э.Н. Студент нового времени: социокультурный профиль. – М., 2004. – 72 с. – (Система воспитания в высшей школе: Аналитические обзоры по основным направлениям развития высшего образования / НИИВО; Вып. 4).
4. Юшко Г.Н. Научно-дидактические основы организации самостоятельной работы студентов в условиях рейтинговой системы обучения: Автореф. дисс... канд. пед. наук: 13.00.08- теория и методика профессионального образования / Рост. гос. ун-т. - Ростов-н/Д, 2001. - 23 с.
5. Ворошилова О.Л., Чернышова О.В. Психология управления коллективом. Учебное пособие, Курск, ЗАО «Университетская книга», 2018 г – 29 с.
6. О мерах по обеспечению доступности качественного образования детей с ограниченными возможностями здоровья и детей-инвалидов/ Ворошилова Е.Л., Ворошилова О.Л./ В сборнике: Теоретические и прикладные вопросы специальной педагогики и психологии: Встреча поколений..., Материалы VIII международной научно-практической конференции молодых ученых и студентов, посвященной памяти профессора Р. Е. Левиной. 2015. С. 93-97.
7. К вопросу о методах исследования удовлетворенности студентов различными аспектами деятельности преподавателей и кураторов студенческих групп/ Копылова Т.Ю., Ворошилова О.Л.// Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2018. Т. 8. № 4 (29). С. 162-170.

8. Диверсификация образовательной программы как фактор профессиональной успешности выпускников направления подготовки "гостиничное дело"/ Горюшкина Н.Е., Ворошилова О.Л.// Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2017. Т. 7. № 4 (25). С. 139-145.

9. Актуальные проблемы современной психологии образования/ Карасева Е.О., Копылова Т.Ю., Кузнецова А.А., Кузнецова М.В., Никитина Е.А., Ворошилова О.Л., Чернышова О.В., Шаталова Н.А.// Курск, 2018.

10. К вопросу формирования связной монологической речи у детей с онр старшего дошкольного возраста/ Ворошилова О.Л., Россинская И.А.// В сборнике: Интегративные процессы в образовании и медицине – 2015, Сборник научных трудов. Курск, 2015. С. 24-28.

11. Анимационный сервис в структуре туристической деятельности/ Ворошилова О.Л., Алимян А.А.// В сборнике: Актуальные проблемы развития туристической инфраструктуры, Материалы международной научной конференции. Юго-Западный гос. университет ; Отв. ред. Н. Н. Коротева. 2017. С. 13-17.

СПОСОБЫ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОТЧЕТА О ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ В РФ И МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРАКТИКЕ

Малая Арина Викторовна

Алейникова Анастасия Алексеевна

Гарибян Карина Тиграновна

Российский экономический университет

им. Г.В. Плеханова, г. Краснодар, Россия

Отчёт о финансовых результатах является наиболее значимой отчётной формой анализа финансовых результатов отчетного периода. Использование последовательной структуры отчета предусматривает простой и поэтапный способы группировки его статей. А формирование показателей финансовых результатов в отчете может осуществляться сальдовым и развернутым способами. В основу построения действующего отчета о финансовых результатах в РФ положена его последовательная структура представления информации на основе классификации доходов и расходов по отношению к видам деятельности организации развернутым способом формирования показателей.

Ключевые слова: отчёт о финансовых результатах, доходы, расходы, структура

Наиболее значимой отчетной формой о финансовых результатах отчетного периода является отчет о финансовых результатах.

Формирование и представление указанных показателей в бухгалтерской отчетности может осуществляться различными способами.

Во-первых, представление показателей различается по структуре отчета – двухсторонней или последовательной.

Последовательная структура отчета, используемая в последние годы,

предусматривает последовательное отражение доходов, расходов и разницы между ними.

Использование последовательной структуры отчета предусматривает два способа группировки его статей:

- простой (одноступенчатый), при котором все доходы объединяются в одну группу, а расходы в другую. Разница между ними представляет собой конечный финансовый результат деятельности организации.
- поэтапный (многоступенчатый), предусматривает группировку доходов и расходов на основе выбранного классификационного признака. В этом случае возникают промежуточные итоги, характеризующие определенный вид деятельности организации.

Следующий способ – это формирование доходов по моменту, по которому объект считается проданным. В зависимости от этого обстоятельства кардинально меняется величина всех показателей, отражаемых в отчете.

Формирование показателей финансовых результатов в отчете может осуществляться двумя способами – сальдовым и развернутым.

Сальдовый способ предполагает отражение в отчете по соответствующей строке сальдо между однородными группами доходов и расходов.

Развернутый способ представления показателей предусматривает подход, когда по строкам соответствующих доходов и расходов в отчете отражается полная их сумма.

При этом формирование отчета о финансовых результатах сальдовым способом при использовании последовательной структуры отчета резко сокращает количество отражаемых показателей.

Однако использование сальдового способа формирования показателей финансовых результатов, как при двухсторонней структуре отчета, так и при последовательной, намного уменьшает его информативность. В этом случае из информационного оборота изымаются данные, связанные с условиями формирования финансовых результатов [1, с. 34].

МСФО рекомендуют два формата представления отчета о финансовых результатах.

1. Метод характера затрат или сущности расходов, при котором расходы объединяются в отчете в соответствии с их экономическим характером (амортизация, закупка материалов, ТЗР, заработная плата, затраты на рекламу) и не перераспределяются между различными функциональными направлениями внутри компании. Этот метод более привлекателен для небольших компаний.

2. Метод функции затрат или метод по себестоимости реализации, при котором квалифицируют расходы в соответствии с их функцией как часть себестоимости продаж, расходов на реализацию или административную деятельность.

В РФ рекомендуется представлять отчет в формате функций затрат. Он дает пользователям более уместную информацию о доходах и расходах, однако распределение затрат по функциональному признаку может быть

спорным и предполагает значительную субъективность. Поэтому в пояснениях к отчету рекомендуется раскрывать информацию о характере расходов по элементам. Кроме того, и российские и международные стандарты требуют раскрывать в виде справочной информации сумму прибыли (дивидендов), приходящейся на одну акцию за отчетный период [2, с. 38].

В основу построения действующего отчета о финансовых результатах в РФ положена его последовательная структура представления информации на основе классификации доходов и расходов по отношению к видам деятельности организации развернутым способом формирования показателей. Таким образом, указанная отчетная форма является связующим звеном между прошлым и нынешним отчетными периодами и показывает, за счет чего произошли изменения в бухгалтерском балансе

отчетного периода по сравнению с прошлым. Иначе говоря, этот отчет показывает, как изменяется собственный капитал организации под воздействием доходов и расходов, осуществленных в текущем периоде.

В целом такой подход к формированию и представлению отчета о финансовых результатах характерен для всех развитых западных стран.

Отчет о финансовых результатах теоретически является единственной формой, выражающей взаимосвязь конечного финансового результата деятельности организации и налогообложения прибыли. [3, с. 11].

В отчете о финансовых результатах доходы и расходы должны показываться с подразделениями на обычные и прочие.

ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации» предусматривает общие правила составления отчета о финансовых результатах:

1. Отчет характеризует финансовые результаты деятельности организации за отчетный период и аналогичный период предыдущего отчетного года
2. Все данные в отчете показываются нарастающим итогом с начала года.
3. Если при составлении бухгалтерской отчетности организацией выявляется недостаточность данных для формирования полного представления о финансовых результатах ее деятельности и изменениях в ее финансовом положении, то в бухгалтерскую отчетность организация включает соответствующие дополнительные показатели и пояснения.
4. Показатели об отдельных доходах, расходах и хозяйственных операциях должны приводиться в бухгалтерской отчетности обособленно в случае их существенности и если без знания о них заинтересованными пользователями невозможна оценка финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности.

Показатели об отдельных видах доходов, расходов и хозяйственных операций могут приводиться в отчете о финансовых результатах общей суммой с раскрытием в пояснениях к нему, если каждый из этих показателей в отдельности несущественен для оценки заинтересованными пользователями финансовых результатов ее деятельности.

С отчетности за 2011 год в форме отчета нет разбивки на разделы "Доходы и расходы по обычным видам деятельности" и "Прочие доходы и расходы", хотя квалификация выдержана, и прочие доходы и расходы сохранены.

Порядок квалификации доходов и расходов зависит от признания организацией в учетной политике доходов исходя из требований ПБУ 9/99, характера осуществляемой деятельности, вида доходов, размера и условий их получения доходами от обычных видов деятельности или прочими поступлениями. Минфин России планировал внести в ПБУ 9/99 изменения. В нем было предусмотрено исключение понятия "предмет деятельности", предполагалось, что речь будет идти в дальнейшем только о доходах, которые организация сама будет квалифицировать с учетом специфики своей деятельности.

Список литературы

1. Астахов, В. П. Бухгалтерский (финансовый) учет в 2 т : учебник для академического бакалавриата / В. П. Астахов. — 12-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2015. — 922 с. — (Бакалавр. Академический курс).
2. Агеева, О. А. Бухгалтерский учет и анализ в 2 ч. Часть 1. Бухгалтерский учет : учебник для академического бакалавриата / О. А. Агеева, Л. С. Шахматова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 273 с. — (Бакалавр. Академический курс).
3. Дмитриева, И. М. Бухгалтерский учет и анализ : учебник для академического бакалавриата / И. М. Дмитриева, И. В. Захаров, О. Н. Калачева ; под редакцией И. М. Дмитриевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 358 с. — (Бакалавр. Академический курс).

УДК 332.14

ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАРКЕТИНГОВЫХ ЗАТРАТ БАНКА

Куразова Диана Алдамовна, старший преподаватель

Чеченский государственный университет, г.Грозный, Россия

(email: kurazova.diana@mail.ru)

Статья посвящена исследованию особенности формирования маркетинговых затрат банка, оценке методических подходов к анализу эффективности затрат.

Ключевые слова: банк, реклама, маркетинг, затраты, эффективность.

Рассмотрим наиболее распространенные методы оценки эффективности маркетинговых затрат в разрезе рекламы и брендинга.

Начнем с того, что банковскую рекламу в самом общем виде можно определить как целенаправленное информационное воздействие, в ходе которого потенциальные потребители информируются о наборе предоставляемых финансовых услуг, формируется и поддерживается репутация банка, создаются и поддерживаются взаимопонимание, расположение и сотрудничество между банком и контрагентами.

Во-первых, следует учитывать динамический характер рекламных измерений, другими словами корректнее всего сравнивать результаты двух

похожих (имевших одинаковые цели) рекламных кампаний и оценивать их эффективность друг относительно друга. Рекламные измерения характерны тем, что у них, как правило, отсутствует т.н. "база для сравнения" (начало координат, абсолютный ноль и пр.). Поэтому сравнивать приходится либо со своими предшествующими результатами (принимая во внимание сезонность и динамику развития рынка), либо с результатами рекламных кампаний конкурентов (например, сравнивая число посетителей в магазинах и оценивая величину рекламного бюджета конкурента исходя из объемов размещаемых материалов).

Во-вторых, необходимо определить, что является показателем эффективности конкретного вида рекламы, т.е. какие параметры требуется измерить. Таким образом, задается система координат, которая, одной из координат будет размер рекламного бюджета (с возможной разбивкой по СМИ), а с другой - показатели, используемые для оценки эффективности, изначально определяются целями рекламной кампании. При этом цели рекламы могут быть разными: информационная, напоминающая, стимулирующая, создающая ожидания, повышающая капитализацию бренда и пр. цели. Более того, на разных стадиях рекламной кампании ее цели могут существенно различаться.

Проще всего оценить эффективность стимулирующей рекламы. Самым тривиальным показателем, ее оценки является количество обращений как неких инициативных действий потенциальных клиентов в направлении возможной покупки. В их числе телефонные звонки, личные посещения, обращения на Интернет-сайт, письма и пр. Количество обращений меряется простыми счетчиками (журнал учета звонков, электронный счетчик на двери магазина и т.д.). но метод имеет ограничения: число обратившихся не соответствует числу реально заинтересованных лиц; кроме того, неясно какие ассоциации сформировала стимулирующая реклама у тех кто хотел, но не обратился за покупкой. Кроме того, важно сколько из обратившихся является целевой аудиторией [1].

Оценка показателей эффективности информирующей и имиджевой рекламы строится на достижении долгосрочных целей: например, формирование ожиданий или укрепление бренда. И для оценки ее эффективности осуществляются специализированные маркетинговые исследования. Так, на западных рынках более половины маркетинговых исследований проводятся "под рекламу" и брендинг (брендинг банков в условиях кризиса приобретает все большую актуальность).

Управление брендом (включая все необходимые измерения и оценки воздействия коммуникаций на потребителей) удобно осуществлять в четырех координатной модели, оценивающей капитал бренда на основе следующих активов: информированность (идентификация), лояльность, воспринимаемое качество и ассоциации с брендом. Все эти показатели поддаются измерению и оценке в ходе специализированного маркетингового исследования. Регулярное (раз в 6 - 12 месяцев) проведение исследования

по оценке основных характеристик бренда позволит получить данные по динамике изменений данных показателей.

При анализе эффективности стратегий коммуникации полезно сопоставлять траектории движения своего бренда с траекториями конкурирующих брендов. Это дает возможность прогнозировать будущие изменения показателей, планировать рекламную стратегию и управлять капиталом бренда.

Отдельно выделяют оценку эффективности рекламы на сложных рынках, где число участников процесса покупки больше одного. Рынок банковских товаров и услуг в России на сегодняшний день к таковым не относится.

В последнее время в условиях кризиса все более распространенной (и действенной) становится реклама посредством Интернет-технологий. Поэтому остановимся на этом вопросе подробнее [2, 3].

Оценка эффективности рекламы в Интернет включает технические, экономические, организационные и некоторые другие аспекты. Задача применения Web-сервера в системе маркетинга охватывает достаточно широкий круг вопросов, поэтому для оценки разных аспектов реализации Web-сервера необходимо произвести разбивку критериев эффективности, по каждому из которых можно было бы в дальнейшем проводить оценки и в соответствии с ней принимать необходимые меры по корректировке, развитию и совершенствованию реализуемой системы маркетинга.

Таким образом, эффективность банковской рекламы можно разделить на экономическую и психологическую. Экономическая эффективность банковской рекламы оценивается по степени ее влияния на финансовые показатели банка в краткосрочном периоде, то есть в масштабе срока проведения рекламной кампании. Она показывает, как изменился уровень продаж рекламируемой услуги, какую дополнительную прибыль получил банк, как затраты на рекламу повлияли на стоимость услуги для банка и для клиента. При этом рекламное мероприятие считается эффективным, если полученный банком экономический эффект превышает затраченные на него средства или больше некоторого целевого показателя, установленного заранее.

Психологическая эффективность оценивается, в первую очередь, через измерение лояльности потенциальных клиентов банку, приоритетности выбора данного банка в будущем при покупке рекламируемой услуги.

При оценке экономической эффективности банковской рекламы основным материалом служат статистические и бухгалтерские данные о росте финансового или количественного показателя, с которым сравниваются расходы на рекламу. Наиболее точные результаты оценки эффективности могут быть получены только при изучении отдельной, причем довольно масштабной рекламной кампании, сопоставимой с величиной в 0,5-1% от прибыли банка [4].

Оценка экономической эффективности банковской рекламы дает возможность понять, каким образом реклама повлияла на текущие показатели

деятельности банка. В настоящее время коммерческие банки часто сталкиваются с проблемой низкой эффективности банковской.

Список литературы

1. Федотова, Г.В., Обухова С.В. Портфельные стратегии оптимизации корпоративных финансовых потоков в условиях санкций Европейского Союза / Г.В. Федотова, С.В. Обухова // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2015. - №19 (253). – С.30-40.
2. Федотова, Г.В. Государственный контроль в системе стратегического планирования развития региона / Г.В. Федотова // Региональная экономика: теория и практика. – 2013. - №8. – С. 17-22.
3. Федотова, Г.В. Проблемы цифровизации промышленного сектора / Г.В. Федотова // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. - 2019. - Т. 15, вып. 2 (371). - С. 273-283.
4. Harmonization of Strategic Planning Indicators of Territories' Socioeconomic Growth / В. Плотников, Г.В. Федотова, Е.Г. Попкова, А.А. Кастюрина // Regional and Sectoral Economic Studies. - 2015. - Vol. 15-2 (July–December). - С. 105-114.

Kurazova Diana Aldamovna, senior teacher

(email: schamkhan@gmail.com)

Chechen State University, Grozny, Russia

EFFICIENCY OF MARKETING COSTS OF THE BANK

The article is devoted to the study of the peculiarities of the formation of marketing costs of the bank, the evaluation of methodological approaches to the analysis of cost effectiveness.

Keywords: bank, advertising, marketing, costs, efficiency.

УДК 332.14

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОГО МАРКЕТИНГА

Куразова Диана Алдамовна, старший преподаватель

Чеченский государственный университет, г.Грозный, Россия

(email: kurazova.diana@mail.ru)

Статья посвящена исследованию особенности дальнейшего совершенствования банковского маркетинга в России.

Ключевые слова: банк, эффективность банка, маркетинг услуг, банковская система.

Существенно повысить эффективность банковского маркетинга может введение новых методов организации и управления отношениями банка с клиентами, например, система CRM (Customer Relationship Management).

CRM—это единое организационно—техническое решение, позволяющее представить различные аспекты взаимодействия организации с внешней средой в виде единого комплекса взаимосвязанных друг с другом элементов и путем многокритериального анализа выявить и устранить причину, а не последствия проблем [1]. Таким образом, это система управления взаимоотношениями банка с клиентами, по клиенториентированному принципу.

Выделяют следующие цели, которым служит CRM: Во-первых, повышение эффективности идентификации, взаимодействия и привлечения новых клиентов посредством автоматизации процесса построения профилей клиентов и рынков, проведение маркетинговых и рекламных мероприятий и управления ценообразованием в зависимости от типа клиента (персонализированное ценообразование). В результате банк может себе позволить сконцентрировать в условиях ограниченных ресурсов свои усилия на наиболее перспективных рыночных секторах и грамотно построить систему ценовой и иной дифференциации.

Во-вторых, повышение эффективности действий, направленных на удержание и разработку уже привлеченных клиентов за счет предложения им наиболее подходящих схем обслуживания по удовлетворяющим ценам и набора сопутствующих услуг. В результате анализа данных действия формируется профиль клиента, на основании которого он относится к одному из типов, под который уже сформирован подходящий пакет предложений. Подобное сегментирование позволяет выявить системные ошибки в обслуживании клиентов и оперативно их исправить. Документирование всех контактов позволяет улучшить качество обслуживания и исполнить требования клиентов по их обслуживанию [2].

Выделяют четыре составляющие CRM-решения: 1) организационная структура, ориентированная на клиента; 2) бизнес-процессы; 3) регламенты работы с клиентами; 4) программное обеспечение для работы с клиентами.

Как и любой проект, CRM-проект должен начинаться с идеи, стратегии и плана. Далее разрабатываются регламенты и правила, процессы по работе с клиентом, должностные инструкции сотрудников. Автоматизация процесса взаимоотношений с клиентами является важным, но не первостепенным шагом при построении клиентоориентированного банка. Ведь программный продукт - это удобный инструмент, который станет поддержкой уже существующим регламентам и процессам, и будет развиваться вместе с компанией [3, 4].

Системы CRM обеспечивают автоматизацию бизнес-процессов взаимоотношений с клиентами (как текущими, так и потенциальными). Вполне естественно, что функциональность таких систем привязана именно к этим процессам. Так же они обеспечивают поддержку ведения баз данных клиентов, планирование и регистрацию различных типов взаимодействия с клиентами, управление списками рассылки маркетинговой и иной информации, автоматизацию процесса подготовки планов продаж и отчетов, позволяют анализировать эффективность проведения рекламных и маркетинговых кампаний.

Необходимо отметить, что банковский сектор является рынком, на котором внедрение CRM-систем способно принести значительный эффект. Ведь в этой отрасли велика субъективность критериев, на основании которых клиент принимает решение о выборе банка. Поэтому здесь внимание и тонкий учет интересов клиента принимает едва ли не решающее значение.

Внедрение CRM-системы дает компании возможность соединить индивидуальность банковского предложения с надежностью и размерностью бизнес-процессов. Это позволяет банку значительно снизить издержки на привлечение новых клиентов и постоянно совершенствовать саму систему работы с клиентом, анализируя и повышая ее эффективность. В итоге это приводит к стабильному росту клиентской базы и повышению лояльности существующих клиентов. Даже в крупных и успешных финансовых учреждениях информация о клиентах может находиться в разрозненных базах данных и даже личных записных книжках. При этом часть ее вполне может быть утрачена, информация может находиться в общем пользовании без разграничения доступа к ней, информация может быть утрачена по причине банального ухода менеджера клиентской службы, ведущего то или иное направление клиентской базы.

Последствия могут быть плачевными: утрата важных данных, использование в оперативных целях устаревшей или некорректной информации, разглашение конфиденциальной информации, отсутствие полной картины по тому или иному сегменту клиентской базы и, как следствие, потеря самих клиентов. Для эффективного решения вышеперечисленных проблем применяются CRM-системы. Кроме того, их внедрение помогает банку систематизировать работу структурных подразделений и филиалов, взаимодействующих с клиентами, что позволяет организовать планирование и оценку деятельности этих подразделений. С помощью CRM-систем появляется возможность разрабатывать и вводить четкую технологию продаж банковских продуктов, которая в случае необходимости может быть связана с системой мотивации менеджеров по работе с клиентами. Однако наиболее важным по работе CRM-систем является централизация сведений о клиентах, получаемых банком из различных источников. Внедрение CRM-систем, взаимодействующих с системами хранения данных банка, позволяет формировать определенный сценарий разговора для оператора call-центра. Такой сценарий уже учитывает возможные потребности конкретного клиента, обратившегося в банк, на основании информации, накопленной о нем в системе хранения данных. Сегодня для использующих в своей деятельности CRM-решения банков стала привычной ситуация, когда клиент, проведя пять минут на сайте, обращается в call-центр банка, а там уже знают чем он интересовался и что ему стоит предложить.

В условиях растущей конкуренции в кредитных организациях активно развивается банковский маркетинг. Сегодня банки стараются предложить своим клиентам новые продукты, максимально соответствующие потребностям определенной целевой группы клиентов. Однако необходимо не только разработать новый продукт, но и довести информацию о нем именно до тех клиентов, на которых он ориентирован.

Внедрение CRM-решений является на сегодняшний день необходимым инструментом выживания банка в конкурентной борьбе.

Список литературы

1. Федотова, Г.В., Обухова С.В. Портфельные стратегии оптимизации корпоративных финансовых потоков в условиях санкций Европейского Союза / Г.В. Федотова, С.В. Обухова // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2015. – №19 (253). – С.30-40.
2. Федотова, Г.В. Государственный контроль в системе стратегического планирования развития региона / Г.В. Федотова // Региональная экономика: теория и практика. – 2013. – №8. – С. 17-22.
3. Федотова, Г.В. Проблемы цифровизации промышленного сектора / Г.В. Федотова // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2019. – Т. 15, вып. 2 (371). – С. 273-283.
4. Harmonization of Strategic Planning Indicators of Territories' Socioeconomic Growth / В. Плотников, Г.В. Федотова, Е.Г. Попкова, А.А. Кастюрина // Regional and Sectoral Economic Studies. – 2015. – Vol. 15-2 (July–December). – С. 105-114.
5. Интернет-банкинг как перспективный и быстроразвивающийся сегмент банковского дистанционного обслуживания/ Зубкова Е.И., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2015. № 4 (9). С. 127-133.
6. Информационная безопасность региональных социально-экономических систем: приоритетные направления/ Федотова Г.В., Гонтарь А.А.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 1 (19). С. 369-374.
7. Методики оценки инвестиционного потенциала региона/ Шуваева А.И., Ивушкина И.Е., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2016. № 7 (17). С. 352-356.
8. Налоговый потенциал региональной экономики/ Югай Е.В., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2016. № 7 (17). С. 372-376.
9. Анализ бюджетных расходов региона в 2017 году/ Федотова Г.В., Семенова Е.И.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 1 (19). С. 374-381.
10. Фондовые инструменты на современном финансовом рынке/ Агаркова В.А., Зубкова Е.И., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 2 (20). С. 5-11.
11. Налоговая поддержка предпринимательства в экономике региона/ Церенова Б.И., Гусейнов Р.Р., Федотова Г.В.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 4 (22). С. 253-259.

Kurazova Diana Aldamovna, senior teacher
(email: schamkhan@gmail.com)

Chechen State University, Grozny, Russia

DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF BANK MARKETING

The article is devoted to the study of the features of the further improvement of bank marketing in Russia.

Keywords: bank, bank efficiency, marketing services, banking system.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РФ

Ливанов Иван Александрович, студент
(e-mail: bikteev00@icloud.com)

Биктеев Николай Николаевич, студент
(e-mail: bikteev00@icloud.com)

Болычева Елена Александровна, к.э.н.

Юго-Западный государственный университет, г.Курск, Россия
(e-mail: boly4eva2012@yandex.ru)

В статье анализируется состояние инновационной деятельности в РФ, а также обозначены приоритетные направления её развития.

Ключевые слова: инновационная деятельность, инновации, государственное регулирование, инновационная активность, экологические, технологические, организационные инновации.

Опыт развитых стран показывает, что инновационная деятельность считается гарантией обеспечения финансовой защищенности и снижения зависимости государственных экономик от состояния мирового рынка.

Изучение интернациональных рейтингов подтверждает отставание РФ от мировых лидеров, занимающих основные позиции в мировом инновационном пространстве, поэтому рассмотрение современного состояния инновационной деятельности в РФ и определение проблем, сдерживающих её развитие, является актуальным.

Динамический анализ организаций, выполняющих технологические, организационные, рекламные инновации в РФ за 2015–2017 гг. показал, что вершина инновационной активности приходилась на 2015 год, когда значение исследуемого показателя составило 9,3 %. В следующем году заметно снижение до уровня 8,4 %. Показатель инновационной активности в 2017 году составил 8,5 % (рисунок 1) [4].

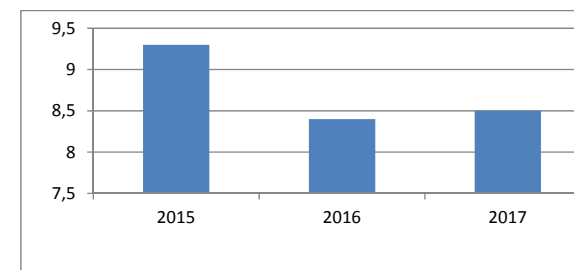


Рисунок 1 – Иновационная активность организаций в РФ, (%)

Сложившаяся ситуация обусловлена факторами, негативно влияющими на инновационную сферу РФ:

1. Недостаточное финансирование инновационной деятельности. Об этом говорит рейтинг государственных затрат на НИОКР, в котором в 2016 г. РФ заняла 28 место.

2. Несмотря на рост расходов на технологические инновации, инновационная активность предприятий стала ниже, что является итогом сокращения объемов инвестиций в инновационную сферу, вызванного не готовностью инвесторов рисковать.

3. В России недостаточно высокий уровень научно-технического потенциала. Численность квалифицированных кадров в сфере исследований и разработок, за 2017-2016 годы сократилась на 1,2 %. Из-за миграции ученых Россия каждый год теряет 3 млрд. долларов.

Чтобы решить существующие инновационные проблемы необходимо:

- усилить научно – технический потенциал, расширить научно – исследовательские возможности ВУЗов. Для этого следует увеличить число технополисов и технопарков;

- серьезно подходить к развитию патентного права, закрепляющего права на интеллектуальную собственность. Это должно стимулировать научную активность в стране.

В заключении отметим, что реализация «Стратегии инновационного развития Российской Федерации до 2020 года» и вспомогательные способности предпринимательского сектора создадут нужные условия для улучшения кадрового потенциала, технологий и инноваций, что позволит России выйти на лидирующие позиции в международных инновационных рейтингах.

Список литературы

1. Бобычева, Е.А. Малое и среднее предпринимательство: особенности функционирования и государственного регулирования [Текст]/ Е.А.Бобычева // Парадигмальные основания государственного управления: социально-экономическая перспектива: сборник научных статей международной научной конференции. – Курск, 2016.-294 с.

2. Бобычева, Е.А., Башмакова А.Ю. Управление качеством как инструмент обеспечения конкурентоспособности энергетических компаний [Текст] // Аллея науки. 2018. – №9 (25).

3. Бобычева, Е.А. Особенности администрирования НДС в Курской области / Е.А.Бобычева // Актуальные проблемы развития социально-экономических систем: теория и практика: материалы международной научно-практической конференции. – Курск, 2018. - С. 5-9.

4. Федеральная служба государственной статистики Росстат [Электронный ресурс]. - Режим доступа <https://vk.cc/9jh8gQ> свободный.

5. Федеральная служба государственной статистики Росстат [Электронный ресурс]. - Режим доступа <https://vk.cc/9jh8Uf> свободный.

6. Федеральная служба государственной статистики Росстат [Электронный ресурс]. - Режим доступа <https://vk.cc/9jhaUZ> свободный.

7. Научная электронная библиотека Киберленинка [Электронный ресурс]. Режим доступа <https://clck.ru/FTUpJ> свободный.

8. Журнал Креативная экономика [Электронный ресурс]. Режим доступа <https://creativeconomy.ru/lib/4266> свободный.

Livanov Ivan Alexandrovich, student

(e-mail: bikteev00@icloud.com)

Bikteev Nikolay Nikolaevich, student

(e-mail: bikteev00@icloud.com)

Bolycheva Elena Alexandrovna, Ph.D.

Southwestern State University, Kursk, Russia

(e-mail: bolycheva2012@yandex.ru)

PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF INNOVATION ACTIVITY IN THE RUSSIAN FEDERATION

Annotation. The article analyzes the state of innovation in the Russian Federation, and identifies priority areas for its development.

Keywords: innovation activity, innovation, government regulation, innovation activity, environmental, technological. organizational innovation.

ПРОБЛЕМЫ САМОРАЗВИТИЯ И САМОВОСПИТАНИЯ

Лорткипанидзе Тамара Ремзиевна

Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Россия

tamara-nn2009.1@yandex.ru

В данной статье рассматриваются наиболее распространенные проблемы в процессе саморазвития и самовоспитания. Приводятся мнения ученых-психологов по данной проблеме в отечественной и зарубежной психологии.

Ключевые слова: самовоспитание, самосовершенствование, саморазвитие, человек.

«Все победы начинаются с побед над самим собой».

Л. Леонов

У каждого из нас есть мечта кем-то стать, чего-то достичь в жизни. Мы вдохновляемся примерами успешных людей и стараемся стать лучше. Каждый раз мы загораемся какой-то идеей, вкладывая в нее всё время, все мысли, всю свою душу, а потом опускаем руки. Мы остро чувствуем потребность самореализации, но не знаем, в чем именно наше предназначение, увлекшись какой-то новой идеей мы каждый раз думаем: "Вот оно! Это то, что я так давно искал! Это то, что мне нужно! ", но со временем понимаем, что ошиблись и руки сами опускаются и вслед за этим приходит удручающий настрой. Так в чем же дело?

Самовоспитание и самосовершенствование направлены на то, чтобы человек развивал свои нравственные качества, расширял интеллект и впитывал новые умения, навыки, и опыт. Человек всегда стремится развивать врожденные и приобретенные таланты. Но, что делать, если человек не хочет двигаться вперед, либо по каким-то иным причинам появилась проблема самовоспитания и самосовершенствования? Давайте разберемся, какие проблемы могут возникнуть в саморазвитии и самовоспитании личности, и как их исправить.

Для начало разберемся что такое самовоспитание и саморазвитие.

Самовоспитание и саморазвитие – это развитие целеустремленности, настойчивости, инициативности, силы воли, решительности, трудолюбия. [1]

Самовоспитание порождает самосовершенствование, которое перерастает в саморазвитие. В исследованиях в области рассматриваемой нами проблемы, датированных началом 21 столетия, термин «саморазвитие» употребляется чаще, чем «самовоспитание».

Этот факт констатирует Щукина М.А. в своём исследовании, посвящённом психологии саморазвития личности в образовательной среде. Автор отмечает, что детальному изучению подвергаются различные грани процесса саморазвития: профессиональное и творческое саморазвитие, саморазвитие личности, а также факторы и условия педагогического пространства, влияющие на ход и качество его осуществления [2]. «Тридцать лет назад, - пишет Щукина М.А. - соотношение было обратным – внимание исследователей было сосредоточено на самовоспитании на фоне игнорирования проблем саморазвития» [2].

Существует шесть главных этапов саморазвития.

1. Мы ставим себе цель, которая сделает нас лучше;
2. Создаем для себя идеал, к которому мы будем стремиться;
3. Определяем временные рамки для достижения задуманного;
4. Придумываем план действий;
5. Оцениваем свои возможности;
6. Переходим к практике и действуем.

Проблемой самовоспитания и саморазвития может стать невыполнение основных правил, перечисленных выше. Многие люди остаются в своих мечтах, забывая о реальной жизни.

Основных проблем самосовершенствования личности, которые мешают нам развиваться:

- №1 Страх Перемен;
- №2 Неопределённость выбора пути;
- №3 Неуверенность в себе;
- №4 Желанное «завтра»;
- №5 Недостижимые цели;
- №6 Восприимчивость к неудачам;
- №7 Низкий результат;
- №8 Жалость к себе;
- №9 Чрезмерная увлеченность;
- №10 Снова «на старт»;
- №11 Сравнения;
- №12 Лень;
- №13 Финансовые проблемы;
- №14 Эгоизм;
- №15 Чужие ориентиры;
- №16 Мизантропия.

Проблемы саморазвития и самовоспитания во все времена волновали умы учёных в области философии, педагогики, психологии. Великие философы и мыслители античности, среди которых Сократ, Платон, Аристотель, Демокрит, Сенека, предпринимали многочисленные попытки нахождения смысла жизни человека и его место в общей картине мироздания.

Со сменой цивилизаций менялись и взгляды на глобальные проблемы человечества. И на сегодняшний день они вызывают живой научный интерес. Существует множество научных работ и популярной литературы по этой теме.

Среди значительных работ по самовоспитанию я бы хотела указать труды А.И.Кочетова, который двадцать пять лет своей жизни посвятил работе над этой проблемой. В его популярной книге *“Как заниматься самовоспитанием”* раскрывается вся теория самовоспитания, его цели, задачи, приемы и методы работы над собой: даются рекомендации по саморазвитию ума, памяти, мышления, способностей, речи и т.д. [3]

В книге *“Воспитай себя”* А.И.Кочетов учит, как найти свой идеал, как оценить свои силы и способности, как составить программу самовоспитания, как искоренить свои недостатки и научиться управлять собой. [4]

Приведенные выше книги А.И.Кочетова предназначены в основном для широкого круга читателей и, главным образом, для подрастающего поколения.

Проблеме самовоспитания много внимания уделял профессор А.Г.Ковалев. Его книга *“Личность воспитывает себя”* посвящена условиям и методам самовоспитания личности. Она иллюстрирована яркими примерами успешной работы над собой как великих людей прошлого, так и наших современников; рассчитана на широкий круг читателей. [5]

Очень подробно, интересно и увлекательно со множеством конкретных примеров из жизненных ситуаций изложена эта тема в книге Ю.М.Орлова *“Самопознание и самовоспитание характера”*. Его подход к этой проблеме очень своеобразен, поучителен, позволяет более глубоко понять приведенные теоретические сведения. [6]

Таким образом, проблемы самообразования и самосовершенствования личности исходят только от самого человека. Только мы сам устанавливаем себе определенные рамки, которые не переходим.

Список литературы

1. Ворошилова О.Л. Психология управления коллективом: учебное пособие/ О.Л. Ворошилова, О.В. Чернышова. – Курск: из-во ЗАО «Университетская книга», 2018, - 136 с.
2. Щукина М.А. Психология саморазвития личности: субъектный подход: диссертация на соискание ученой степени доктора психологических наук. / М.А. Щукина – СПб.: 2015, — 355с.; 77с.
3. Кочетов А.И. Как заниматься самовоспитанием/ А.И. Кочетов – М.: из-во Высшейшая школа, 1991, — 287 с.
4. Кочетов А.И. Воспитай себя/ А.И. Кочетов – М.: из-во Нар. асвета, 1982, - 234 с.

5. Кочетов А.И. Личность воспитывает себя/ А.И. Кочетов – М.: из-во Политиздат, 1983, —346 с.

6. Орлов Ю.М. Самопознание и самовоспитание: Кн. для учащихся. / Ю.М. Орлов - М.: из-во Просвещение, 1987. — 224 с.

7. Сравнительная диагностика различных видов педагогических специальностей в целях профориентации/ Чернышова О.В., Воробьев А.Н.// В книге: Психология и образование. Современное состояние, проблемы, перспективы, тезисы докладов Республиканской научно-практической конференции. 1995. С. 42-45.

8. Социально-психологические аспекты профессионального самоопределения старшеклассников/ Чернышова О.В.// В сборнике: Социально-психологические проблемы ментальности Материалы III Международной научной конференции. 1998. С. 244-247.

9. Творчество в процессе профессионализации учителя/ Чернышова О.В.// В книге: Миссия творчества в развитии общества, Тезисы докладов Международного научно-практического семинара. Ответственный редактор: Кравчук П.Ф.. 1999. С. 70-72.

10. Личностные факторы выбора педагогической профессии старшеклассниками/ Чернышова О.В.// В книге: Третьи Иллиадиевские чтения, Тезисы докладов и выступлений международной научной конференции. 2000. С. 190-192.

11. Социальные и социально-психологические аспекты довузовской подготовки как фактора выбора педагогической профессии/ Чернышова О.В.// В сборнике: Социально-психологические аспекты оптимизации жизнедеятельности молодежных групп в изменяющихся социально-экономических условиях, сборник научных трудов. 2000. С. 270-278.

12. Социальная психология/ Сарычев С.В., Чернышова О.В.// Курск, 2015.

13. О мерах по обеспечению доступности качественного образования детей с ограниченными возможностями здоровья и детей-инвалидов/ Ворошилова Е.Л., Ворошилова О.Л./ В сборнике: Теоретические и прикладные вопросы специальной педагогики и психологии: Встреча поколений..., Материалы VIII международной научно-практической конференции молодых ученых и студентов, посвященной памяти профессора Р. Е. Левиной. 2015. С. 93-97.

14. К вопросу о методах исследования удовлетворенности студентов различными аспектами деятельности преподавателей и кураторов студенческих групп/ Копылова Т.Ю., Ворошилова О.Л.// Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2018. Т. 8. № 4 (29). С. 162-170.

15. Диверсификация образовательной программы как фактор профессиональной успешности выпускников направления подготовки "гостиничное дело"/ Горюшкина Н.Е., Ворошилова О.Л.// Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2017. Т. 7. № 4 (25). С. 139-145.

16. Актуальные проблемы современной психологии образования/ Карасева Е.О., Копылова Т.Ю., Кузнецова А.А., Кузнецова М.В., Никитина Е.А., Ворошилова О.Л., Чернышова О.В., Шаталова Н.А.// Курск, 2018.

17. К вопросу формирования связной монологической речи у детей с онр старшего дошкольного возраста/ Ворошилова О.Л., Россинская И.А.// В сборнике: Интегративные процессы в образовании и медицине – 2015, Сборник научных трудов. Курск, 2015. С. 24-28.

18. Анимационный сервис в структуре туристической деятельности/ Ворошилова О.Л., Алимян А.А.// В сборнике: Актуальные проблемы развития туристической инфраструктуры, Материалы международной научной конференции. Юго-Западный гос. университет ; Отв. ред. Н. Н. Коротева. 2017. С. 13-17.

Научное издание

9-я Международная
научно-практическая конференция

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

31 мая 2019 года

Сборник научных статей

ТОМ 1

Подписано в печать 14.06.2019 г.
Формат 60х84 1/16, Бумага офсетная
Уч.-изд. л. 13,0 Усл. печ. л. 12,7 Тираж 100 экз. Заказ № 231
Юго-Западный государственный университет
г.Курск, ул. 50- лет Октября, д.94

Отпечатано в типографии
Закрытое акционерное общество "Университетская книга"
305018, г. Курск, ул. Монтажников, д.12
ИНН 4632047762 ОГРН 1044637037829 дата регистрации 23.11.2004 г.
Телефон +7-910-730-82-83