



**OMEGA SCIENCE**

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР  
ИННОВАЦИОННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ**



**OMEGA SCIENCE**

**INTERNATIONAL CENTER  
OF INNOVATION RESEARCH**

# **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЙ НАУКИ**

**Часть 1**

**Сборник статей  
Международной научно-практической конференции  
28 ноября 2019 г.**

**МЦИИ ОМЕГА САЙНС | ICOIR OMEGA SCIENCE  
Новосибирск, 2019**

УДК 00(082) + 001.18 + 001.89  
ББК 94.3 + 72.4: 72.5  
П 781

**П 781**

**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЙ НАУКИ: сборник статей Международной научно-практической конференции (28 ноября 2019 г, г. Новосибирск). / в 3 ч. Ч.1 - Уфа: OMEGA SCIENCE, 2019. – 224 с.**

ISBN 978-5-907238-39-8 Ч.1  
ISBN 978-5-907238-42-8

**Настоящий сборник составлен по итогам Международной научно-практической конференции «ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЙ НАУКИ», состоявшейся 28 ноября 2019 г. в г. Новосибирск. В сборнике статей рассматриваются современные вопросы науки, образования и практики применения результатов научных исследований**

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

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

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

Полнотекстовая электронная версия сборника размещена в свободном доступе на сайте <https://os-russia.com>

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

ISBN 978-5-907238-39-8 Ч.1  
ISBN 978-5-907238-42-8

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

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

**Ответственный редактор:**

**Сукиасян Асатур Альбертович**, кандидат экономических наук.

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

**Алиев Закир Гусейн оглы**, доктор философии аграрных наук,  
профессор РАЕ, академик РАПВХН и МАЭП

**Агафонов Юрий Алексеевич**, доктор медицинских наук, доцент

**Алдакушева Алла Брониславовна**, кандидат экономических наук, доцент

**Алейникова Елена Владимировна**, доктор государственного управления, профессор

**Бабаян Анжела Владиславовна**, доктор педагогических наук, профессор

**Баншьева Зилия Вагизовна**, доктор филологических наук, профессор

**Байгузина Люза Закиевна**, кандидат экономических наук, доцент

**Ванесян Ашот Саркисович**, доктор медицинских наук, профессор

**Васильев Федор Петрович**, доктор юридических наук, доцент, член РАЮН

**Виневская Анна Вячеславовна**, кандидат педагогических наук, доцент

**Вельчинская Елена Васильевна**, профессор, доктор фармацевтических наук,

академик Академии Наук Высшего Образования Украины,

академик Международной академии науки и образования

**Габрусь Андрей Александрович**, кандидат экономических наук

**Галимова Гузалия Абкадировна**, кандидат экономических наук, доцент

**Гетманская Елена Валентиновна**, доктор педагогических наук, доцент

**Грузинская Екатерина Игоревна**, кандидат юридических наук, доцент

**Гулиев Игбал Адилевич**, кандидат экономических наук, доцент

**Датий Алексей Васильевич**, доктор медицинских наук, профессор

**Долгов Дмитрий Иванович**, кандидат экономических наук, доцент,

академик Международной академии социальных технологий (МАС),

профессор РАЕ, заслуженный работник науки и образования РАЕ

**Екшикеев Тагер Кадырович**, кандидат экономических наук,

**Епхиева Марина Константиновна**, кандидат педагогических наук,

доцент, профессор РАЕ, Заслуженный работник науки и образования РАЕ

**Закиров Мунавир Закиевич**, кандидат технических наук, профессор

**Иванова Нионила Ивановна**, доктор сельскохозяйственных наук, профессор,

**Калужина Светлана Анатольевна**, доктор химических наук, профессор

**Куликова Татьяна Ивановна**, кандидат психологических наук, доцент

**Курманова Лилия Рашидовна**, доктор экономических наук, профессор

**Киракосян Сусана Арсеновна**, кандидат юридических наук, доцент

**Киркимбаева Жумагуль Слямбековна**, доктор ветеринарных наук, профессор

**Кленина Елена Анатольевна**, кандидат философских наук, доцент

**Козлов Юрий Павлович**, доктор биологических наук, профессор,

президент Русского экологического общества, действительный член РАЕН и РЭА,

почетный работник высшей школы МО РФ

**Козырева Ольга Анатольевна**, кандидат педагогических наук, доцент

**Кондрашихин Андрей Борисович**, доктор экономических наук, кандидат технических наук, профессор

**Конопацкова Ольга Михайловна**, доктор медицинских наук, профессор

**Ларионов Максим Викторович**, доктор биологических наук, профессор

**Маркова Надежда Григорьевна**, доктор педагогических наук, профессор

**Мухамадеева Зинфира Фанисовна**, кандидат социологических наук, доцент

**Песков Аркадий Евгеньевич**, кандидат политических наук, доцент

**Половения Сергей Иванович**, кандидат технических наук, доцент

**Пономарева Лариса Николаевна**, кандидат экономических наук, доцент

**Почивалов Александр Владимирович**, доктор медицинских наук, профессор

**Прошин Иван Александрович**, доктор технических наук, доцент

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



**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ**

**Т.С. Абрамян**

студент, ЮЗГУ, г. Курск, РФ

E - mail: tatevik.abraamyana@yandex.ru

**А.С. Вдовина**

студент, ЮЗГУ, г. Курск, РФ

E - mail: anastasiya.vdovina@mail.ru

**Е.В. Фенин**

студент, ЮЗГУ, г. Курск, РФ

E - mail: feninfenin@yandex.ru

## **КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РЕГИОНОВ РОССИИ**

В настоящее время значение региональных вопросов резко возросло в связи с необходимостью усилить территориальный подход к регулированию развития народного хозяйства, управлению им в новых экономических условиях для обеспечения рациональных экономических связей между регионами.

В последние годы увеличивается самостоятельность регионов, которые несут все большую ответственность за результаты регионального экономического развития. В данной статье рассматривается конкурентоспособность регионов России, оценивается индекс конкурентоспособности, а так же факторы, повышающие его.

Ключевые слова: регион, конкурентоспособность региона, индекс конкурентоспособности, ВРП, инвестиции в основной капитал, экспорт.

Конкурентоспособность является одной из основных экономических категорий в рыночных отношениях, которая формируется на уровнях товара, предприятия, отрасли, региона, страны и в общем виде выражает способность выдерживать соперничество с другими аналогами.

В условиях бурного развития качественно новых интеграционных процессов и глобализации в рамках мирового хозяйства становится актуальным анализ конкурентоспособности национальной экономики [3, с. 261]. Как показывает практика, экономика страны конкурентоспособна, если устойчиво и динамично развиваются ее регионы. Поэтому роль региона как места базирования конкурентоспособных хозяйствующих субъектов значительно усиливается [5]. В этом контексте Российская Федерация представляет собой уникальное явление. Специалисты отмечают, что природно - географические, демографические, социально - экономические особенности регионов России, ее федеративное устройство определяют ведущую роль региональной политики в обеспечении развития экономики страны и укрепления российской государственности.

Конкурентоспособность региона состоит из следующих взаимосвязанных между собой элементов [2, с. 90]:

- конкурентного потенциала региона;
- факторов и условий формирования конкурентной среды;
- эффективности использования ресурсов;
- конкурентных преимуществ;

– конкурентных стратегий хозяйствующих субъектов;  
 – государственных и рыночных механизмов управления экономическим потенциалом региона для более полного удовлетворения потребностей человека.

Конкурентоспособность региона как экономической процесс является совокупностью сложных, противоречивых действий, на которые влияет множество самых различных условий как объективного, так и субъективного характера [6, с. 120].:

- 1) факторные условия производства (обеспеченность региона сырьевыми ресурсами, квалифицированным персоналом, развитой материальной и рыночной инфраструктурой);
- 2) общие условия хозяйствования (развитость отраслей материального производства, экологическая безопасность, степень изношенности основных фондов и др.);
- 3) факторы спроса на продукцию базовых отраслей региона;
- 4) социальные, социокультурные, организационно - правовые, политические факторные условия и др.

На конкурентоспособность региона оказывают влияние как общая экономическая ситуация в стране, так и специфика отдельных отраслей, комплексов, расположенных на территории региона.

Рассмотрим регионы с рейтингом индекса конкурентоспособности выше среднероссийского (табл. 1).

Таблица 1 – Индекс конкурентоспособности регионов России за 2018 г.

Регион	AV RCI		Рынки		Институты		Человеческий капитал		Инновации и информация	
	балл	рейтинг	балл	рейтинг	балл	рейтинг	балл	рейтинг	балл	рейтинг
Москва	5,00	1	5,00	1	5,00	1	5,00	1	5,00	1
Санкт - Петербург	4,15	2	3,81	2	4,00	2	4,74	2	4,35	2
Московская область	3,80	3	3,58	3	3,31	3	3,74	3	3,87	3
Республика Татарстан	3,62	4	3,36	4	3,24	4	3,41	4	3,58	5
Краснодарский край	6,45	5	3,10	7	2,99	7	2,92	9	2,94	10
Свердловская область	3,19	6	3,14	6	2,58	16	2,37	24	3,41	6
Красноярский край	3,06	7	3,06	8	2,46	19	2,13	33	2,61	16

Источник: AV RCI - 2018 beta

Рассмотрим так же факторы, которые вывели эти регионы на конкурентоспособный рынок [8, с. 97]:

- структура экономики регионов - лидеров;
- валовый региональный продукт (ВРП);
- инвестиции в основной капитал;
- экспорт, и т.д.

Для начала рассмотрим структуру экономики регионов (табл. 2).

Таблица 2 – Структура экономики регионов - лидеров, %

Регион	Промышленность	Добывающая промышленность	Сельское хозяйство	Инфраструктура	Торговля	Сфера услуг
Москва	12	0	0,1	8,7	38,6	40,6
Санкт - Петербург	16,7	0,3	0,2	8,3	35,5	41
Московская область	20,8	0,2	1,8	9,3	34,3	33,6
Республика Татарстан	18,7	21,1	7,4	10,9	21,3	20,6
Краснодарский край	11,4	0,7	13,4	9,5	35,7	29,3
Свердловская область	30,9	1,4	2,3	8,4	29,9	27,1
Красноярский край	31,8	19	3,9	11,7	14,5	19,1

1. Более детально структуру экономики регионов - лидеров можно рассмотреть на рисунке 1.

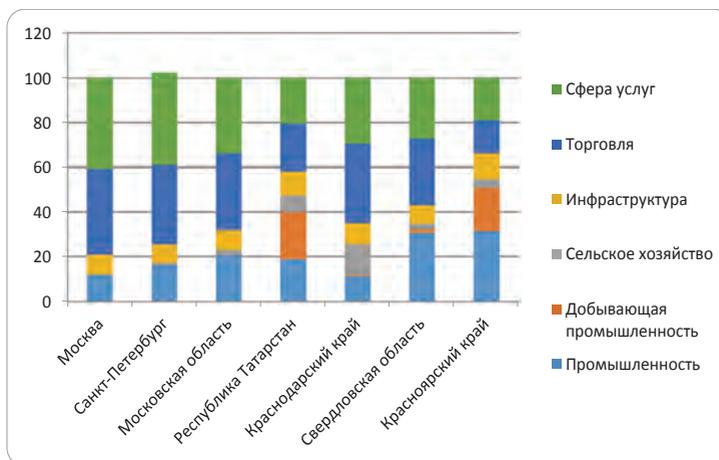


Рисунок 1 – Структура экономики регионов - лидеров

Сгруппируем остальные факторы в таблице 3.

Таблица 3 – Факторы, влияющие на конкурентоспособность регионов России

Регионы	ВВП, млрд. USD	Инвестиции в основной капитал, млрд. USD	Производительность труда, тыс. USD / чел.	Экспорт, млрд. USD
Москва	14 299,8	1 972,3	48,8	139,2
Санкт - Петербург	3 742,2	658,5	26,6	20,8
Московская область	3 565,3	678,3	23,4	4,2
Республика Татарстан	1 937,6	637,6	23,7	12,3
Краснодарский край	2 015,9	484,1	19,9	6,8
Свердловская область	1 978,1	337,8	21,2	6,7
Красноярский край	1 767,9	424,7	25,7	5,9

Оценка факторов, представленных в таблице 3, выявил положительное воздействие этих факторов на конкурентоспособность регионов России.

При увеличении значений этих факторов в дальнейшем можно повысить индекс конкурентоспособности всех регионов РФ.

В условиях усиливающейся конкуренции хозяйствующие субъекты региона должны находиться в постоянном поиске новых инструментов управления и рычагов повышения конкурентоспособности, изысками новых источников конкурентных преимуществ. В этой связи анализ проблем изыскания региональных конкурентных преимуществ должен базироваться, прежде всего на инновационных факторах данного процесса, формирующихся в научно - технической, интеллектуальной и производственной сферах региона [1, с. 503].

В настоящее время одним из общепризнанных и перспективных направлений получения конкурентных преимуществ хозяйствующих субъектов является активизация инновационной деятельности. Главной функцией инновационной деятельности является функция изменения [7, с. 332].:

- использование новой техники, новых технологических процессов;
- внедрение продукции с новыми свойствами;
- использование нового сырья;
- изменение в организации производства и его материально - технического обеспечения;
- появление новых рынков сбыта.

Решение проблемы конкурентоспособности регионов России считается необходимым вести по следующим направлениям [4]:

- осуществления финансирования образования, науки, развития производства и инфраструктуры в необходимых объемах;

– проведения фундаментальных исследований по формированию конкурентных преимуществ управления важнейшими экономическими, социально - экономическими, производственными системами;

– применения к менеджменту и разработке управленческих решений научных подходов;

Конкурентоспособность региона является следствием наличия конкурентных преимуществ субъектов рыночной деятельности, следовательно, необходимо их создавать и поддерживать. Содействовать данному процессу можно путем выявления и анализа состояния существующих региональных факторов конкурентоспособности с целью определения стратегических возможностей для формирования новых конкурентных преимуществ. Рассмотрение вопросов по оценке конкурентоспособности регионов России является актуальным вопросом. Поддержание высокого уровня конкурентоспособности является задачей государства в целом, так и его субъектов. Применение механизмов эффективного управления в деятельности хозяйствующих субъектов на территории Российской Федерации станет приоритетным направлением в сфере обеспечения конкурентных преимуществ между субъектами и территориальными образованиями стран зарубежья.

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

1. Багунц М. Г. Конкурентоспособность региона: сущность и понятие // Молодой ученый, 2015. № 10. с.502–505.

2. Винокурцева Е.А. Конкурентоспособность регионов России // Вопросы экономики и управления – 2017. – №2 – с. 88 - 91.

3. Влияние глобализации на развитие финансово - кредитной системы России Машкина Н.А., Маркина С.А. В сборнике: Приоритеты системной модернизации России и ее регионов Сборник научных статей Всероссийской научно - практической конференции. Юго - Западный государственный университет. 2010. С. 260 - 264.

4. Проблемы обеспечения конкурентоспособности социально - экономических систем Аликин А.Ю., Бром А.Е., Гоголина Л.С., Головцова И.Г., Гончаров А.А., Кальницкая И.В., Козлова Е.И., Максимочкина М.В., Машкина Н.А., Савельева Н.А., Самойлов А.В., Сысоева Е.А. Новосибирск, 2009. Том Книга 4

5. Совершенствование методов финансового менеджмента хозяйствующих субъектов реального сектора экономики региона Световцева Т.А., Маркина С.А., Клименко П.А., Машкина Н.А., Обухова А.С., Аниканов П.В., Беляева О.В., Афанасьева Л.В., Долгих Н.В., Черных А.Ю. Курск, 2009.

6. Теоретические аспекты развития производственной и социальной инфраструктуры региона Сергеев П.В., Сергеев В.П., Машкина Н.А., Маркина С.А. Известия Юго - Западного государственного университета. 2016. № 5 (68). С. 111 - 123.

7. Финансовое обеспечение инновационной активности крупного российского бизнеса Машкина Н.А. Известия Юго - Западного государственного университета. 2012. № 5 - 2 (44). С. 331 - 336.

8. Чайникова Л.Н. Методологические и практические аспекты оценки конкурентоспособности региона // монография. Тамбов – 2016. – 148с.

© Т.С. Абрамян, А.С. Вдовина, Е.В. Фенин, 2019

## АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ НА ПРИМЕРЕ АО «УК «КУЗБАССРАЗРЕЗУГОЛЬ»

**Аннотация:** В результате написания данной статьи выявлена роль анализа финансово - хозяйственной деятельности, изучены методологические и теоретические основы оценки экономической эффективности как инструмента управления предприятием.

**Ключевые слова:** хозяйственная деятельность предприятия, финансовая деятельность предприятия, комплексная оценка, экономическая эффективность.

ОАО «УК «Кузбассразрезуголь» — вторая по объему угледобычи компания в Российской Федерации, разрабатывает 16 месторождений угля в Кузбассе и ежегодно добывает более 40 млн. тонн топлива. За 50 лет горняки УК «Кузбассразрезуголь» добыли 1 млрд. 600 млн. тонн угля. В состав компании входят угольные разрезы в статусе филиалов «Кедровский», «Моховский», «Бачатский», «Краснобродский», «Талдинский», «Калтанский», а также шахта «Байкаимская», три обособленных структурных подразделения — «Автотранс», «Салаирское горнорудное производство» и «Геология».

В настоящее время, для того чтобы выжить в жесткой конкурентной борьбе и завоевать свою долю рынка, предприятиям необходимо постоянно повышать собственную эффективность.

Для того, чтобы обеспечить успешную деятельность предприятия, необходимо четкое понимание экономической природы и рычагов повышения эффективности производственного процесса.

Эффективность характеризует степень использования ресурсов предприятия, дает возможность оценить его производственно - хозяйственную деятельность.

В зависимости от видов деятельности существуют разные классификации экономической эффективности (рис. 1).

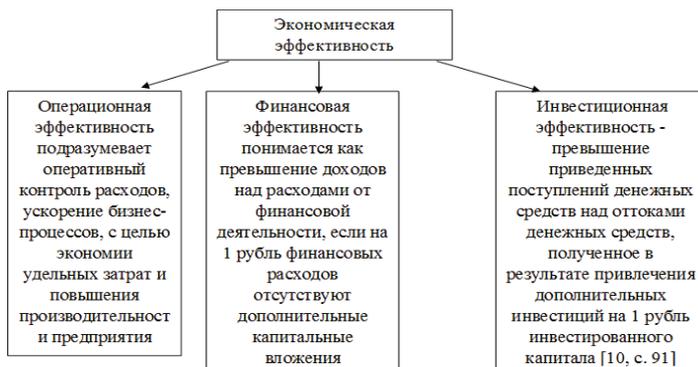


Рисунок 1. Классификации экономической эффективности

Такие понятия как «эффективность» и «предприятие» тесно связаны между собой. Поскольку, если деятельность предприятия будет неэффективной или недостаточно эффективной, это может привести к не достижению желаемых результатов, не реализации поставленных целей. Поэтому проблема повышения эффективности деятельности любого предприятия – одна из центральных проблем экономики.

Эффективность производства представляет собой «соотношение между полученными результатами производства — продукцией и услугами, с одной стороны, и затратами труда и средств производства — с другой» [4, с. 122].

Представленные данные свидетельствуют о том, что выручка от реализации за 2016 - 2018 гг выросла на 50977835 млн. руб. (?или на 5?9 % ), а себестоимость увеличивается медленне, чем выручка, что ведет к получению прибыли.

Таблица 1 - Анализ эффективности деятельности ОАО «У?К «Кузбассразрезуголь» [4].

Наименование по?казателя	2016 г	2017 г	2018 г	Отклонение 2017 от 2016		Отклонение 2018 от 2017	
				Абс.	Отн	Абс.	Отн
1	2	3	4	5	6	7	8
Выручка от реализации, млн. руб.	69 129 790	85 883 568	136 861 40?3	167 537 78	24	50 977 835	59
Себестоимость реализованной продукции, млн. руб.	49 902 393	56 427 318	62 004 813	65 24925	13	55 774 95	10
Коммерческие расходы	2 738 701	3 562 691	32 324 393	823990	30	28 761702	8
Управленческие расходы	- 6 581 051	7 014 620	7 647 086	433569	6,5	63 2466	9
Прибыль от реализации, млн. руб	9 907 645	18 878 939	34 855 111	8971294	90,5	159 761 72	85
Прибыль до налогообложения, млн. руб.	3 598 578	12 298 167	30 906 629	8699589	242	186 084 62	151
Чистая прибыль, млн. руб.	2 689 565	9 610 777	24 397 844	6921212	257	147 870 67	154
Рентабельность про?, %	0,04	0,11	0,18	0,07	175	0,07	64
Фондоотдача	1	1,6	1,9				

Деятельность ОАО «УК» Кузбассразрезуголь» в 2016 году была убыточна, но за счет увеличения прибыли в 2018 году компания получила чистую прибыль более 30906629 млн. руб. Это говорит о росте доходности «У?К «Кузбассразрезуголь».

В связи с ростом прибыли можно сделать вывод о том, что увеличились и показатели рентабельности.

Существует ряд проблем, с чем может быть связана недостаточная эффективность производства. Однако, для каждого предприятия, в зависимости от рода его деятельности, перспективных задач, эти проблемы различны.

Выделим основные проблемы, которые могут отразиться на эффективности предприятия:

Устаревание оборудования предприятия, или неполное использование производственных мощностей, вследствие – недостаточная производительность, неэффективная деятельность предприятия;

Нехватка квалифицированных сотрудников, а также их незаинтересованность в успешной производственной деятельности, становление своих личных целей превыше целей предприятия.

Для обеспечения эффективности производственно - хозяйственной деятельности предприятия необходимо устранить или существенно сократить проблемы, которые несут потери предприятию.

Отметим факторы, способствующие росту эффективности производства:

- внедрение и использование в производственной деятельности инноваций, достижений науки;
- структурная перестройка хозяйства;
- освоение оборудования и прогрессивных технологических процессов;
- освоение современного менеджмента;
- организация переобучения персонала;
- развитие специализации и кооперации;
- рассмотрение совершенствования товарной политики предприятия;
- поиск резервов увеличения прибыли и рентабельности;
- проведение Рекламных мероприятий по продвижению новой продукции на рынок;
- эффективное использование основных средств предприятия;
- выпуск продукции высокого качества, для обеспечения конкурентоспособности предприятия и повышению спроса;
- поиск и реализация возможностей научно – обоснованных норм расхода сырья и материалов, систем управления величиной их заказов и др.

Организация производства существенно влияет на его эффективность. Поэтому чем правильнее будет организована деятельность предприятия, тем успешнее она будет развиваться.

Подводя итог, можно отметить, что в современных условиях хозяйствования предприятия несут полную ответственность за результаты своей работы. Необходимо, по возможности, решить проблемы, препятствующие повышению эффективности деятельности предприятия. И следовать тем факторам, что способствуют росту эффективности производства.

**Выводы:** проанализировав основные показатели компании, сделаем вывод, что доходы компании выросли. Следовательно, положение «УК «Кузбассразрезуголь» стабильное.

### **Список литературы:**

1. Абдукаримов И.Т. Финансово - экономический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций (анализ деловой активности): Учебное пособие / И.Т. Абдукаримов. - М.: НИЦ ИНФРА - М, 2018. - 320 с.
2. Аврашков Л.Я., Адамчук В.В. Экономика предприятия - М: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2017. – 376с.
3. Агафонов Р.В. Сто актуальных вопросов и ответов для предприятия // Финансы организаций – 2017. - № 21 – С. 15.
4. Алексеева А.И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие / А.И. Алексеева, Ю.В. Васильев, А.В., Малеева и др. 3 - е изд. – М.: Финансы и статистика, 2015. - 672 с.
5. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы. - М: «Финансы и статистика». 2017. - 238с.

© А.А. Акимова 2019

**УДК 657**

**Т.Э. Алехина**

студентка, ФГБОУ ВО Донской ГАУ  
п. Персиановский, РФ  
toma - galkina@mail.ru

**научный руководитель: Т.А. Мирошниченко**

канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВО Донской ГАУ  
п. Персиановский, РФ  
e - mail: Mirtatjana@mail.ru

## **ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ РАСТЕНИЕВОДСТВА**

### **Аннотация**

Бухгалтерский учет готовой продукции растениеводства имеет свои особенности, которые связаны с организацией первичного учета и внутреннего контроля выхода продукции. Документальное оформление операций по получению готовой растениеводческой продукции закрепляется в Учетной политике сельскохозяйственной организации и в графике документооборота. При этом возможен выбор одного из нескольких вариантов первичного и сводного учета и внутреннего контроля готовой продукции растениеводства.

### Ключевые слова:

Бухгалтерский учет, первичный учет, внутренний контроль, готовая продукция растениеводства, сельское хозяйство.

Сельское хозяйство является одной из наиболее важных отраслей экономики, обеспечивающей продовольственную безопасность страны. Продукция растениеводства выращивается на полях в открытом грунте и в теплицах, поэтому конечный урожай зависит от целого ряда факторов: климатических условий, плодородия почв и применяемых удобрений и средств защиты растений, используемой технологии выращивания, своевременности работ по посеву, уходу и уборке урожая и целого ряда других факторов.

При построении системы бухгалтерского учета и организации внутреннего контроля выхода готовой продукции растениеводства необходимо учитывать: особенности выращивания и виды сельскохозяйственных культур; удаленность полевых бригад и тепличных комплексов от складских помещений, токов, административных зданий; применяемую форму бухгалтерского учета на предприятии и другие особенности.

В Методических рекомендациях по бухгалтерскому учету затрат и выхода продукции в растениеводстве [1] содержится несколько вариантов первичного учета и внутреннего контроля выхода зерна и другой продукции (табл. 1).

Таблица 1. Варианты документального оформления и внутреннего контроля выпуска зерна и другой продукции растениеводства\*

Вариант учета	Первичные документы по учету готовой продукции	Сводные документы по учету готовой продукции	Внутренний контроль
первый вариант	1 способ: реестр отправки зерна и другой продукции с поля в 3 экземплярах (у водителя, комбайнера и кладовщика) 2 способ: реестр отправки зерна и другой продукции с поля в 2 экземплярах (у водителя и комбайнера) и реестр приема зерна (у кладовщика)	сводный реестр приема зерна и другой продукции с поля или регистрационный лист в ведомости движения зерна и другой продукции	Бухгалтер сличает реестры: между собой экземпляр водителя и экземпляр кладовщика, а затем оба сверяются с реестрами комбайнера.
второй вариант	путевки на вывоз продукции с поля в 3 экземплярах (заполняет при выгрузке комбайнер – 2 экземпляра для водителя и кладовщика, 1 экземпляр для себя)	ведомость движения зерна и другой продукции	Комбайнер сдает путевки с учетным листом тракториста - машиниста, водитель - с путевым листом грузового автомобиля, заведующий током - с ведомостью движения зерна и другой

			продукции в бухгалтерию. Все документы сверяются между собой.
третьи варианты	талоны водителя, комбайнера и бункериста, реестр приема зерна от водителя, реестр приема зерна весовщиком, реестр о намолоте зерна и убранной площади (комбайнера)	ведомость движения зерна и другой продукции, книга складского учета	Производится сверка данных по всем экземплярам реестров, талонов по каждой партии зерна (автомашине).

\*Примечание: составлено автором на основе: [1]

Хорошо налаженный первичный учет готовой продукции растениеводства позволяет обеспечить эффективную работу системы внутреннего контроля. Контроль за полнотой оприходования и отгрузкой (вывозом) растениеводческой продукции, правильностью определения и списания неиспользуемых зерноотходов должен быть возложен на сотрудников предприятия - агрономов, заведующего током, работников бухгалтерии. Присутствие работников бухгалтерии (хотя бы периодическое) при осуществлении этих операций и контроль за правильностью их документального оформления позволяют избежать умышленных искажений в количестве и качестве оприходованной и отгруженной продукции [3].

Большое значение имеет контроль соблюдения графика документооборота по участку учета готовой продукции, который возлагается на главного (старшего) бухгалтера. Передача сведений из складских и производственных подразделений в бухгалтерию должна осуществляться своевременно.

В сельскохозяйственных организациях для обобщения информации о наличии и движении готовой продукции предназначен счет 43 «Готовая продукция». Готовая продукция сельскохозяйственных организаций (семена, корма, определенные виды побочной продукции и т.д.) может быть использована в последующих операционных циклах. Если целевое назначение такой продукции известно в момент принятия к учету, то ее движение на счете 43 «Готовая продукция» не отражают, такую продукцию принято учитывать непосредственно на счете 10 «Материалы». На счете 43 «Готовая продукция» в сельскохозяйственных организациях принято учитывать готовую продукцию, принятую у населения для последующей перепродажи [4, с. 208].

Полученную от урожая продукцию, принимают к учету по дебету счета 43 субсчета 1 «Продукция растениеводства» в первоначальной массе. При этом составляют корреспонденцию: Дебет счета 43, субсчет 1 Кредит счета 20 «Основное производство», субсчет 1 «Растениеводство».

Аналитический учет по счету 43 «Готовая продукция» ведется по местам хранения и отдельным видам готовой продукции растениеводства.

В растениеводстве целесообразно организовать отдельный учет по видам готовой продукции, поскольку закупочная цена на продукцию растениеводства разная. Это позволит выявлять наиболее рентабельные виды продукции и оперативно принимать управленческие решения на основе анализа маржинального дохода [2].

Бухгалтер должен периодически производить сверку данных аналитического и синтетического учета готовой продукции растениеводства, что является эффективным способом контроля за правильностью отражения операций в бухгалтерском учете.

Таким образом, бухгалтерский учет и внутренний контроль готовой продукции растениеводства имеет свои особенности, связанные со спецификой выращивания и уборки сельскохозяйственных культур. Поэтому должностные и материально - ответственные лица должны соблюдать нормативные документы, в том числе локальные, для того чтобы избежать нарушений и искажения информации в системе бухгалтерского учета готовой продукции.

### **Список использованной литературы:**

1. Методические рекомендации по бухгалтерскому учету затрат и выхода продукции в растениеводстве (утв. Минсельхозом РФ 22.10.2008). - Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_93409/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_93409/)
2. Андреева Т.В. Направления совершенствования бухгалтерского учета выпуска и продажи сельскохозяйственной продукции // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. - 2017. - № 5. - С. 126 - 130. - Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29184804>
3. Логвинова Т.И. Операции с готовой продукцией на сельскохозяйственных предприятиях: аудиторская проверка // Аудиторские ведомости. - 2010. - № 3. – С. 66 - 76.
4. Ширококов В.Г. Бухгалтерский учет в организациях АПК: учебник / В.Г. Ширококов. - М.: Финансы и статистика, 2010. - 688 с: ил.

© Т.Э. Алехина, 2019

**УДК 336**

**В.Б. Андреев**

Старший преподаватель кафедры, СВКИ ВНГ РФ

**А.Е. Махметова**

канд. экон. наук, доцент ССЭИ РЭУ им. Г.В. Плеханова

**Е.В. Краснянская**

магистрант, 1 курс, ССЭИ РЭУ им. Г.В. Плеханова

г. Саратов, Российская Федерация

### **ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В ОРГАНИЗАЦИИ**

**Аннотация:** данная статья посвящена актуальной проблеме –педагогического становления корпоративной культуры в организации. Актуальность выбранной темы очевидна и обусловлена тем, что в настоящее время, менеджмент современных российских организаций проявляет особый интерес к корпоративной культуре как инструменту управления, посредством которого можно обеспечить ряд конкурентных преимуществ.

**Ключевые слова:** корпоративная культура (КК); уровень; элементы; особенности.

Корпоративная культура является основой жизненного потенциала организации. Особенности отношений между людьми, устойчивые нормы, принципы жизни и деятельности организации, образцы положительного и отрицательного поведения, относящиеся к ценностям и нормам – это всё составляющие корпоративной культуры. Поскольку корпоративная культура не имеет явно выраженного проявления, то ее изучение имеет определенную специфику. Она играет важную роль в процессе жизнедеятельности предприятия и должна являться предметом особого внимания со стороны руководства.

Корпоративная культура – это модель поведения внутри организации, сформированная в процессе функционирования компании и разделяемая всеми членами коллектива. Это некая система ценностей, нормы, правила, традиции и принципы, по которым живут сотрудники. В её основе лежит философия компании, которая предопределяет систему ценностей, общее видение развития, модель взаимоотношений и все то, что включает в себя понятие «корпоративная культура».

Существуют определенные элементы КК, которые являются общими для многих компаний. Данные обобщенные элементы представлены на рисунке 1. Для того, чтобы правильно выявить элементы КК в своей организации, необходимо знать о таком понятии, как «уровень корпоративной культуры», которое было введено Эдгаром Шейном в 1981г. Данная модель выделяет 3 уровня: поверхностный (внешние факты) — образцы поведения, эмоциональная атмосфера и стиль общения, технологии, стиль одежды и решения в графическом представлении бренда, организация рабочих мест и зон взаимодействия с клиентами, символы, ритуалы и т.д.;

внутренний (ценностные ориентации и предписания) — моральные убеждения и этические правила, кодекс поведения, ценности, корпоративная философия;

глубинный (базовые личностные предположения — что формирует личность человека) — верования и установки, национальный менталитет, отношение к миру, человеку и деятельности.

Глубинный уровень, по определенным причинам, можно назвать определяющим, так как он является «стержневым» для всех, кто входит в организацию. Особенно, это важно в отношении учредителей и акционеров любой компании. Ведь это они, выражая свои жизненные ценности, формируют компанию, подбирают сотрудников, определяют стиль менеджмента, а также оказывают непосредственное влияние на создание и формирование корпоративной культуры.

Проведя исследования проблемы развития корпоративной культуры пришли к определенным результатам.

Основными факторами, которые оказывают влияние на корпоративную культуру, можно назвать следующие:

1. личности людей, организовавших компанию (именно поэтому мы уделяем большое внимание работе с владельцами бизнесов, которые консультируем);
2. личности топ - менеджеров и ключевых сотрудников;
3. сотрудники;
4. внешнее окружение (рынок и клиенты, государственное регулирование и органы.

Каждый из этих факторов может нести определяющее значение для формирования или развития корпоративной культуры конкретной организации.

Следует помнить, что основная роль корпоративной культуры — воспроизведение самой себя (на всех уровнях и составляющих компании), трансляция, «воспитание» вновь прибывающих сотрудников. Каждый замечал на себе, погружаясь в новый коллектив, что некоторые способы взаимодействия или приемы бизнеса могут показаться чуждыми. Но с течением времени мы меняемся. И, при удачном стечении обстоятельств, через некоторое время воспринимаем их как свои. Если корпоративная культура компании не будет реплицироваться в сотрудниках (немного изменяясь со временем под действием внешней среды или самих сотрудников), то организация не будет единой и эффективной.

Эффективная корпоративная культура — самый действенный способ разгрузить руководителя. Она, лучше при участии коллектива, задает долговременную цель существования организации, создает корпоративные стандарты, которых необходимо придерживаться для эффективного достижения этой цели, убеждает в правильности этих целей и стандартов сотрудников организации и, наконец, внедряет механизм передачи данных корпоративных ценностей новым сотрудникам.



Рис. 1 – Элементы корпоративной культуры

Подводя итоги, необходимо еще раз отметить, что корпоративная культура – это тонкий инструмент в руках менеджера (руководителя), с помощью которого можно привести организацию к успеху, процветанию и стабильности, но при неумелом или неуместном использовании возможны прямо противоположные результаты. Поэтому корпоративную культуру необходимо изучать, следить за ее формированием, совершенствовать и регулировать ее изменения. Она должна стать органичной частью всей корпорации, быть адекватной современным требованиям, продиктованными экономическим и технологическим развитием, спецификой российского законодательства и менталитета, а также спецификой конкретной корпорации и содействовать достижению поставленных целей, а, следовательно, и повышению эффективности деятельности организации.

### Список использованной литературы

1. Бушмелева, М.А. Развитие корпоративной культуры как мера предупреждения организационных конфликтов // Конфликтология. - 2017. - N 1. - С.143 - 158.

2. Демченко, Е. В. О сущности понятия «корпоративная культура» // Молодой ученый. — 2018. — №13. — С. 227 - 229.
3. Кибанов, А. Я., Митрофанова Е. А., Коновалова В. Г., Чуланова О. Л. - Концепция компетентного подхода в управлении персоналом: Монография / М.: НИЦ ИНФРА - М, 2016 (ЭБС)
4. Мансуров, Р. Е. Настольная книга директора по персоналу : практическое пособие / Р. Е. Мансуров. — Москва, 2019
5. Мугалова, Ж.А. Корпоративная культура современной организации в условиях меняющегося общества // Вестник МИЭП. 2015. №3 (20).  
© В.Б. Андреев, А.Е. Махметова, Е.В. Краснянская, 2019

УДК - 33

**Атмуrzaева Ф.М.**

Магистрант 2 курса РГЭУ (РИНХ)

**Брянцева В. С.**

Магистрант 2 курса РГЭУ (РИНХ)

**Гусаров А.А.**

Магистрант 2 курса РГЭУ (РИНХ)

### **АНАЛИЗ МЕЖБЮДЖЕТНЫХ ТРАНСФЕРТОВ НА СУБФЕДЕРАЛЬНОМ УРОВНЕ НА ПРИМЕРЕ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

Рассмотрим показатели межбюджетных трансфертов на субфедеральном уровне на примере Ростовской области.

В структуре межбюджетных трансфертов местным бюджетам из бюджета Ростовской области наибольшую долю занимают субвенции. В период с 2018 по 2020 гг. наблюдается тенденция к увеличению их доли в общей сумме межбюджетных трансфертов.

Дотации местным бюджетам к 2020 году постепенно уменьшаются, что обусловлено политикой снижения уровня зависимости муниципальных бюджетов. Таким образом, наблюдается постепенное снижение значимости дотаций при абсолютном и относительном увеличении объемов субвенций, получаемых муниципальным образованием.

Субсидии и иные межбюджетные трансферты, достигая максимального значения в 2018 году (23,1 % от общей суммы межбюджетных трансфертов), также имеют тенденцию к уменьшению. К 2020 году планируется уменьшение их доли от общей суммы межбюджетных трансфертов на 9,8 % .

Таблица 2.3 - Структура межбюджетных трансфертов местным бюджетам на 2016 - 2019 годы

Наименование	2016	2017	2018	2019(план)	2020 (план)
Межбюджетные трансферты всего,	68 896,8	73 418,5	84 530,3	80 706,7	77 874,1

из них:					
Дотации, млн. руб.	5 954,1	6 218,4	8 266,7	7 502,3	7 488,5
Дотации, %	8,7	8,5	9,8	9,3	9,6
Субвенции, млн. руб.	50 938,4	52 549,1	56 748,1	57 356,7	59 989,5
Субвенции, %	73,9	71,6	67,1	71,1	77,1
Субсидии и иные межбюджетные трансферты, млн. руб.	12 004,3	16 074,6	19 515,5	15 847,7	10 396,1
Субсидии и иные межбюджетные трансферты, %	17,4	21,9	23,1	19,6	13,3

Рассмотрим более детально направления предоставления межбюджетных трансфертов местным бюджетам.

За исследуемый период наблюдается увеличение объемов межбюджетных трансфертов в 2016 году. Это обусловлено выделением средств на покупку новых трамвайных вагонов, а также за счет межбюджетных трансфертов, выделенных из резервного фонда Правительства Ростовской области местным бюджетам.

Наибольшую долю в межбюджетных трансфертах, предоставляемых в бюджеты муниципальных образований, составляют средства на финансовое обеспечение государственных и муниципальных учреждений в части целевой финансовой помощи местным бюджетам, и можно заметить, что данный показатель имеет тенденцию к увеличению за исследуемый период (в 2015 – 35,3 % ; 2016 – 36,1 % ; 2017 – 39,7 % ). Также большая часть средств в местные бюджеты предоставляется на меры социальной поддержки отдельных категорий граждан (31,3 % , 27,5 % , 29,4 % соответственно).

Таблица 2.4 - Межбюджетные трансферты местным бюджетам

Наименование	2015 год		2016 год		2017 год	
	Млн. руб.	Уд. Вес, %	Млн. руб.	Уд. Вес, %	Млн. руб.	Уд. Вес, %
ВСЕГО	74 420,0	100	77 273,6	100	73 418,5	100
Государственная поддержка отраслей экономики	1 522,0	2,04	1 436,2	1,9	221,2	0,3
Дорожное хозяйство (дорожный фонд)	5 459,4	7,3	5 028,7	6,5	7 525,3	10,2
Меры социальной поддержки отдельных категорий граждан	23 322,8	31,3	21 237,0	27,5	21 468,7	29,4
Нецелевая финансовая помощь местным бюджетам	5 799,4	7,8	6 817,6	8,8	6 481,1	8,8
Обеспечение жильем отдельных категорий граждан	2 751,1	3,7	1 538,6	2	2 601,4	3,5
Прочие расходы	6 500,4	8,7	11 123,8	14,4	0	0

Содержание аппарата управления областных органов власти и органов местного самоуправления в части целевой финансовой помощи местным бюджетам	1 244,7	1,8	1 329,2	1,7	1 499,5	2
Финансовое обеспечение государственных учреждений и муниципальных учреждений в части целевой финансовой помощи местным бюджетам	26 283,7	35,3	27 892,3	36,1	29 114 ,9	39,7
Целевые мероприятия и иные расходы	1 536,6	2,1	870,2	1,1	4 506,5	6,1

В 2018 году объём межбюджетных трансфертов местным бюджетам составит 50,5 % от общей суммы расходов областного бюджета. Всего расходов областного бюджета на 2018 год - 149,9 млрд. рублей, объём межбюджетных трансфертов составит 75,5 млрд. руб.

Дотации на выравнивание бюджетной обеспеченности в 2018 году получают 43 муниципальных района и 6 городских округов (5 517,1 млн. рублей), 359 сельских поселений (1 497,0 млн. рублей), 8 городских поселений (71,6 млн. рублей).

Субсидии из областного бюджета местным бюджетам на софинансирование расходных обязательств муниципальных образований в 2018 году составят 13 256,6 млн. руб. Наибольшая доля средств будет выделена на дорожное хозяйство (27,3 %). На объекты социальной сферы и спорта (школы, детские сады, объекты здравоохранения и культуры) будет выделено 21,2 %. Кроме того, большой объём субсидий будет направлен на объекты водопроводно - канализационного хозяйства, водоснабжения и газификации (18 % от общего объёма субсидий).

#### Список использованной литературы:

1. Бюджет для граждан Ростовской области [Электронный ресурс] URL: <http://www.donland.ru>

© Азмурзаева Ф.М., Брянцева В. С., Гусаров А. А.2019

УДК - 33

**Азмурзаева Ф.М.**

Магистрант 2 курса РГЭУ (РИНХ)

**Брянцева В. С.**

Магистрант 2 курса РГЭУ (РИНХ)

**Гусаров А.А.**

Магистрант 2 курса РГЭУ (РИНХ)

### ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕЖБЮДЖЕТНЫХ ОТНОШЕНИЙ В РФ

В настоящее время межбюджетные отношения являются центральной проблемой не только во взаимоотношениях федерального центра с субъектами федерации, но и между субъектами федерации и входящими в их состав муниципальными образованиями.

Важность и всеобщность проблем межбюджетных отношений объясняет широкое обсуждение их в экономической литературе, что, однако, не включает противоречивость понятийного аппарата.

Предметом исследования многих советских экономистов, таких как Г.В. Базарова, А.М. Бирман, М.В. Васильева, Д.С. Моляков, Л.И. Павлова, Г.Б. Поляк, В.М. Родионова, Б.И. Филимонов, Я.Б. Хесин, Н.А. Ширкевич и других, являются финансовые основы государства, проблемы формирования и расходования бюджетных средств на различных уровнях бюджетной системы, а также их роль в социально - экономическом развитии страны.

Отдавая должное всей важности научной работы в сфере изучения межбюджетных отношений и их регулирования, их роли в социально - экономическом развитии как отдельных территорий, так и государства в целом, необходимо отметить, что анализ межбюджетного регулирования на уровне субъектов в рамках взаимодействия региональных и муниципальных интересов в процессе реализации бюджетной политики ещё не стало объектом особого изучения.

Исходя из этого, можно сказать, что эффективное регулирование межбюджетных отношений на всех уровнях бюджетной системы зависит от степени согласованности их интересов. Этот факт следует принимать во внимание при создании механизма регулирования межбюджетных отношений, а также методик распределения направляемых трансфертов.

Совершенствование межбюджетных отношений является обязательным требованием для реализации в политико - территориальном устройстве российского государства принципов федерализма. Эффективность системы межбюджетных отношений во многом обуславливает как финансовую стабильность страны, так и урегулирование ключевых социальных и государственно - политических задач.

Для теоретического изучения и анализа системы межбюджетных отношений, а также разработки практических рекомендаций, направленных на совершенствование межбюджетных отношений и решение ключевых проблем в данной области на всех уровнях бюджетной системы необходимо решение следующих задач:

- определение понятия и сущности бюджетного федерализма, а также особенностей построения государства на основе концепции бюджетного федерализма;
- систематизация теоретико - методологических и правовых основ организации межбюджетных отношений в Российской Федерации;
- анализ специфики нынешней системы межбюджетных отношений в Российской Федерации между федеральным и региональными бюджетами;
- выявление особенностей, недостатков, а также характерных тенденций развития межбюджетных отношений на субфедеральном уровне на примере Ростовской области;
- обоснование необходимости совершенствования современной межбюджетных отношений в Российской Федерации;
- разработка предложений по реформированию межбюджетных отношений на всех уровнях бюджетной системы.

Объектом исследования в рамках детального изучения данной темы и достижения поставленных задач послужат экономические отношения, которые складываются при формировании и исполнении бюджетов всех уровней.

Предметом исследования выступают межбюджетные отношения в Российской Федерации, процесс их становления и развития, основные проблемы и пути их решения.

Нормативно - правовой базой для данного исследования послужат действующие нормативно - правовые акты в сфере бюджетного устройства, бюджетного процесса и межбюджетных отношений в Российской Федерации, а также соответствующие нормативно - правовые акты, действующие в Ростовской области.

Информационно - эмпирическую основу исследования составят материалы Министерства финансов Российской Федерации, Министерства финансов Ростовской области, федеральные и региональные программы в области реформирования межбюджетных отношений, материалы, опубликованные в периодических и специализированных изданиях, статьи научно - практических конференций по проблемам формирования и исполнения бюджетов разных уровней.

### **Список использованной литературы**

1. Аветисян И.А. Бюджетный федерализм и межбюджетные отношения в Российской Федерации // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции и прогноз - 2011. - № 1. - С. 115 - 131.

2. Александров И.М. Бюджетная система РФ – учебник / И.М. Александров – 4 - ое изд., перер. и доп. – М: Дашков и К, 2015. – 174 с.

© Азмурзаева Ф.М., Брянцева В. С., Гусаров А.А. 2019

**УДК 519.863**

**В.И. Борисов**

студент 2 курса

Самарский национальный исследовательский университет

имени академика С.П.Королева,

институт экономики и управления

г. Самара, РФ

E - mail: bormail2704@gmail.com

## **КЛАССИФИКАЦИЯ МЕТОДОВ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧИ МНОГОКРИТЕРИАЛЬНОЙ ОПТИМИЗАЦИИ**

### **Аннотация**

В данной статье приводится классификация методов решения задачи многокритериальной оптимизации в зависимости от выбора метода решения схем компромисса, обобщенного критерия оптимальности, а также от допустимой области принятия решений.

### **Ключевые слова:**

Многокритериальная оптимизация, целевая функция, допустимая область принятия решений, локальное оптимальное решение, идеальное решение.

Получение оптимального или наиболее эффективного компромиссного решения в задаче многокритериальной оптимизации возможно только в том случае, если лицо принимающее решение имеет четкие и вполне конкретные представления о своих предпочтениях. Эти предпочтения могут быть выражены как:

— ранжирование локальных критериев оптимальности по степени их важности (важность различных критериев определяется с помощью значений весовых коэффициентов);

— представление диапазона изменений значений локальных критериев с помощью лингвистических переменных (введение так называемых числовых шкал и интервалов изменения локальных критериев, внутри которых для лица принимающего решение его значения безразличны);

— установка принципов выбора (оптимизация средневзвешенного показателя, максимизация наихудшего или наилучшего значения локального критерия и др.).

Классификация методов решения задачи многокритериальной оптимизации может вестись на основе методов оценки информации о значениях вектора локальных целевых функций рассматриваемых альтернатив. При этом компенсирующие методы отличаются от не компенсирующих тем, что в первых при сравнении альтернатив  $a$  и  $b$  худшие значения подмножества целевых функций альтернативы  $a$  могут компенсироваться лучшими значениями другого подмножества локальных критериев  $b$ , в то время как в методах второй группы такая компенсация не представляется возможной.

Информация о значениях вектора локальных целевых функций в различных альтернативах может быть задана точно (действительными числами), стохастически, т.е. распределениями вероятностей и лингвистическими переменными. В качестве результатов решения в отдельных случаях можно получить не одну, а целое подмножество эффективных альтернатив.

Индивидуальным (локальным) оптимальным решением называется каждая альтернатива, которая является оптимальной хотя бы для какого-либо одного частного критерия. Значение этой целевой функции часто называют локальным оптимумом. Совершенное (глобально оптимальное) решение – это допустимая альтернатива, которая является оптимальной для всех локальных критериев оптимальности. Как правило, такого решения в данных методах не существует.

Идеальное значение вектора целевых функций – это вектор, компонентами которого являются значения локальных оптимальных решений. Идеальное решение – это альтернативы (в области допустимых решений таких, как правило, не существует), все значения локальных целевых функций являются оптимальными.

Функционально - эффективное решение (называемое также не доминирующее, или Парето - оптимальное решение) – это такая альтернатива  $a$ , что не существует никакой такой другой альтернативы  $b$ , у которой существует хотя бы одно значение локального критерия, лучшее, чем в альтернативе  $a$ , и при этом нет ни одного значения локального критерия хуже, чем в альтернативе  $a$ . Полное решение (множество функционально - эффективных решений) – это множество всех функционально - эффективных альтернатив. Решение считается приемлемым, если каждая альтернатива, которая рассматривается как приемлемая, удовлетворяет всем предпочтениям.

Классификация методов решения задачи многокритериальной оптимизации может производиться на основе как наличия и использования информации о предпочтениях, так и выбора метода решения схем компромисса и выбора обобщенного критерия оптимальности. Все такие методы можно разделить на три класса: детерминированные,

стохастические и логические. Также эти методы можно разделить на классы задач с ограничениями и без ограничений, на одноэкстремальные и многоэкстремальные методы.

#### Литература:

1. Кини Р.Л., Х. Райфа Принятие решений при многих критериях: пред - почтения и замещения. М.: Радио и связь, 2011 232 с.
2. Ларичев О.И. Теория и методы принятия решений. М.: Логос, 2002. 246с.
3. Подиновский В.В., Ногин В.Д. Парето - оптимальные решения много - критериальных задач. М.: Наука, 2012 186 с.

© В.И. Борисов, 2019

УДК - 33

**А.Р. Брускина**

магистрант 3 курса БАГСУ,

г. Уфа, РФ

E - mail: ksanochka666@yandex.ru

**Научный руководитель: М.Ю. Неучева**

канд. экон. наук, доцент БАГСУ,

г. Уфа, РФ

E - mail: neucheva@mail.ru

### К ВОПРОСУ О РАЗВИТИИ АВИАЦИОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИИ

**Аннотация.** В статье рассмотрено современное состояние развития авиационной промышленности России, а именно рассматриваются основные статистические показатели авиационной промышленности, раскрывается роль авиационной промышленности в отечественной экономике. Выделены некоторые проблемы реализации в области государственной авиационной промышленной политики.

**Ключевые слова:** промышленность, государственное регулирование, промышленная политика, эффективность, авиационная промышленность.

В таблице 1 представлены основные статистические показатели авиационной промышленности Российской Федерации.

Таблица 1 – Динамика основных статистических показателей авиационной промышленности Российской Федерации [2]

Наименование показателя	2016	2017	2018	Темп прироста 2018 / 2016, %
Валовая добавленная стоимость отрасли авиастроения, тыс. рублей	434171349	443884649	433377604	- 0,18

Выручка (нетто) от продажи товаров, работ, услуг промышленных организаций отрасли авиастроения, тыс. рублей	1142556183	1168117498	1140467379	- 0,18
Численность работников в промышленных организациях отрасли авиастроения, человек	320525	298934	292840	- 8,64
Производительность труда в промышленных организациях отрасли авиастроения, тыс. рублей	3565	3908	3895	9,26
Рентабельность продаж промышленных организаций отрасли авиастроения (по валовой прибыли), процентов	25,1	27,7	28,5	13,55
Рентабельность активов промышленных организаций отрасли авиастроения (по чистой прибыли), процентов	2,1	2,6	3,2	52,38
Количество высокопроизводительных рабочих мест в промышленных организациях отрасли авиастроения, тыс. раб. мест	196	230	229	16,84
Доля инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров промышленного производства, выполненных работ, услуг организаций промышленного производства, процентов	20	22,3	25	25,00

Из данных, представленных в таблице 1, можно сделать следующие выводы:

- в сравнении с 2016 годом наблюдается существенное увеличение производительности труда в авиационной промышленности (на 9,26 %), рентабельности продаж промышленных организаций отрасли авиастроения (52,38 %), доли инновационной продукции (25 %);

- сокращение коснулось следующих показателей: Валовая добавленная стоимость отрасли авиастроения (сокращение составило 0,18 %), выручки от производства (сокращение составило 0,18 %), численности работников в промышленных организациях отрасли авиастроения (сокращение составило 8,64 %).

Таким образом, мы видим определенные негативные изменения в авиационной промышленности России.

В настоящее время в рамках государственного регулирования авиационной промышленности используется множество различных инструментов, один из которых – это реализация государственных программ.

Государственная программа «Развитие авиационной промышленности на 2013–2025 годы» утверждена Постановлением Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 года № 303 [1].

Цель государственной программы – формирование конкурентоспособной авиационной промышленности, а также установление ведущих мировых позиций в рамках производства авиационной техники (воздушных судов).

Достижение регламентированных целей достигается за счет решения следующих задач:

- содействовать разработке и продвижению продукции отечественной авиационной промышленности в области производства самолётов;
- содействовать разработке и продвижению продукции отечественной авиационной техники в области производства вертолетов;
- содействовать разработке и продвижению продукции отечественной авиационной техники в области авиационного производства двигателей;
- содействовать разработке и продвижению продукции отечественной авиационной техники в области производства авиационных приборов и инструментов;
- содействовать формированию непрерывно возобновляемому опережающему научно - техническому потенциалу;
- способствовать реализации дополнительных инструментов поддержки авиационной промышленности, которые ориентированы на комплексное развитие рассматриваемой сферы экономики.

В качестве ответственного исполнителя государственной программы выступает Министерство промышленности и торговли Российской Федерации. Объем финансового обеспечения по данной государственной программе в 2017 году составил 55 508,8 млн. рублей, или 96,2 % к уточненной росписи (рисунок 1).



Рисунок 1 – Структура финансового обеспечения государственной программы «Развитие авиационной промышленности на 2013–2025 годы» [2]

Как видим, наблюдается тенденция сокращения финансирования государственной программы, что является крайне негативным фактором в развитии авиационной промышленности России.

При этом необходимо отметить, что объём производства по виду экономической деятельности «Летательные аппараты, включая космические, и соответствующее

оборудование» в первом квартале 2019 года уменьшился на 42,3 % в сравнении с аналогичным периодом 2018 - го года.

Уменьшение объемов производства можно связать с проблемами в авиатехнической области России, которые, главным образом, относятся к отсутствию должного сервисного обслуживания, а также отсутствию составных элементов для авиационной и космической технической продукции. В связи с данной проблемой уменьшается спрос, и сокращаются заказы. В качестве последнего примера можно назвать срыв контракта Объединённой авиастроительной корпорации с группой S7 по поставкам SuperJet в укороченной версии в количестве до 80 единиц.

По нашему мнению, ещё одна проблема – это технологическое отставание авиационной промышленности. К примеру, в США уже функционируют ракеты с возвращаемыми блоками, что существенным образом уменьшает стоимость полётов, а также повышает возможности» [3].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в настоящее время имеются определенные негативные изменения в авиационной промышленности России. Данное обстоятельство можно связать с проблемами в авиатехнической области России, которые, главным образом, относятся к отсутствию должного сервисного обслуживания, а также отсутствию составных элементов для авиационной и космической технической продукции.

#### **Список использованных источников**

1. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 № 303 (ред. от 29.03.2019) «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие авиационной промышленности» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru/>
2. Правительство России (официальный сайт) [Электронный ресурс]. – URL: <http://government.ru/>
3. Производство самолетов и вертолетов в России упало на 42 % [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.rbc.ru/economics/24/04/2019/5cc03f999a79473ccbe742b9>

© А.Р. Брускина 2019

УДК - 33

**А.Р. Брускина**

магистрант 3 курса БАГСУ,

г. Уфа, РФ

E - mail: [ksanochka666@yandex.ru](mailto:ksanochka666@yandex.ru)

**Научный руководитель: М.Ю. Неучева**

канд. экон. наук, доцент БАГСУ,

г. Уфа, РФ

E - mail: [neucheva@mail.ru](mailto:neucheva@mail.ru)

## **РОЛЬ АВИАЦИОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ**

**Аннотация.** В статье выявлена роль авиационной промышленности в экономике России, раскрыты основные факторы развития авиационной промышленности. Проведен анализ

современных проблем и преимуществ авиационной промышленности. Рассмотрены основные пути совершенствования авиационной промышленности России.

**Ключевые слова:** промышленность, авиационная промышленность, промышленная политика, авиация, самолетостроение.

В настоящее время, несмотря на существенное значение авиационной промышленности в экономике России, до сих пор не существует точного определения понятия «авиационная промышленность».

По нашему мнению, авиационная промышленность представляет собой систему организаций, которые выполняют разработку, производство и испытания воздушных судов самого разного направления (в том числе гражданского, коммерческого, военного).

В целом, можно отметить значительную роль воздушного транспорта в России. За счёт скорости и комфортности, он реализует одну из ключевых функций государственного интегратора. В силу большой территориальной распространённости России (от Дальнего Востока до Калининграда), авиация была и ещё долго останется на некоторых территориальных единицах в качестве магистрального вида транспорта, который обеспечивает связь с остальной территорией Российской Федерации [1].

Авиационная промышленность играет существенную роль в реализации большого количества жизненно важных задач, которые имеют отношение к государственным интересам Российской Федерации. Зачастую именно за счёт авиационной промышленности усиливается рост промышленно - экономического потенциала государства, развитие научной, культурной и социальной областей, а также предотвращению воздействия угроз государственной безопасности.

Авиационная промышленность России выступает в качестве одной из ключевых системообразующих областей экономики государства, высоконаучёмых и высокотехнологичных областей экономики. Авиационная промышленность занимает более трети общей величины оборонно - промышленного комплекса России. Кроме того, в рамках производства военной продукции и экспортных поставок военной и гражданской продукции доля авиационной промышленности в оборонно - промышленном комплексе превышает половину.

Производство авиации обеспечивает достижение ключевых национальных задач в области обороны, экономики и социологии. Данная отрасль включает в себя более 280 предприятий, которые расположены на территории в 40 субъектах Российской Федерации, в рамках которых работает более полмиллиона человек.

В настоящее время усиление роли Российской Федерации на мировом рынке во всех секторах авиационной промышленности зависит от множества факторов. По нашему мнению, один из самых значимых факторов – это повышение эффективности реализации механизмов государственной поддержки данной сферы, которые направлены на уменьшение стоимости эксплуатации авиационной продукции и техники, как в России, так и за рубежом [2].

Ещё один фактор – это уровень развития транспортной инфраструктуры государства, а также пространственного распределения населения на территории России.

По нашему мнению, сейчас наступил благоприятный момент для тесного взаимодействия авиатранспортной системы и авиационной промышленности России. Техническое совершенство современных авиационных аппаратов будет находиться в прямой зависимости от запросов транспортной инфраструктуры. Данная задача становится особенно актуальной в связи с постановкой перед Правительством РФ задачи по сокращению авиаперевозок пассажиров через Москву, увеличению транспортных потоков через регионы.

По поручению Владимира Владимировича Путина, в будущем объем авиационных перевозок пассажиров должен более, чем на 50 % проходить через регионы [3].

Эти условия влекут за собой необходимость повышения качества авиационного строения. В свою очередь, для решения данной задачи, необходимо повышение научного потенциала Российской Федерации.

Тем не менее, решение данной задачи в настоящее время достаточно осложнено в связи с тем, что в силу того, что большинство научно - исследовательских работ носят узкодисциплинарный характер. Требуется формирование системных проектов с высоким уровнем интеграции. Например, в качестве таких проектов можно назвать «электрические» самолеты с гибридными силовыми установками, сверхзвуковые деловые самолёты, а также высокоинтеллектуальные беспилотники.

Является достаточно важным также определения роли именно прикладной науки в качестве эффективного трансфера между фундаментальным знанием и наукоемкой авиационной промышленностью. По нашему мнению, решение данного вопроса представляется нам возможным в рамках принятия федерального закона о научных исследованиях и разработках в России.

Также необходимо отметить тот факт, что отечественные производители занимают лидирующие позиции по множеству направлений оборонной промышленности на международном рынке, однако практически не представлены в области гражданской авиации [4]. В связи с этим приоритетные цели развития авиационной промышленности в Российской Федерации должны иметь отношение, в первую очередь, к росту объёмов производства продукции гражданской авиации, а также ее продвижение за границами России.

Таким образом, вопрос сохранения и дальнейшего развития авиационной промышленности России уже имеет не такой узкий характер, это уже вопрос направления развития всего высокотехнологичного производства на территории Российской Федерации. Авиационная промышленность в настоящее время выступает в качестве одного из ключевого элемента сложной отраслевой структуры экономики России, где мы имеем как определённые проблемы (незначительная доля продукции гражданской авиации, технологическое отставание), так и определённые преимущества (развитие авиационной военной техники), которые без должного подхода могут превратиться в слабые стороны.

#### **Список использованных источников**

1. Авиационная наука: взгляд в будущее [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.nkj.ru/archive/articles/14887/>

2. Корень А.В. Стратегические аспекты развития авиационной промышленности // Транспорт Российской Федерации. Журнал о науке, практике, экономике. – 2017. – №3(70). – С.3 - 7.

3. МАКС - 2019: Появление новых воздушных судов будет зависеть от запросов транспортной инфраструктуры страны <https://soyuzmash.ru/news/tidings/maks-2019-poyavlenie-novykh-vozdushnykh-sudov-budet-zaviset-ot-zaprosov-transportnoy-infrastruktury-/>

4. Кузьмина Л.В. Авиационная промышленность России: современные проблемы и перспективы развития // Известия Санкт - Петербургского государственного экономического университета. – 2019. – №3. – С.163 - 165.

© А.Р. Брускина 2019

**УДК 338.51**

**А.Я. Валеева**

Студентка

Башкирский государственный университет

г. Уфа, РФ

## **ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ**

### **Аннотация**

В условиях современной экономики ценообразование выступает одним из ключевых вопросов функционирования коммерческих компаний. В статье рассмотрены особенности процесса ценообразования, имеющие место в современном менеджменте, а также факторы, непосредственно влияющие на современный процесс ценообразования.

### **Ключевые слова**

Ценообразование, менеджмент, экономика, цена, факторы ценообразования.

Как мировая, так и российская экономика находятся в постоянной динамике и характеризуется сложностью и многогранностью экономических процессов, в ней протекающих. В таких условиях не теряют актуальность вопросы ценообразования, определяемые потребностью коммерческих компаний устанавливать цены на свои продукты, услуги и работы, что позволяет обеспечивать необходимый уровень продаж и получать прибыль.

Как в зарубежной, так российской научной литературе вопросам ценообразования посвящено большое количество публикаций. Подобное разнообразие работ подтверждает сложность изучаемого вопроса, и, следовательно, понятийного аппарата. Исследованиями в данной области занимались такие эксперты и ученые, как И. В. Липсиц, Т. Т. Нэгл, Х. Саймон, В.Е. Есипова, Г.А. Маховикова, В.М. Тарасевич.

Современные управленческие технологии в области ценообразования располагают разнообразным инструментарием определения цен. Для начала рассмотрим понятие «цена».

Цена – это рыночная категория, «показатель, обозначающий конкретную денежную сумму, требуемую, предлагаемую или уплаченную за некий товар или услугу в рамках конкретной, возможно предполагаемой сделки» [1]. Как мы знаем, конкуренция – это основа движущей силы рыночной экономики, поэтому цена также входит в перечень важных инструментов конкуренции рынка. Также важную роль в ценообразовании играет перераспределение ресурсов перераспределения капитала.

Вопросы образования цены являются существенными абсолютно для всех уровней подробного анализа экономических процессов, так как цена – это базовая экономическая категория, и один из параметров, который характеризует экономическое равновесие.

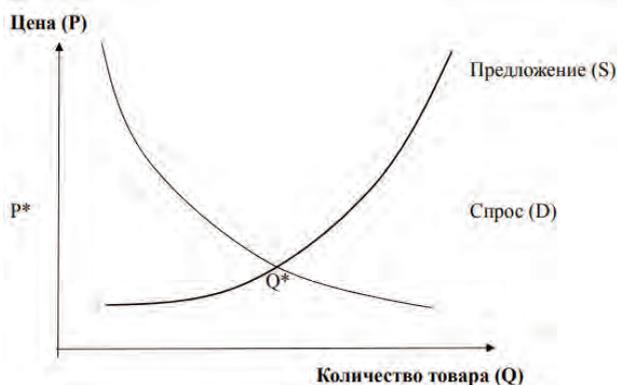


Рис. 1. График спроса и предложения

Знание всех основных факторов, влияющих на формирование цены в современном менеджменте, помогает грамотно сформировать цены и управлять ценами компании. Эксперты отрасли выделяют три уровня управления ценами:

- отраслевой;
- товарно - рыночный;
- уровень сделки.

На сегодняшний день существует целый ряд факторов, складывающихся из абсолютно различных аспектов рынка. Сформируем их в таблицу 1.

Таблица 1. Факторы, влияющие на современный процесс ценообразования

Внешние факторы (по другому - условия ценообразования)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- экономическая ситуация;</li> <li>- мода;</li> <li>- инфляция;</li> <li>- современные вкусы и предпочтения потребителя;</li> <li>- размеры доходов и накоплений населения;</li> <li>- государственное регулирование (сюда можно отнести</li> </ul>
--	--

	<p>дифференциацию налогообложения, фиксация цен государственных компаний и монополий, ограничение уровня цен монополий, «замораживание» рыночных цен, запрет на демпинг и т.д.);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- динамика производительности труда;</li> <li>- развитие инноваций;</li> <li>- тенденции трудового рынка.</li> </ul>
Факторы спроса	<ul style="list-style-type: none"> <li>- закон спроса;</li> <li>- сегментация потребителей;</li> <li>- сезонность спроса;</li> <li>- ценовая эластичность спроса;</li> <li>- потребительская полезность товара;</li> <li>- ограниченность спроса по доходам;</li> <li>- взаимодовольняемость / заменяемость продукта;</li> <li>- обоснованность цены в соответствии с потребительской ценностью и дополнительными издержками потребителя.</li> </ul>
Фактора предложения	<ul style="list-style-type: none"> <li>- вид конкурентной борьбы;</li> <li>- наличие и степень конкуренции на рынке;</li> <li>- степень монополизации рынка;</li> <li>- вертикальное управление ценами;</li> <li>- число конкурентов;</li> <li>- доля рынка;</li> <li>- конкурентная среда покупателя;</li> <li>- взаимодействие участников каналов движения товаров;</li> <li>- рекомендации по ценам;</li> <li>- изменение цен товаров конкурентов и дополняющих товаров;</li> <li>- ценовые соглашения.</li> </ul>
Факторы, связанные с товаром	<ul style="list-style-type: none"> <li>- стадия жизненного цикла;</li> <li>- специфика производства продукта / услуги;</li> <li>- специфика потребления товара;</li> <li>- целевое назначение товара;</li> <li>- дифференциация предложения товара.</li> </ul>
Факторы маркетинга	<ul style="list-style-type: none"> <li>- особенности маркетинговой стратегии продвижения товара;</li> <li>- используемые формы и инструменты коммуникации с потребителями;</li> <li>- сервис и постпродажное обслуживание;</li> <li>- особенности маркетинговой стратегии продвижения товаров - конкурентов.</li> </ul>
Факторы компании	<ul style="list-style-type: none"> <li>- цели компании;</li> <li>- факторы производства: производственные</li> </ul>

	возможности, издержки, точка безубыточности, финансовые проблемы, каналы и структура распределения товаров, товарная политика.
--	--

Таким образом, при изучении особенностей ценообразования в современном менеджменте, необходимо учитывать все факторы (см. табл.1). При формировании цены на продукт важна обоснованность каждого фактора и достижение верной структуры цены, поэтому установление верной цены, которая бы удовлетворяла все условия рынка и максимально обеспечивала прибыль каналам распределения, является довольно сложной задачей для товаропроизводителей. Стоит отметить, что правильно выбранная стратегия ценообразования помогает определить нужный и прибыльный целевой рынок: например, южнокорейский бренд Samsung предлагает широкую линейку цифровых товаров, направленную на разные сегменты потребителей. Таким образом, можно сделать заключение о том, что ценообразование в современном менеджменте – важный процесс, от которого, в том числе, зависит успех компании на коммерческом рынке.

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

1. Лизовская В.В. Ценообразование и ценовая политика компании. Санкт - Петербург, 2018.
  2. Масленников В.В., Кишибекова Г.К. Технология ценообразования по правилам финансового менеджмента // Наука и бизнес: пути развития. 2017. № 3 (69). С. 41 - 44.
  3. Формирование ценовой политики организации: поэтапное руководство. Официальный сайт Центра дистанционного образования «Элитариум» [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.elitarium.ru/cenovaya-politika-rynok-predpriyatie-produkciya-analiz-spros-potrebitel-konkurenciya-kachestvo-zatraty-strategiya-cenobrazovanie/>. Дата обращения 20.10.2019
  4. Яворовский Д.О. Ценообразование в менеджменте предприятия // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития. 2016. № 33 - 1. С. 195 - 199.
  5. Iastremska N. Price based management in the communicational policy of the trade mark // Проблемы и перспективы экономики и управления. 2016. № 4 (8). С. 82 - 86.
- © А.Я. Валева 2019

УДК - 33

**Виговская О.Н.**

Студентка Хакасского государственного университета  
им. Н.Ф. Катанова Института экономики и управления  
г. Абакан, РФ, volian2010@yandex.ru

### **МЕТОДИКА ВЫЯВЛЕНИЯ И ОЦЕНКИ УГРОЗ ПРЕДПРИЯТИЯ**

#### **Аннотация**

В статье проведен анализ оценки на сколько (в какой степени) на предприятии должна обеспечиваться экономическая безопасность.

## Ключевые слова

Экономическая безопасность, оценка угроз, матрицы событий, матрицы угроз, матрицы обеспечения экономической безопасности.

В основу выявления оценки угроз и степени обеспечения экономической безопасности предприятия следует использовать методику, разработанную Гапоненко В.Ф., Беспалько А.А., Власковым А. С. «Экономическая безопасность предприятий. Подходы и принципы» [2, с. 98].

Преимуществами подхода к оценке обеспечения экономической безопасности по мнению выше отмеченных авторов, являются: «универсальность по отношению к большинству предприятий; учитываются индивидуальные особенности предприятий; дается наглядное представление о системе безопасности предприятия; позволяет вести и оценивать деятельность по обеспечению безопасности предприятия в соответствии с определенными стандартами; является простым и доступным для понимания и использования». В соответствии с данной методикой основными этапами оценки являются:

1. Первый этап - построение «Матрицы событий» и «Матрицы угроз».
2. Второй этап - составление «Матрицы обеспечения экономической безопасности».
3. Третий этап – составление таблицы балльной оценки обеспечения экономической безопасности.
4. Четвертый этап: - расчет важности мероприятий по обеспечению экономической безопасности.
5. Пятый этап - формирование матрицы коэффициентов важности мероприятий по обеспечению ЭБ.
6. Шестой этап - Расчет нормативных коэффициентов важности мероприятий, по максимальной оценке, обеспечения ЭБ.
7. Седьмой этап - составление матрицы «Оценки СЭБП».
8. Восьмой этап - нахождение коэффициента уровня экономической безопасности или степени обеспеченности экономической безопасности [2, с. 113].

Таблица 1 - Матрица событий предприятия

Уровни ЭБ	Составляющие ЭБ				
	Финансовая	Организа ционная	Технологич еская	Правовая	Кадровая
1	2	3	4	5	6
1 -й уровень: собственники и акционеры	Руководств о и контроль	Руководств о и контроль	Руководст во и контроль	Руководст во и контроль	Руководство и контроль
2 -й уровень: высшее руководство	Контроль, ответствен ность	Контроль, ответствен ность	Контроль, ответствен ность	Контроль, ответствен ность	Контроль, ответственнос ть

3-й уровень: оргструктура, персонал, мотивация	Функциональные обязанности	Функциональные обязанности	Функциональные обязанности	Функциональные обязанности	Функциональные обязанности
4-й уровень: построение бизнес-процессов	Планирование ФХД на 3 года	Планирование на 3 года	Планирование на 3 года	Планирование на 3 года	Планирование на 3 года
5-й уровень: текущая ФХД	Оказание услуг	Организация, контроль, ответственность	Организация производственного процесса	Контроль деятельности в соответствии с законодательством	Повышение эффективности и труда
6-й уровень: учет, отчетность анализ	Повышение эффективности деятельности.	Отчет	Учет, контроль, анализ произв. процесса	Соблюдение законодательства	Учет, контроль, анализ рабочего времени

Из данных таблицы 1 видно, что все виды безопасности ранжированы в порядке убывания значимости для предприятия, при этом, наиболее важным является финансовая составляющая экономической безопасности предприятия. Результаты имеющихся угроз систематизированы в таблице 2.

Таблица 2 - Матрица угроз обеспечения экономической безопасности предприятия

Уровни ЭБ	Составляющие ЭБ				
	Финансовая	Организационная	Технологическая	Правовая	Кадровая
1	2	3	4	5	6
1-й уровень: собственники и акционеры				1.отсутствие мер по противодействию корпоративной коррупции.	
2-й уровень: высшее руководство	1. «откатный» механизм.	1.отсутствие декларирования доходов и расходов.		1.отсутствие мер по повышению юридической грамотности.	

3-й уровень: оргструктура, персонал, мотивация		1.отсутствие мер ответственности за разглашение коммерческой тайны		.	1. отсутствие перечня должностей с высоким риском совершения коррупционных правонарушений.
4-й уровень: построение бизнес - процессов					
5-й уровень: текущая ФХД	1. «откатный» механизм.				
6-й уровень: учет, отчетность анализ					

По данным таблицы 2 в деятельности предприятия возможно появление угрозы, которая по совокупности характеристик относится к коррупционной. Основанием для подготовки данных выводов являются результаты исследования организационно - экономической характеристики и системы обеспечения экономической безопасности самого предприятия.

Таким образом, угрозы экономической безопасности могут быть в следующих составляющих по уровням безопасности:

1. В финансовой составляющей на уровне высшего руководства предприятия и уровне текущей деятельности - возможно появление коррупционной угрозы, которая может быть связана с обеспечением выгодных для предприятия решений со стороны муниципалитета и краевых органов власти.

2. В организационной составляющей - вероятны коррупционные угрозы в связи с отсутствием декларирования доходов и расходов руководителей.

3. В организационной составляющей - существует вероятность угрозы разглашения коммерческой тайны.

4. В правовой составляющей - возможна угроза в связи с отсутствием мер по противодействию корпоративной коррупции на предприятии.

5. В правовой составляющей - существует вероятность угрозы в связи с отсутствием мер по повышению юридической грамотности.

6. В кадровой составляющей - возможны угрозы в связи с отсутствием перечня должностей с высоким риском совершения коррупционных правонарушений [1, с. 56].

Таблица 3 - Матрица обеспечения  
экономической безопасности предприятия

Уровни ЭБ	Составляющие ЭБ				
	Финансовая	Организа ционная	Технологи ческая	Правовая	Кадровая
1	2	3	4	5	6
1-й уровень: собственники и акционеры	Организация обязательног о контроля сделок			Утверждени е нормативны х документов по противодейс твию корпоративн ой коррупции	
2-й уровень: высшее руководство		Обязательное декларирован ие доходов и расходов руководителе й на уровне предприятия.		Мероприяти я по повышение юридическо й грамотности.	Ознакомление с приказом о перечне должностей с высоким риском совершения коррупц. правонарушени й.
3-й уровень: оргструктура, персонал, мотивация	Изменение подчиненнос ти служб, мотивации персонала	Внесение в должностные инструкции положений об ответственнос ти за разглашение коммерческой тайны.			Утверждение приказов о перечне должностей с высоким риском совершения коррупц. правонарушени й.
4-й уровень: построение бизнес - процессов	Организация обязательног о контроля сделок				

5-й уровень: текущая ФХД		Контроль коммерческой тайны			
6-й уровень: учет, отчетность анализ	Контроль фактической и плановой рентабельно сти				

Из данных таблицы 3 в целях предотвращения коррупционных угроз рекомендованы мероприятия, которые носят предупреждающий (профилактический) характер, в том числе подготовка локальных нормативных документов по антикоррупционным вопросам, ознакомление должностных лиц с соответствующими положениями, обязательного декларирования доходов и расходов высшего руководства на уровне предприятия.

В целях предотвращения «откатного» механизма рекомендуется на уровне собственников предприятия - организовать обязательный контроль движения субсидий в целях возмещения недополученных доходов, связанных с небольшой интенсивностью пассажиропотоков по субсидируемым маршрутам, из краевого и муниципального бюджетов; бухгалтерии - осуществлять контроль фактической и плановой себестоимости [3, с. 88].

С целью предотвращения разглашения коммерческой тайны на предприятиях необходимо ввести в должностные инструкции положения о правовой ответственности за разглашение коммерческой тайны [4, с. 40].

Таким образом, оценка системы экономической безопасности предприятия позволит выявить угрозы в системе экономической безопасности: в финансовой и в организационной составляющих возможно появление коррупционной угрозы по отдельным событиям финансово - хозяйственной деятельности. Кроме того, в организационной составляющей возможно появление угрозы, связанной с разглашением коммерческой тайны.

Проведение мероприятий, устраняющих механизмы реализации соответствующих угроз, позволят предприятию улучшить экономическую безопасность, и стабильное функционирование с целью получения прибыли.

### Список литературы

1. Архипов А., Городецкий А., Михайлов Б. Экономическая безопасность: оценки, проблемы, способы обеспечения // Вопросы экономики. – 1994. – №12.
2. Гапоненко В.Ф., Беспалько АЛ., Власков А.С. Экономическая безопасность предприятий. Подходы и принципы. - М.: Издательство «Ось - 89», 2017. - 208 с.
3. Малолетко А.Н., Малолетко Н.Е. Проблемы обеспечения экономической безопасности предприятий гостиничного бизнеса в условиях внедрения инноваций // Инновационное развитие экономики. - 2017. - № 4 - 5.
4. Сенчагов В. Экономическая безопасность как основа обеспечения национальной безопасности России // Вопросы экономики. – 2001. – №8.

© Виговская О.Н. 2019

**Войтов А.Я.**,

студент

(e - mail: [voitov.alim@mail.ru](mailto:voitov.alim@mail.ru))

Кубанский государственный аграрный университет, г. Краснодар, Россия

**Кесян С. В.**,

к.э.н.,

Кубанский государственный аграрный университет, г. Краснодар, Россия

**Voitov Al. Y.**, student

(e - mail: [voitov.alim@mail.ru](mailto:voitov.alim@mail.ru))

Kuban state agrarian University, Krasnodar, Russia

**Kesyane S. V.**, Cand.Econom.Sci.,

Kuban state agrarian University, Krasnodar, Russia

## **СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МСФО (IAS) 12 И ПБУ 18 / 02 «УЧЕТ РАСЧЕТОВ ПО НАЛОГУ НА ПРИБЫЛЬ»**

### **COMPARATIVE CHARACTERISTICS OF IAS 12 AND PBU 18 / 02 «ACCOUNTING FOR INCOME TAX CALCULATIONS»**

***Аннотация.** В данной статье раскрывается сравнение между МСФО (IAS) 12 и ПБУ 18 / 02. Так же рассмотрены сходства и различия между МСФО и РСБУ на основе расчетов ООО «АПК Мильстрим - Черноморские вина» Темрюкского района.*

***Ключевые слова:** МСФО, бухгалтерский учет, налог на прибыль, стандарты, отложенные налоговые обязательства.*

***Annotation.** This article describes the comparison between IAS 12 and PBU 18 / 02. Similarities and differences between IFRS and RAS based on calculations of LLC "APK Miltstream - Black sea wines" of Temryuk district are also considered.*

***Keywords:** IFRS, accounting, income tax, standards, deferred tax liabilities.*

В современных условиях объединения национальных рынков в одно экономическое пространство особое значение придается вопросам унификации стандартов в разных областях деятельности компаний. Как на международном, так и на российском уровне актуальность введения Международных стандартов финансовой отчетности (далее МСФО) определена, прежде всего, необходимостью использования одного международного языка финансовой отчетности во многих странах мира. В условиях высоких инвестиционных рисков признание международных стандартов финансовой отчетности в России являлось бы важным шагом как для привлечения иностранных инвестиций, которые так необходимы для развития многих сфер деятельности, так и для совершенствования системы финансовой отчетности в России [5].

Налоги на прибыль в МСФО (IAS) 12 «Налоги на прибыль» – налоги, рассчитываемые на основе прибыли установленные как в соответствии с национальным законодательством, так и законодательством иностранных государств, включая налоги, взимаемые у источника

выплаты, уплачиваемые дочерними и совместными компаниями при распределении прибыли в пользу организации, составляющей отчетность [2].

Основной целью МСФО (IAS) 12 «Налоги на прибыль» является формирование в финансовой отчетности информации об отложенных налогах, которая отражает налоговые последствия хозяйственных операций в тех отчетных периодах, в которых они осуществлялись.

МСФО (IAS) 12 имеет ряд различий в сравнении с ПБУ 18 / 02, ключевыми из которых являются:

1.Международный стандарт основывается на подходе с точки зрения бухгалтерского баланса, а ПБУ18 / 02 – отчета о прибылях и убытках;

2.Международный и отечественный стандарты предусматривают различные схемы отражения расходов по налогу на прибыль на счетах бухгалтерского учета;

3.МСФО 12 не рассматривает учет постоянных разниц, а в ПБУ 18 / 02 понятие постоянных разниц формируется за счет исключения из налоговой базы доходов и расходов отчетного и последующих периодов, не принимаемых при налогообложении прибыли.

Постоянные разницы возникают в случаях, когда:

- фактические расходы, учитываемые при формировании бухгалтерской прибыли (убытка), превышают расходы, принимаемые для целей налогообложения, по которым предусмотрены ограничения по расходам;

- расходы, связанные с передачей на безвозмездной основе имущества (товаров, работ, услуг), в сумме стоимости имущества (товаров, работ, услуг) и расходов, связанных с этой передачей не признаются для целей налогообложения;

- образуется убыток, перенесенный на будущее, который по истечении 10 лет, следующих за тем налоговым периодом, в котором получен этот убыток, уже не может быть принят в целях налогообложения как в отчетном, так и в последующих отчетных периодах;

4.МСФО 12 предполагает более детальное раскрытие информации о налогах на прибыль, нежели ПБУ18 / 02;

5.ПБУ18 / 02 не содержит рекомендаций по отражению расчетов по налогу на прибыль в случае объединения бизнеса и переоценки активов и обязательств по справедливой стоимости [1].

Временная разница – это разность между балансовой стоимостью актива (обязательства) и его налоговой базой. Временные разницы подразделяются на налогооблагаемые и вычитаемые. Налогооблагаемая временная разница возникает, в том случае, если из - за временной разницы налоговая прибыль становится меньше, чем бухгалтерская прибыль, что приводит к возникновению отложенного налогового обязательства.

Налогооблагаемые временные разницы увеличивают сумму налога на прибыль, подлежащего уплате в бюджет в следующем за отчетным или в последующих отчетных периодах [4].

Отложенное налоговое обязательство можно рассчитать по формуле:

$$\text{ОНО} = \text{НВР} \times 20 \%$$

Вычитаемая временная разница возникает, когда налоговая прибыль больше бухгалтерской. Тогда бухгалтер сформирует отложенный налоговый актив, величина которого равна временной разнице, умноженной на ставку налога. Вычитаемые временные разницы возникают, когда: из - за временной разницы налоговая прибыль становится больше, чем бухгалтерская прибыль, что приводит к возникновению отложенного налогового актива.

Вычитаемые временные разницы уменьшают сумму налога на прибыль, подлежащую уплате в бюджет в следующем, за отчетным или в последующих отчетных периодах [5].

Отложенные налоговые активы рассчитываются по формуле:

$$\text{ОНА} = \text{ВВР} \times 20 \%$$

В таблице 1 рассмотрим различия и сходства некоторых показателей отчетности по Российским стандартам бухгалтерского учёта (РСБУ) и международным стандартам финансовой отчетности (МСФО) на примере ООО «АПК Мильстрим - Черноморские вина».

Исходя из данной таблицы можно сделать вывод что отчетность по РСБУ и МСФО имеют сходства в плане расчета показателей. Так из представленных показателей общее значение имеют нематериальные активы и запасы. Но тем не менее и отличия значительны. Значения рознятся по показателям: «дебиторская задолженность», «уставный капитал», «нераспределенная прибыль» и «отложенные налоговые обязательства». Отличия наблюдаются и в наименовании показателей.

Таблица 1 – Показатели отчетности в РСБУ и МСФО, тыс. руб.

№ п / п	Показатель	РСБУ	Показатель	МСФО
1	Нематериальные активы	5236	Нематериальные активы, кроме гудвила	5236
2	Запасы	452635	Оборотные запасы	452635
3	Дебиторская задолженность	413390	Краткосрочная дебиторская задолженность	413977
3	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	44091	Акционерный (уставный) капитал	88182
4	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	689736	Нераспределенная прибыль	1379634
5	Отложенные налоговые обязательства	430	Отложенные налоговые обязательства	987

Таблица 2 – Отклонения показателей в отчетности по РСБУ и МСФО  
на примере ООО «АПК Мильстрим - Черноморские вина» Темрюкского района, тыс. руб.

№ п/п	Показатель	РСБУ	МСФО	Отклонения РСБУ от МСФО (+, -)
1	Дебиторская задолженность	413390	413977	- 587
2	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	44091	88182	- 44091
3	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	689736	1379634	- 689898
4	Отложенные налоговые обязательства	430	987	- 557
5	Итого	1147647	1882780	- 735133

Из таблицы 2 мы видим более подробное отличие между показателями отчетности составленные по РСБУ и МСФО. По всем показателям мы наблюдаем, что показатель по РСБУ меньше чем показатели, расчет которых осуществлялся по МСФО. Общее отличие равно 735133 тыс. руб. Это связано с тем, что отчетность по МСФО более достоверная.

По итогам вышеизложенного следует отметить что РСБУ и МСФО имеют различия в плане цели, так как МСФО более интересна кредиторам и инвесторам, а РСБУ в свою очередь предназначен для предоставления в контролирующие органы. Различие в подходах, методах и оценке показателей так же присутствует.

Однако следует отметить и сходства между национальными и международными стандартами в плане аналогичности требования к предоставлению отчетности и идентичные применяемые допущения при составлении отчетности.

В итоге можно отметить, что различий много, но учитывая возрастающую потребность в Международных стандартах финансовой отчетности, в нашей стране проводится планомерная работа по сближению национальных стандартов с МСФО.

#### Список литературы:

1. Агеева, О.А. Международные стандарты финансовой отчетности: Учебник для бакалавров / О.А. Агеева, А.Л. Ребизова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 447 с.
2. Суворов А.В. Российские ПБУ и МСФО: различия в принципах бухгалтерского учета // Журнал «Аудит». - №2. – 2007. – с.44 - 54.
3. Плетнева Л.В., Небавская Т.В. Российское ПБУ и МСФО: различия в принципах начисления амортизации основных средств // В сборнике: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА. Сборник научных статей VI Международной научно - практической конференции. 2016 г. С. 216 - 220.
4. Федосеева О.И., Солопченко Д.В., Фахратова С.И. Проблема дефицита специалистов по МСФО и пути решения настоящей проблемы // В сборнике: современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации. Сборник статей победителей II

Международной научно - практической конференции. МЦНС «Наука и Просвещение». Пенза, 2016. С. 47 - 50.

5. Положение по бухгалтерскому учету «Учет расчетов по налогу на прибыль организаций» ПБУ 18 / 02 (в ред. Приказа Минфина РФ от 11.02.2008 № 23н).

© Воитов А.Я., Кесян С. В., 2019

**338.001.36**

**Ворона А.О.**

магистрант 3 курса

Института цифровых технологий и экономики

ФГБОУ ВО "КГЭУ",

г. Казань, РФ

**Шатунова П.С.**

студент 4 курса

Факультета экономики и управления

ФГАОУ ВО "КФУ" ЕИ,

г. Елабуга, РФ

## **СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОДХОДОВ К РАСЧЕТУ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ**

### **Аннотация**

В современных условиях для обеспечения своей выживаемости предприятию необходимо поддерживать на достаточном уровне ликвидность баланса и платежеспособность. В статье приведен сравнительный анализ подходов к расчету показателей, используемых для оценки платежеспособности предприятия. Авторами предложена расширенная методология для полной и объективной оценки платежеспособности компаний.

### **Ключевые слова**

Платежеспособность, ликвидность, активы предприятия, денежные потоки, финансовое управление.

На сегодняшний день большинство организаций Российской Федерации находятся в сложном финансовом положении. Взаимные неплатежи между хозяйствующими субъектами, высокие налоговые и банковские процентные ставки приводят к тому, что организации являются неплатежеспособными.

Платежеспособность организации – это способность организации платить своевременно и в полном объеме по краткосрочным и долгосрочным обязательствам с помощью денежных средств и их эквивалентов, что является основой для непрерывности процесса воспроизводства.

В таблице 1 приведен сравнительный анализ подходов к расчету показателей, наиболее часто используемых для оценки платежеспособности предприятия, среди российских экономистов.

В российской практике при оценке платежеспособности часто используются коэффициенты ликвидности: абсолютная, быстрая, текущая, смысл которых заключается в сравнении величины краткосрочных задолженностей предприятия и его оборотных активов.

Анализируя данные таблицы 1, можно сказать, что все представленные авторы в качестве абсолютных активов признают денежные средства и краткосрочные финансовые вложения.

Таблица 1. Сравнительный анализ подходов к расчету показателей оценки платежеспособности

Коэффициент, способ расчета	Савицкая Г.В.	Гиляровская Л.Т., Федорова Г.В.	Донцова Л.В., Никифорова Н.А.	Шеремет А.Д., Сайфуллин Р.С.	Чечвинцева Л.Н.	Войтоловский Н.В.	Сизых Д.С.
Абсолютной ликвидности: - $(ДС+КФВ) / (КО - ДБП)$ ; - $(ДС+КФВ) / КО$	+	+		+	+	+	+
Быстрой ликвидности - $ДС+КФВ+КДЗ / (КО - ДБП)$ ; - $(ДС+КФВ+КДЗ) / КО$	+	+		+	+	+	+
Текущей ликвидности: - $ОбА / (КО - ДБП)$ ; - $(ОбА - РБП) / КО$ ; - $ОбА / КО$ ; - $ОбА+ОС / (КО - ДБП)$	+	+	+	+		+	+
- Общей ликвидности: - $(ОбА+ОС) / (КО - ДБП - ДО)$							+

Источник: составлено авторами.

ДС - денежные средства;  
КДЗ - краткосрочная дебиторская задолженность;  
КФВ - краткосрочные финансовые вложения;  
КО - краткосрочные обязательства;  
ОбА - оборотные активы;  
ДО - долгосрочные обязательства;  
РБП - расходы будущих периодов;  
ДБП - доходы будущих периодов;  
ОС - основные средства.

Для того, чтобы на основе значений коэффициентов ликвидности оценить уровень ликвидности активов предприятия, нужно сравнить их значения с рекомендуемыми или среднеотраслевыми.

Оценка платежеспособности предприятия предполагает оценку не только ликвидности его активов. Помимо этого, при оценке платежеспособности, рассчитывают финансовые коэффициенты платежеспособности:

а) коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами - отражает долю собственных оборотных средств в общей стоимости оборотных средств (В.В. Ковалев, Л.В. Донцова, О.В. Ефимова, Т.И. Григорьева А.В. Греченюк):

$$K_{\text{сос}} = \text{СОС} / \text{ОбА}, (1)$$

где СОС - собственные оборотные средства.

б) коэффициент общей платежеспособности - показывает способность предприятия покрыть все свои обязательства. Нормальным ограничением является значение показателя больше или равного двум (А.Д. Шеремет):

$$K_{\text{оп}} = A / (\text{ДО} + \text{КО}), (2)$$

где А - активы предприятия (за вычетом долгов учредителей и оценочных резервов).

в) степень платежеспособности по текущим обязательствам - рассчитывается как отношение текущих обязательств к среднемесячной выручке (Шеремет А.Д.):

$$K_{\text{пто}} = \text{КО} / \text{Всрм} (3)$$

г) степень платежеспособности общая - рассчитывается как отношение обязательств к среднемесячной выручке от продаж:

$$K_{\text{по}} = (\text{ДО} + \text{КО}) / \text{Всрм} (4)$$

Чем меньше значение показателя, тем выше степень платежеспособности предприятия.

В управлении платежеспособностью предприятия важное место имеет анализ его денежных потоков. Для того, чтобы поддерживать платежеспособность предприятия, предотвратить вероятность возникновения кассовых разрывов важно составлять планы движения денежных средств, платежные календари, в которых подсчитываются денежные поступления и платежные обязательства за соответствующий период.

На основе прогнозных данных о движении денежных средств по формуле 5 можно рассчитать коэффициент платежеспособности за период:

$$K_{\text{п}} = (\text{ДС}_{\text{н}} + \text{ПДП}) / \text{ОДП}, (5)$$

где  $\text{ДС}_{\text{н}}$  - денежные средства на начало;

ПДП – положительный денежный поток в течение периода;

ОДП - отрицательный денежный поток в течение периода.

Если значение коэффициента больше 1, то предприятие способно расплачиваться по своим обязательствам.

Для выяснения причин изменения показателей платежеспособности большое значение имеет анализ выполнения финансового плана по доходной и расходной части. Для этого данные отчета о движении денежных средств, а также отчета о финансовых результатах сравнивают с данными финансового плана.

Ликвидный денежный поток, является показателем избыточного или дефицитного сальдо денежных средств предприятия, возникающего в случае полного покрытия всех его долговых обязательств по заемным средствам. Ликвидный денежный поток определяется по формуле:

$$\text{ЛДП} = (\text{ДК1} + \text{КК1} - \text{ДС1}) - (\text{ДК0} + \text{КК0} - \text{ДС0}), \quad (6)$$

где ДК - долгосрочные кредиты;

КК - краткосрочные кредиты;

ДС - денежные средства.

Таким образом, использование метода анализа денежных потоков для оценки платежеспособности предприятия имеет высокую практическую значимость.

Анализ подходов к оценке платежеспособности предприятия позволяет сделать вывод о том, что экономисты проявляют серьезный интерес к вопросам оценки платежеспособности предприятия, на что указывает наличие достаточно большого количества методов и способов оценки платежеспособности, предложенных от различных авторов. При оценке платежеспособности предприятия, используют показатели, связанные с денежными потоками, а также с показателями, которые показывают способность предприятия генерировать денежные средства. Немаловажное значение имеют показатели, которые отражают степень обеспеченности текущих обязательств предприятия наиболее ликвидными его активами.

Искусство финансового управления заключается в сочетании действий и решений по обеспечению устойчивого текущего положения предприятия, его платежеспособности и ликвидности, а также перспектив развития, подкрепленных долгосрочными источниками финансирования, формирующими структуру активов. Оперативное реагирование на изменение внешних и внутренних факторов - обязательное требование для эффективного финансового управления.

Таким образом, на основе исследования различных методов оценки платежеспособности субъектов хозяйствования мы предложили расширенную методологию, которая, на наш взгляд, позволит более полно и объективно оценить платежеспособность компании. Оценка платежеспособности организации характеризуется совокупностью абсолютных и относительных показателей: наличием собственных оборотных средств, собственных и долгосрочных заемных источников финансирования запасов, а также коэффициентами абсолютной ликвидности, текущей ликвидности, ликвидности при мобилизации средств, собственной платежеспособностью, общей ликвидности.

Важнейшая часть финансовой работы на предприятиях направлена на регулирование потока платежей, поддержание необходимой ликвидности активов и эффективное использование временно свободных денежных средств. Профессиональное управление платежеспособностью способствует обеспечению краткосрочных и долгосрочных пропорций между активами и обязательствами, оптимизации структуры капитала,

предотвращает реальную угрозу банкротства. В связи с этим, успешное функционирование предприятия, особенно в условиях кризиса, во многом зависит от надежности и гибкости управления платежеспособностью.

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

1. Гиляровская, Л.Т. Анализ и оценка финансовой устойчивости коммерческих организаций: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080109 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», 080105 «Финансы и кредит» / Л.Т. Гиляровская, А.В. Ендовицкая. – М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2014. – 159 с.
2. Донцова, Л.В. Комплексный анализ бухгалтерской отчетности. - 4 - е изд. / Л.В. Донцова, Н.А. Никифорова. - М.: Дело и Сервис, 2015 – 390 с.
3. Ковалёв, В. В. Анализ хозяйственной деятельности: Учебник / В.В.Ковалев, О. Н.Волкова – М.: ПБОЮЛ Гриженко Е. М., 2014. – 520 с.
4. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Г.В. Савицкая. – 3 - е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА - М, 2015. – 425 с.
5. Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа / А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев. – М.: ИНФРА – М, 2014. – 768 с.

© А. О. Ворона, П. С. Шатунова, 2019

**УДК 330**

**М.У. Галиев,**  
студент магистратуры,  
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова,  
г. Оренбург, РФ

### **ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ РФ В ОТНОШЕНИИ ФОРМИРОВАНИЯ СБЕРЕЖЕНИЙ**

#### **Аннотация**

Вопросы повышения финансовой грамотности населения являются актуальным, особенно в эпоху перехода к цифровой экономике. В статье подробно изучаются результаты опросов общественного мнения населения России по поводу формирования сбережений. С помощью методов общей теории статистики рассмотрена динамика показателей, характеризующих мнение населения в отношении формирования сбережений.

#### **Ключевые слова**

Российская Федерация, население, финансовая грамотность, сбережения, опрос, динамика.

В настоящее время существует большое количество центров и организаций, сочетающих в себе мониторинг общественного мнения и аналитическую работу по вопросам исследования уровня финансовой грамотности населения. В целях изучения финансовой грамотности населения Российской Федерации по вопросам формирования сбережений стоит обратить внимание на результаты опросов общественного мнения [1, с.53]

Так, в апреле 2019 года Левада - Центр измерил установки россиян в отношении сберегательного поведения и оценил объем накоплений в российских семьях. По результатам две трети российских семей отмечают, что не имеют никаких сбережений (65

%) . Накопления могут себе позволить преимущественно высокодоходные группы: 20 % семей с высоким доходом имеют сбережения. Только 2 из 10 семей с низким материальным достатком, при котором едва хватает на еду, обладают какими - либо накоплениями. Большая часть сберегателей (около 54 %) находится в крупных городах. В сельской местности 29 % респондентов осуществляют расходы на сбережения [2].

В апреле 2019 года 21 % россиян считали, что сейчас хорошее время для сбережений, а 32 % респондентов имеют противоположное время. Относительное большинство (38 %) не смогли назвать это время ни хорошим, ни плохим для сбережений.

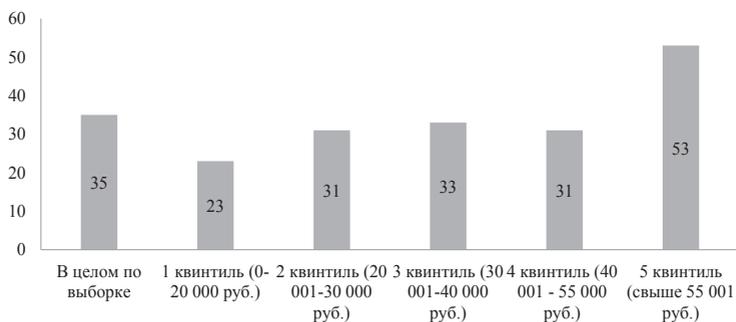


Рис. 1. Доля сберегателей по доходным группам, % (апрель, 2019 г.)

Длительные по времени исследования свидетельствуют о росте интереса к сбережениям, который был зафиксирован еще в первом квартале 2016 года. Предыдущее исследование было выполнено в декабре 2017 года. Из имеющихся данных можно заключить, что рост интереса к сбережению в 2018 году был приостановлен, поскольку произошло ухудшение социального самочувствия населения. К факторам, повлиявшим на ухудшение социального самочувствия населения, можно отнести объявление пенсионной реформы, ощутимый рост цен, усиление налоговой нагрузки и ряд других факторов.

Говоря о перспективах сохранения сбережений на ближайший год, россияне обычно более осторожны: преобладают негативные (30 %) и нейтральные (44 %) настроения. Только 11 % россиян полагают, что в следующем году возможностей для сбережений будет больше, чем сегодня. Тем не менее, опросы фиксируют постепенное усиление позитивных ожиданий по сравнению с 2016 и 2017 годами [3].



Рис. 2. Как вы считаете, сейчас хорошее или плохое время для того, чтобы делать сбережения?



Рис. 3. Как вы думаете, в ближайший год у вас будет больше, меньше или примерно столько же возможностей делать сбережения, как и сейчас?

Традиционно, россияне, имеющие возможность покупать товары длительного пользования, чаще полагают, что сейчас хорошее время для сбережений (31 % ; в целом по выборке – 21 % ). Обеспеченные россияне также имеют более оптимистичные сберегательные ожидания (17 % ; в среднем по выборке – 11 % ). Москвичи чаще, чем остальные россияне, выражают мнение, что нужно откладывать средства (25 % ), и при этом имеют более пессимистичные ожидания от ближайшего года: 42 % москвичей считают, что в ближайшие месяцы будет меньше возможностей для сбережения (32 % в целом по стране).

Почти две трети россиян считают, что в настоящее время лучше сберечь средства, чем тратить, свидетельствуют данные опроса Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ).

По данным исследования, 66 % россиян считают, что сейчас лучше сберечь и меньше тратить, 23 % граждан придерживаются обратного мнения. Помимо этого, больше половины респондентов (55 % ) полагают, что сейчас скорее плохое время для крупных покупок, 28 % думают, что хорошее.

Отмечается, что 47 % опрошенных сейчас предпочитают свободные деньги класть в банк, а 32 % считают, что, если они там лежат, то их оттуда лучше забрать [3].

В рублях хранят свои сбережения 63 % россиян, в долларах - 5 % , в евро - 3 % , еще 2 % респондентов хранят средства в другой валюте, а почти треть (33 % ) граждан ответили, что у них нет сбережений.

По результатам исследования, почти половина опрошенных (46 % ) не следят за курсом доллара к рублю, 40 % иногда следят, 14 % делают это регулярно.

Инициативный всероссийский опрос «ВЦИОМ - Спутник» был проведен 27 августа среди россиян старше 18 лет методом телефонного интервью по стратифицированной двухосновной случайной выборке стационарных и мобильных номеров объемом 1,6 тысячи респондентов. Для этой выборки максимальный размер ошибки с вероятностью 95 % не превышает 2,5 % [3].

Свободные деньги нужно положить в банк – считает 47 % респондентов. Это мнение распространено среди россиян, оценивших материальное положение своей семьи как

хорошее или очень хорошее, - за вложение свободных финансов в банк высказалось 64 % респондентов. Треть россиян напротив предполагают, что деньги из банков сейчас забрать (32 %) - данный показатель стабилен с февраля 2019 г.



Рис. 4. Как вы считаете: сейчас лучшее время для того, чтобы делать вклады в банки или для того, чтобы забирать деньги из банков?

В национальной валюте по данным на август 2019 хранят свои сбережения большинство россиян (63 %), что больше на 5 %, чем два месяца назад. Доля россиян, декларирующих отсутствие сбережений, составила в августе 33 % от всех опрошенных, продолжая тенденцию к снижению. Также каждый десятый хранит свои сбережения в иностранной валюте (10%), половина из них – в долларах (5 %).

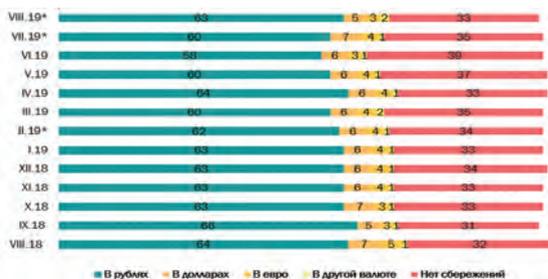


Рис. 5. В какой валюте Вы храните свои сбережения?

За курсом доллара следит 54 % наших соотечественников, на постоянной основе это делает каждый седьмой (14 %). Периодически следят за курсом доллара преимущественно респонденты в возрасте от 18 до 24 лет (52 %) и от 25 до 34 лет (49 %).



Рис. 6. Вы следите за курсом доллара к рублю?

Таким образом, результаты мониторинговых исследований позволяют говорить о том, что в целом повышается грамотность населения России в отношении формирования сбережений, а, именно, это выражается в усилении интереса к сберегательному поведению; в растущей информированности об инвестиционных инструментах. Но существует мнение, тормозящее растущую активность населения в отношении сбережений: из - за роста цен сейчас не самое лучшее время для крупных покупок («тратить уже поздно, потому что цены космические»; «на сегодняшний момент в квартиры точно не стоит вкладывать»).

### **Список использованной литературы:**

1. Золотова Л.В., Лаптева Е.В., Портнова Л.В. Статистическая оценка влияния сберегательного поведения населения на современное состояние банковского сектора России // Экономика и предпринимательство. 2015. № 6 (ч.3) (59 - 3). с. 53 - 59.
2. Левада - центр. Режим доступа: <http://www.levada.ru> (дата обращения 01.11.2019).
3. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). Режим доступа: <https://wciom.ru> (дата обращения 10.11.2019).

© М.У. Галиев, 2019

УДК - 33

**Григорян Г. С.** – магистр 2 курса  
«Орловский Государственный Университет имени И. С. Тургенева»  
Россия, г. Орел  
[narine.v83@mail.ru](mailto:narine.v83@mail.ru)

## **ПРИНУДИТЕЛЬНЫЕ РАСХОДЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СУБЪЕКТА, КОТОРЫЕ НЕ УЧИТЫВАЮТСЯ В ЦЕЛЯХ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ**

***Аннотация:** Каждый экономический субъект сталкивается с такими понятиями как расходы и доходы. С начального этапа регистрации организационно правовой формы появляются расходы, где присутствуют «принудительные», т.е., это расходы которые являются неотъемлемой частью любого экономического субъекта.*

*Если понятие доходы можно четко разделить на виды, такие как: Внереализационные доходы, операционные, доходы от обычных видов деятельности. В то время как понятие расходы и классификация намного сложнее. Расходы подразделяются на: Операционные, внереализационные, чрезвычайные, расходы по обычным видам деятельности и принудительные расходы.*

*Актуальность темы исследования заключается, в том что, для поддержания малого и среднего бизнеса необходимо учитывать все те расходы, которые производит экономический субъект, как на первичном этапе, так и в период осуществления экономической деятельности.*

***Ключевые слова:** Принудительные расходы, затраты организации, налоговый кодекс РФ, отчет о прибылях и убытках, финансовый результат.*

Понятие доходов в бухгалтерском учете в соответствии с п.2 ПБУ 9 / 99<sup>1</sup> «доходы организации». Доходы это – увеличение экономической выгоды организации в результате поступления активов или денежных средств, иного имущества или погашения обязательств, что приводит к увеличению капитала данной организации, за исключением вкладов участников собственников имущества.

В соответствии с положением по бухгалтерскому учету 10 / 99 расходы это – уменьшение экономической выгоды в результате выбытия активов или возникновения обязательств, что приводит к уменьшению капитала данной организации.

Принудительные расходы включают в себя такие расходы как:

- расходы на покупку онлайн кассы (Федеральный закон 54 – ФЗ<sup>2</sup> от 06.06.2019 «О применении контрольно - кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации»);

- расходы на обслуживание ККТ;
- расходы на покупку книги отзывов;
- уголок потребителя;
- переподготовка персонала в связи с изменением технологической базы;
- расходы на организационную технику;
- расходы на (противопожарное оборудование);
- расходы на открытие расчетного счета;
- расходы на страхование транспортного средства;
- расходы, связанные с изготовлением печати.

Все перечисленные расходы не относятся к затратам следовательно не учитываются в целях налогообложения. На первый взгляд все данные расходы окажутся неощутимыми для экономического субъекта, но это не так, особенно когда некоторые расходы носят системный характер.

Таким образом, принудительные расходы – это налоги и налоговые платежи, сумма отчисленных на социальное страхование, экономические санкции, и расходы на создание обязательных резервов.

Принудительные расходы являются дополнительной налоговой нагрузкой на экономический субъект, что является преградой для развития малого и среднего бизнеса в стране, которая является локомотивом всей экономике страны.

Для того чтобы уменьшить данную нагрузку в виде принудительных расходов необходимо включить весь состав таких затрат в список расходов экономического субъекта.

Принудительные расходы отрицательным образом влияют не только на организацию, но и на инвестиционную привлекательность со стороны инвесторов<sup>3</sup>. Так как чем больше масштаб экономического субъекта, тем больше сумма таких расходов. И не каждый инвестор согласится вкладывать деньги там, где не будут учитываться такие расходы в целях уменьшения налоговой базы.

<sup>1</sup> Интернет ресурс <https://base.garant.ru/>

<sup>2</sup> Интернет ресурс «КонсультантПлюс» <http://www.consultant.ru/>

<sup>3</sup> Константинов В.А., Варакса Н.Г. «Социально - экономический аспект принудительных расходов для субъекта бизнеса»: статья № 6 (317) / Константинов В.А., Варакса Н.Г., Орловский государственный университет имени И.С Тургенева. 2018 год С. 59 – 63.

Наоборот на мой взгляд необходимо хотя бы на первоначальном этапе осуществления экономической деятельности включить такие затраты в список потенциальных расходов.

Развитие малого и среднего бизнеса в РФ является актуальной задачей стоящей перед государством.

Существует цепочка в экономике, где отрицательная динамика той или иной отрасли негативным образом будет влиять на другие экономические показатели<sup>4</sup>. Уровень производительности труда данный экономический показатель напрямую зависит от: уровня инфляции, процент безработицы в стране, и от количества зарегистрированных организаций, которые ведут экономическую деятельность на территории РФ.

Таким образом, проблема принудительных расходов в нашей стране является актуальным, чем на самом деле кажется. Необходимо на государственном уровне дать правовую оценку насколько оправданна данная политика со стороны налоговых органов.

Для решения данного вопроса предлагаю два метода:

1. Состав принудительных расходов необходимо включить в отдельный вид расходов, и хотя бы на первоначальном этапе функционирования экономического субъекта полностью отнести к расходам организации и уменьшить налоговую базу по налогу на прибыль.

2. Рассчитать сумму принудительных расходов экономического субъекта, если данная сумма превышает 100 тыс. руб. то дать возможность списывать 50 % от данной суммы по частям, а если не превышает указанной суммы отнести к расходам организации и уменьшить налоговую базу.

Таким образом, сократится доля налоговой нагрузки для начинающих бизнесменов. Такая политика будет способствовать положительному росту развития малого и среднего бизнеса в РФ, что в свою очередь будет эффективно влиять на экономику государства.

### Список литературы:

1. Интернет ресурс <https://base.garant.ru/>
2. Интернет ресурс «КонсультантПлюс» <http://www.consultant.ru/>
3. Константинов В.А., Варакса Н.Г. «Социально - экономический аспект принудительных расходов для субъекта бизнеса»: статья № 6 (317) / Константинов В.А., Варакса Н.Г., Орловский государственный университет имени И.С Тургенева. 2018 год С. 59 – 63.
4. Варакса Н.Г., Константинов В.А. «Принудительные расходы как объект фискальной социологии»: статья № 3 (314) / Варакса Н.Г., Константинов В.А. Орловский государственный университет имени И.С Тургенева. 2018 год С. 52 – 57.
5. Попова Л.В., Коростелкина И.А., Дедкова Е.Г. «Роль и значение налоговых обязательств в стоимости инновационного продукта»: статья № 5 / Попова Л.В., Коростелкина И.А., Дедкова Е.Г., Орловский государственный университет имени И.С Тургенева. 2017 год С. 48 – 53.

© Григорян Г. С. 2019

---

<sup>4</sup> Варакса Н.Г., Константинов В.А. «Принудительные расходы как объект фискальной социологии»: статья № 3 (314) / Варакса Н.Г., Константинов В.А. Орловский государственный университет имени И.С Тургенева. 2018 год С. 52 – 57.

**МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО:  
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ  
В РЕГИОНАХ СЕВЕРО - КАВКАЗСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА**

**Аннотация.**

В статье рассматривается состояние малого и среднего предпринимательства в России и ее субъектах. Говорится о роли МСП как ключевого фактора развития среднего класса. Детально изучена доля малого и среднего предпринимательства в регионах Северо - Кавказского федерального округа, а также рассмотрен ряд проблем, оказывающих негативное влияние на региональную и национальную экономику в целом.

**Ключевые слова**

Предпринимательство, малый и средний бизнес, МСП, Северо - кавказский федеральный округ, Ставропольский край.

Развитие экономики страны имеет прямую зависимость от трудовой деятельности субъектов предпринимательства и их влияния на социальную обеспеченность населения.

Предпринимательская деятельность – это деятельность, направленная на систематическое получение прибыли, посредством использования имущества, производства, продажи товаров и оказания услуг. Она осуществляется на личный риск человека, зарегистрировавшегося в установленном законодательстве порядке в качестве индивидуального предпринимателя. Предпринимательство – одно из основных свойств рыночной экономики. На сегодняшний день на особое место выводятся такие понятия как малое и среднее предпринимательство (далее МСП). Данный вид деятельности является неотъемлемым атрибутом существования рыночной экономики.

МСП способствует экономическому развитию страны за счет действий по развитию сельских районов и их индустриализации, создания новых рабочих мест в той местности, где они расположены и использования местных ресурсов, способствует успешному развитию как крупных предприятий, так и всей экономики в целом. Главная целью малого и среднего бизнеса - формирование среднего класса, за счет чего происходит увеличение числа собственников и растет доля экономически активного населения, благодаря чему растут доходы граждан. За счет меньшей капиталоемкости по сравнению с крупным бизнесом, МСП имеет возможность совершенствовать научно - технические разработки, модернизировать производство, обновлять ассортимент. Все это влияет на повышение качества продуктов деятельности малого и среднего предпринимательства, появление возможности снижению цены и помогает занять лидирующие позиции в условиях конкуренции.

Зарубежный опыт развития МСП набирает быстрые обороты и наглядно демонстрирует то, что данный субъект экономических отношений играет основополагающую роль в экономике государства. При всем при этом МСП оказывает непосредственное влияние на

социально - экономическую сферу жизни. В таких развитых странах как Япония и США в секторе МСП работает около 70 % населения. Это решает проблему государства – трудоустройство населения. Благодаря этому сохраняется уровень социальной стабильности, а доходы граждан увеличиваются.

В 2012 году по указу президента была поставлена задача подняться со 120 - го места в двадцатку в рейтинге Doing Business, который оценивает легкость ведения бизнеса. По итогам составляемым Всемирным банком на 2019 год, Россия заняла 31 место, поднявшись на 4 строчки в сравнении с прошлым годом. «Улучшению позиций России в данном рейтинге способствовало упрощение процедуры получения разрешения на строительство, перевод документооборота в электронный вид, реформы в процедуре подключения к энергосетям (12 место) и регистрация собственности (12 место), - комментирует представитель Всемирного банка в РФ.

Несмотря на вышеперечисленные успехи, существуют некоторые барьеры ведения предпринимательской деятельности. Попасть в 20 - ку России помешала высокая налоговая нагрузка на новые предприятия малого и среднего бизнеса (увеличение НДС до 20 % ). Вклад ВВП в экономику составляет до 70 % , а занятость ресурсов – до 80 % . В России сейчас более 5,6 млн. компаний, относящихся к категории малого и среднего бизнеса, но их доля в ВВП страны составляет 20 % , а число занятых – около 18 млн. человек.



Рис. 1. Доля малого предпринимательства в ВВП в странах мира.

Развитие малого и среднего бизнеса актуальная и важная проблема для каждого региона нашей страны. Анализируя, развитие малого и среднего предпринимательства по федеральным округам заметно неравное распределение предприятий. Следует отметить, что по состоянию на 10.11.2018 год лидером среди федеральных округов по развитию малого и среднего предпринимательства является Центральный федеральный округ, а самые низкие показатели демонстрирует Северо - Кавказский федеральный округ.

Существует ряд проблем, которые оказывают влияние на сформировавшуюся ситуацию. Основной из которых является налогообложение (налог на доход от индивидуального предпринимательства). Таким образом, данная проблема оказывает негативное влияние как на региональную, так и национальную экономику. Отсутствие взаимосвязи между органами государственной власти и представителями МСП ведет к негативным последствиям (развитие теневой экономики, уклонение от уплаты налогов).

Таблица 1 – Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства по состоянию на 10.11.2018.

Название федерального округа	Предприятия малого предпринимательства	Предприятия среднего предпринимательства
Центральный федеральный округ	87938	7447
Северо - Западный федеральный округ	31648	2247
Южный федеральный округ	20886	1448
Северо - Кавказский федеральный округ	5185	437
Приволжский федеральный округ	47746	343
Уральский федеральный округ	20898	1487
Сибирский федеральный округ	27936	1884
Дальневосточный федеральный округ	10284	626

В СКФО доля предприятий МСП всего 2 % , что показывает слабо развитую экономику, низкую занятость и отсутствие потенциала развития и ведения бизнеса. В рамках подпрограммы «Развитие малого и среднего предпринимательства» на развитие МСП в 2017 году в субъектах СКФО из федерального бюджета было выделено 780 млн. руб., основные из которых направлены в Дагестан и Ставропольский край, который занимает лидирующую позицию по количеству предприятий малого бизнеса.

Таблица 2 – Количество предприятий малого и среднего бизнеса в субъектах СКФО на 10.11.2018.

Наименование субъекта	Предприятия малого бизнеса	Предприятия среднего бизнеса
Республика Дагестан	622	49
Республика Ингушетия	66	4
Кабардино - Балкарская республика	449	37
Карачаево - Черкесская республика	232	29
Республика Северная - Осетия Алаания	394	28
Чеченская республика	180	15
Ставропольский край	3242	275

Уровень развития МСП как в России, так и в отдельно взятых регионах, на сегодняшний день, явно не соответствует потребностям страны и требованиям глобализации мирового рынка, в результате чего следует выделить ряд проблем: нехватка финансовых ресурсов, кадровая подготовка, несовершенства законодательной базы, проблемы и затруднения с

налоговой системой, низкий показатель спроса, низкая стоимость аналоговых товаров крупных предприятий в сравнении с малыми и средними.

Для решения вышеописанных проблем возможно использовать следующие механизмы регулирования:

1. Создание единой законодательной базы, которая регулирует предпринимательскую деятельность не только с позиции государственных подходов, но и с позиций бизнес сферы.
2. Предоставление определенных налоговых льгот для начинающих предпринимателей среднего и малого бизнеса.

Таким образом, можно сказать, что решение вышеописанных проблем выведет Россию на более высокий уровень бизнеса, а также поможет развитию малого и среднего предпринимательства в регионах, что в конечном итоге окажет положительное влияние на социально - экономическое положение общества в целом.

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

1. Москвин А.С., Хубулова В.В. Развитие институтов малого предпринимательства в России // В сборнике: Молодежь в современной экономической науке Материалы V Всероссийской научно - практической заочной конференции. 2017. С. 64 - 67.
2. Официальный сайт Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства - [Электронный ресурс] - Режим доступа: URL: <https://ofd.nalog.ru/>
3. Хубулова С.А., Хубулова В.В., ГубиеваЗ.А. Субконтрактация как механизм взаимодействия субъектов бизнеса // Социально - гуманитарные знания. - 2017. - № 12. - С. 226 - 234.

© А.М. Дедюлина 2019

**УДК 330**

**Доюнова Ф. С. - М.**

Студент

Северо - Кавказский Федеральный Университет,  
Институт экономики и управления, г. Ставрополь, РФ

E - mail: fatimadoyunova@yandex.ru

**Научный руководитель : Адинцова Н. П.**

Канд. Экон. Наук, доцент СКФУ, г. Ставрополь, РФ

E - mail: adintsoban@mail.ru

## **ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

### **Аннотация**

Развитие бизнеса находится в постоянном движении и динамично изменяется под влиянием конкуренции и процессов глобализации. Глобальный этап интеграции экономических систем непосредственно связан с многоплановым процессом расширения и углубления мирохозяйственных связей. На сегодняшний день встает проблема увеличения

информационной безопасности предприятия, которая в значительной мере зависит от степени защищенности информационной сферы.

### **Ключевые слова**

Информация, безопасность, интернет, предприятие, бизнес

Понятие угрозы информационной безопасности зародилось почти в то же время, как и появление информационной среды. Сначала это были проявления кражи информации через компьютер, незаконное использование, порча информации на компьютерах. Позже с развитием информационных сетей информационная опасность превратилась в средство перекачки по сети недостоверной информации, вирусов. Россия как активный участник процессов цикла информационной системы не стоит в стороне от них. Это происходит как на общем Международном уровне, так и внутри каждого отдельного предприятия.

Существует несколько определений понятия «информационная безопасность предприятия».

В частности, Цимбалок дает такое определение - это общественные отношения по созданию и поддержанию на должном уровне жизнедеятельности соответствующей информационной системы, в том числе предпринимательства [1].

Сроковски А. А. рассматривает понятие «информационная безопасность предприятия» как общественные отношения по созданию и поддержанию на должном уровне жизнедеятельности информационной системы субъекта хозяйственной деятельности [2].

На сегодняшний день встает проблема увеличения информационной безопасности предприятия, которая в значительной мере зависит от степени защищенности информационной сферы. Уровень информационной безопасности влияет на развитие и внедрение научно - технических инноваций в процессы производства, стабильности функционирования возможности экономического роста.

Развитие бизнеса находится в постоянном движении и динамично изменяется под влиянием конкуренции и процессов глобализации. Глобальный этап интеграции экономических систем непосредственно связан с многоплановым процессом расширения и углубления мирохозяйственных связей [5, с.9].

Угрозы информационной безопасности делятся на внутренние и внешние.

Внешние действия могут быть следующими:

- копировании ценных документов или похищения файлов;
- похищение флэш - карт;
- похищение информации в процессе ее передачи по сети Интернет;
- повреждение носителей информации;
- донесение информации до фирм - конкурентов, или вообще в другую страну;
- похищение информации с помощью инсайдеров;
- переманивание персонала на другую фирму.

К наиболее распространенным внутренним угроз относятся кража, заражение информации вирусами, или порча файлов служащими компании.

Психологи утверждают, что около 25 % всех сотрудников предприятий разглашают информацию, продают или передают ее конкурирующим компаниям для дополнительного заработка.

Защита информации на предприятии является очень важной вещью и этот аспект должен являться обязательным при заключении контракта компанией с ее работником, особенно если этот работник занимает управляющую должность в компании.

Опасность, в первую очередь, грозит информации, хранящейся в информационных системах предприятия. В эту систему входят программное обеспечение автоматизированной системы, программы для выполнения конкретных задач компании, программные оболочки, текстовые редакторы, пакеты программ, базы данных.

Информация может поступать по локальной сети с устройства ввода, а именно с клавиатуры, с внешней среды, а именно из сети Интернет, по системе SWIFT, от других компаний.

Чтобы гарантировать безопасность информационной системы предприятия, необходимо наделение полномочий зарегистрированным пользователям, среди которых могут быть как определенные лица, так и организации. Эти пользователи могут осуществлять только определенные действия с использованием информационных технологий.

Контроль элементов оперативного среды содержит

- контроль внешних компонент операционной среды;
- контроль целостности внутренних компонент операционной среды;
- контроль семантики данных.

Защита информации осуществляется различными способами. К низ относятся защита программ от чтения и копирования, защита авторских прав на информацию, защиту от несанкционированного доступа и запуска программ, самотестирования и самовосстановления кода программ, выполняется.

Вопрос авторских прав по вопросам защиты интеллектуальной собственности, которому уделяют первоочередное внимание разработчики программ. Защита программ от копирования назначается с помощью программных средств, при этом используется идентификация пользователя, ограничение на количество запусков программы, ограничения дате запуска, или количеством запусков. Самотестирования и самовосстановления кода программ осуществляется с помощью введения модулей диагностики характеристик кода программы. Ими являются размер файла, перечень точек, контрольная сумма.

Следовательно, в условиях глобализации обеспечения информационной безопасности на предприятии состоит в контроле за источниками возникновения потенциальных угроз и необходимости осуществлять защиту информации различными способами (защита программ от чтения и копирования, защита авторских прав на информацию, защиту от несанкционированного доступа и запуска программ, само тестирование).

### **Список использованной литературы:**

1. Цимбалюк В. Информационная безопасность предпринимательской деятельности, общества (глобальной киберцивилизации) // Хозяйство и право. - 2004 - №3. / С.88 - 91
2. Сроковски А. А. Информационная безопасность предприятия: новые угрозы и [Текст] / А. А. Сроковски, В. Л. Гевко // Вестн. Хмельниц. нац. ун - та. Сер. : Экон. науки. - 2010. - № 2. - Т. 2. - С. 32 - 35.
3. Лукьяненко Д. Г. Стратегии глобального управления / Д. Г. Лукьяненко, Т. В.

© Ф. С - М. Доюнова, 2019

## ПРОБЛЕМЫ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДОХОДОВ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В РФ

### Аннотация

Налог на доходы физических лиц всегда был одним из наиболее значимых в налоговой системе РФ, поскольку он затрагивает интересы каждого гражданина. И знать о том, на какие доходы какая установлена налоговая ставка, какие доходы освобождены от обложения, какие налоговые вычеты можно получить – и обо всех остальных нюансах этого налога должен знать каждый гражданин РФ. Поэтому важно изучать данный вопрос, а также находить новые способы совершенствования налогообложения РФ.

### Ключевые слова

Налог, НДФЛ, налогообложение, управление, совершенствование

Согласно Конституции Российской Федерации, ст.57: «Каждый обязан платить законно установленные налоги и сборы» [2], в том числе и налог на доходы физических лиц. Налог на доходы физических лиц – это прямой, федеральный налог на доходы с гражданина, полученных в течение некоторого отчетного периода. Рассмотрим ставки налога на доходы физических лиц (таблица 1) [3].

Таблица 1 – Ставки НДФЛ

Ставка	Характеристика
13 %	Стандартная, облагаются доходы физ.лиц
15 %	облагаются дивиденды, полученные от российских организаций физическими лицами, которые не являются налоговыми резидентами РФ
30 %	Облагаются доходы, получаемых физлицом, не являющимся налоговым резидентом РФ, за исключением доходов, получаемых в виде дивидендов от долевого участия в деятельности организаций РФ
35 %	Облагаются стоимости любых выигрышей и призов, получаемых в проводимых конкурсах, играх и других мероприятиях в целях рекламы товаров, работ и услуг, превышающие 4000 р; и др.

Также стоит отметить, что существуют налоговые вычеты, то есть суммы, позволяющие уменьшить доход, подлежащий налогообложению. Такими вычетами являются: стандартные, социальные, инвестиционные, имущественные, профессиональные налоговые вычеты.

Рассмотрим основные проблемы налогообложения доходов физических лиц, которые существуют на сегодняшний день (рисунок 1) [1].

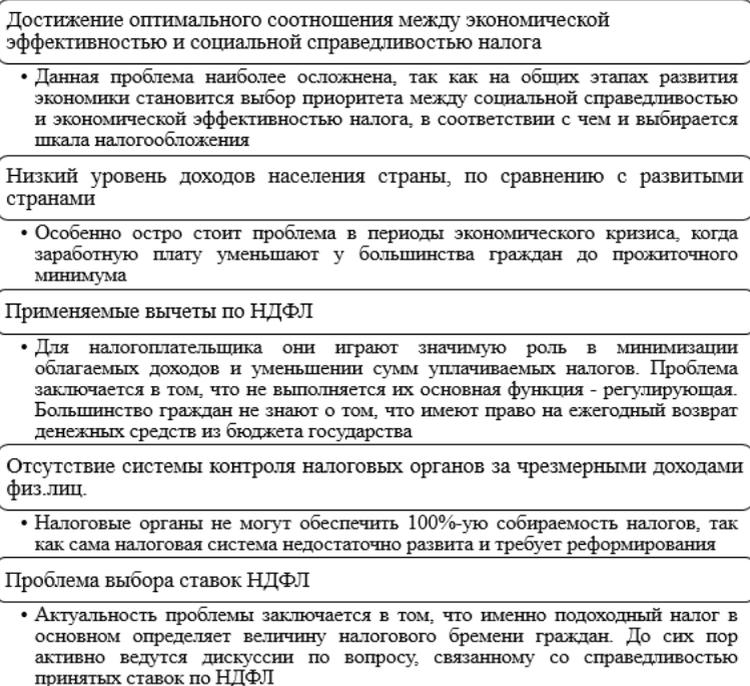


Рисунок 1. Проблемы налогообложения доходов физических лиц

Осуществляя совершенствование системы налогообложения доходов физических лиц, необходимо помнить о том, что НДФЛ является мощным рычагом воздействия как на пополнение доходов бюджетов разных уровней, так и на социальную составляющую подоходного налогообложения физических лиц – регулирование уровня жизни населения.

Основные предложения по совершенствованию налога на доходы физических лиц рассмотрим в таблице 2.

Таблица 2 – Пути совершенствования НДФЛ

Направление	Характеристика
Введение прогрессивной ставки налога	Прогрессивное налогообложение обладает большими возможностями для уменьшения налогооблагаемой базы за счет вычета расходов на благотворительность, образование, лечение, приобретение недвижимости
Введение необлагаемого минимума, равного прожиточному	Универсальный налоговый вычет, применимый ко всем категориям налогоплательщиков с низким уровнем доходов, привязанный к размеру прожиточного

минимуму для трудоспособного населения	минимума. Поскольку прожиточный минимум отличается в различных регионах, то решение в этой области должно применяться отдельно по каждому субъекту РФ
Повышение эффективности деятельности органов налогового контроля	Ужесточение контроля по собираемости налога на доходы, в первую очередь с тех лиц, у кого доход превышает средний уровень, а также контроль по движению наличных денег; Совершенствование системы ответственности за налоговые правонарушения
Информирование населения о всевозможных налоговых вычетах	СМИ, повышение финансовой грамотности населения

Таким образом, НДФЛ – налог, играющий значимую роль как для населения, так и государства. Следовательно, необходимо постоянно исследовать по нему, а также повышать свою грамотность в отношении налогов.

#### Список использованной литературы:

1. Егорова Л.В., Шатова Е. Совершенствование системы налогообложения физических лиц // журнал «Вестник ИЭАУ». 2016. № 12. С. 38 - 45.
2. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.constitution.ru/>.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации часть 2 [Электронный ресурс]: федер. закон от 05.08.2000 № 117 - ФЗ // КонсультантПлюс: справочно - правовая система / Компания «КонсультантПлюс».

© Дракина В.В., 2019

УДК - 33

**Дранко М.И.**

Магистрант 1 курса РГЭУ (РИНХ)

г. Ростов - на - Дону

**Пушкарь О. М.**

Магистрант 1 курса РГЭУ (РИНХ)

г. Ростов - на - Дону

### **РОЛЬ МЕЖБЮДЖЕТНЫХ ТРАНСФЕРТОВ В ЭКОНОМИКЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

На фоне централизации бюджетной системы Российской Федерации важнейшей частью формирования региональных и, в частности, муниципальных бюджетов являются

межбюджетные трансферты. Система распределения бюджетных доходов и расходных полномочий между федерацией, субъектами федерации и муниципальными образованиями, созданная на основе требований Бюджетного кодекса Российской Федерации, обеспечивает необходимые условия для перераспределения существенного объема материальных ресурсов, так как многим субъектам федерации и муниципальным образованиям не достаточно средств от налоговых и неналоговых поступлений для обеспечения реализации своих полномочий.

Вместе с тем, учитывая существенные социально - экономические и природно - климатические различия территорий выравнивание бюджетной обеспеченности необходимо как на региональном, так и муниципальном уровнях.

В действительности удельный вес межбюджетных трансфертов в общем объеме муниципальных доходов в последние годы стабильно высок и в среднем составляет более 60 % . Данный факт отражает, что совершенствование межбюджетного регулирования имеет большое значение, в особенности на региональном уровне.

Социально - экономическое развитие России напрямую зависит от решения ключевых вопросов развития приоритетных направлений экономики и социальной сферы конкретно в каждом регионе и, соответственно, в муниципальных образованиях.

Наиболее насущна проблема его обеспечения на уровне муниципалитета, где использование нынешней системы распределения бюджетных средств между уровнями бюджетной системы сопровождается ощутимым недостатком налоговых и неналоговых поступлений в бюджет для финансового обеспечения соответствующих расходов. В данных условиях одним из главных источников финансирования бюджетных расходов являются межбюджетные трансферты.

Тем не менее, рассматривать межбюджетные трансферты только в рамках решения поставленных тактических задач нельзя, так как это препятствует использованию всех возможностей, заложенных в данном финансовом инструменте, регулирующем отношения между органами государственной власти на всех уровнях бюджетной системы. Поэтому трансферты следует рассматривать как механизм взаимодействия бюджетов всех уровней для обеспечения развития муниципальных образований и рационального расходования финансовых ресурсов на соответствующих уровнях бюджетной системы.

В период конца XIX - начала XX вв. такие русские ученые, как Н. Н. Васильчикова, И.Х. Озерова и В. Н. Твердохлебова в своих исследованиях предложили различные способы определения критериев при распределении субсидий, которые выделялись земствам, и разработали классификацию государственных пособий, выделяемых для местного уровня управления. Исследуя процесс развития межбюджетных отношений, необходимо обратить внимание на опыт СССР 20 - х годов. В тот период ключевые вопросы финансов на различных уровнях власти изучали А. И. Буковецкий, С. А. Котляревский, С. М. Ленский и другие исследователи. Между тем советская финансовая система имела определенные трудности, которые связаны с использованием выработанных ими положений в современной России.

Существует множество научных исследований, касающихся бюджетного федерализма, а также системы межбюджетных отношений.

Среди наиболее актуальных в современности работ в данной области выделяют исследования следующих отечественных авторов: А.Г. Игудин, Л.Н. Лыкова, В.Н. Лексина,

Г.Б. Поляк, П.Б. Пырenkova, В.М. Родионова, С.П. Соляников, А.Н. Швецov Р.Г. Сомоев, К.И. Таксир, В.Б. Христенко, И.А. Умнова, С.Н. Хурсевич, С.А. Шахрая, С.А. Суспицын, и др.

Среди зарубежных учёных, исследовавших вопросы бюджетного федерализма и межбюджетных отношений, известны У. Гарнер, А. Шах, Д. Максел, Ф. Томас, Дж. Миля, Ч. Тибу, Д. Тризман, У. Оутс, Б.Р. Уэйнгаст, Р. Масгрейв, А. Шляйфер и другие.

Стоит сказать, что исследования, проводимые в государстве с системой централизованного планирования, по большей части не имеют практической значимости в условиях становления федеративного государства с рыночной экономикой. Кроме того, исследования современных экономистов в области развития и рационализации межбюджетных отношений не исчерпали существующих трудностей, а напротив, выявили необходимость стимуляции научного поиска в данной области.

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

1. Ерошкина Л.А. Стратегические направления развития межбюджетных отношений в Российской Федерации // Финансы. 2016. № 7. С. 7–15.
2. Игудин А.Г. Становление и развитие бюджетного федерализма в России // Финансы. - 2016. - №9. - С. 48 - 53.

© Дранко М.И., Пушкарь О. М. 2019

**УДК - 33**

**Дранко М. И.**

Магистрант 1 курса РГЭУ (РИНХ)  
г. Ростов - на - Дону

**Пушкарь О. М.**

Магистрант 1 курса РГЭУ (РИНХ)  
г. Ростов - на - Дону

## **ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЙОНИРОВАНИЯ РОССИИ**

Экономическое районирование представляет собой формирование территориальной структуры производительных сил, а также установление специализированных частей народного хозяйства и взаимосвязей между ними. Экономическое районирование выступает в качестве раздела региональной экономики. Районообразование считается объективным и необходимым процессом, поскольку на него влияет система факторов различного характера - производственного, ресурсного, политического и социального.

Процесс экономического районирования тесно переплетается с территориальным устройством страны. Возникновение экономического района говорит о том, что в своем экономическом развитии территория совершила достаточный прорыв, поскольку для формирования экономического района необходимо достаточное количество предприятий, хорошо развитая инфраструктура, и другие сопутствующие факторы, которые позволяют

совершить качественное изменение в экономическом развитии территории и сформировать единый хозяйственный комплекс.

«Региональной экономике присуща внутренняя хозяйственная целостность. Основным признаком хозяйственной целостности является способность рынка региона развиваться самостоятельно. Для этого необходимо наличие конкретных ресурсов, и наличие рынка потребительских товаров, рынка денежно - кредитных и финансовых ресурсов, и рынка трудовых ресурсов.»

Главные принципы выделения экономических районов – это уровень хозяйственного освоения территории, соотношение между важнейшими ресурсами и степенью их использования. Экономическое районообразование

в экономической науке - результат территориального (географического) разделения труда (РТТ), выступающего его основой. В силу имеющихся особенностей каждая часть страны специализируется на производстве каких

либо определенных товаров и услуг. Каждая территория обеспечивает произведенными на ней товарами и услугами другие территории, а в замен получает недостающие. Можно сказать, что таким образом происходит обмен результатами разделения труда.

Специализация возможна при наличии следующих условий:

1. Производства конкретных товаров и услуг на конкретной территории дешевле чем на другой территории;
2. Данная продукция может выпускаться на конкретной территории в значительных масштабах по сравнению с возможностями других территорий;
3. Выпуск данной продукции должен быть обеспечен конкретными ресурсами;
4. Производство данных товаров необходимо для нужд страны;
5. Производству этой продукции способствует выгодное ЭПП, а транспортно - географическое положение.
6. Специализация территории обусловлена историческим развитием.

На основании вышеизложенного можно сделать однозначный вывод, что экономическое районирование представляет собой территориальную часть народного хозяйства государства, которая характеризуется конкретным экономическим и географическим положением, хозяйственно - территориальным единством, своеобразными особенностями природных и экономических условий, а также исторически сложившейся производственной специализации, которая основывается на территориальном общественном разделении труда.

В результате районообразования формируются экономические районы, представляющие собой часть природно - хозяйственного комплекса страны, отличающаяся географическими условиями и природно - ресурсной специализацией.

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

1. Бакланов П.Я. К теории экономического районирования ("теорема" об экономическом районировании). Региональные исследования. 2016. No 4 (54). С. 4 - 9.
2. Беляков Р.Ю., Нехорошков И.Ю. Реализация государственной политики по экономическому районированию в России. В сборнике: Экономика, бизнес, инновации. Сборник статей III Международной научно - практической конференции. В 2 частях. Ответственный редактор Гуляев Герман Юрьевич. 2018. С. 26 - 28.

© Дранко М.И., Пушкарь О. М. 2019

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НЕМАТЕРИАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ**

Каждому предприятию, для своего продуктивного функционирования, необходимо использовать структурированную систему мотивации. Залог эффективного функционирования предприятия, реализации поставленных целей и задач в определенные сроки, это мотивированный персонал. Одна из сложнейших задач для руководства это вести эффективную мотивационную политику в компании. Достижение успеха во многом зависит от правильности выбора системы мотивации. В настоящее время, в большинстве российских предприятий используется собственная система мотивации труда работников. При этом все системы мотивации имеют свои плюсы и минусы, которые могут препятствовать полной реализации потенциала персонала предприятия, что может негативно сказаться на развитии данной компании. Мотивация персонала это основной способ обеспечения оптимального использования ресурсов компании, а также активного использования имеющегося потенциала персонала предприятия. Главной целью процесса мотивации является получение максимум пользы при использовании имеющихся трудовых ресурсов, что дает возможность улучшить результативность компании. Для нашей страны проблема мотивации - относительно нова, и является приоритетной у большинства компаний. Данная проблема должна быть успешно решена в ближайшее время, благодаря чему будет возможно дальнейшее развитие производства в нашей стране. Правильная и качественная мотивация персонала - залог успеха предприятия и сплоченности коллектива. Для этого нужно использовать и нематериальную мотивацию персонала, которая поможет получить максимальный эффект.

Что такое мотивация? Мотивация - это совокупность внешних и внутренних факторов, которые побуждают человека к деятельности, задают формы и границы, и дают этой деятельности направленность, ориентированную на продуктивное достижение определенных целей и задач компании. Мотивация работника зависит от внутренних индивидуальных особенностей, и может изменяться под воздействием обратной связи.

Нематериальное стимулирование работников, в основном, направлено на удовлетворение потребностей самих работников, а за счет этого, получение наилучших результатов от удовлетворенных работников. Одна из важнейших задач управления предприятием сделать так, чтобы все работники были заинтересованы в развитии предприятия, достижении целей и решении поставленных перед предприятием задач, осознавали, что их действия оправданы, понимали, что их ценят, а дополнительные усилия они прикладывают по своему желанию.

Нематериальное стимулирование главным образом направлено на удовлетворение мотива сохранения социального статуса работника в коллективе, посредством повышения его должности, за счет чего работник получает повышение социального статуса сотрудника в рабочем коллективе и в обществе. Также нематериальное стимулирование направлено на развитие в работнике интереса к получению новых знаний умений и практических навыков. За счет нематериальных стимулов у работника пробуждается интерес к профессиональному общению с профессионалами, как на предприятии, так и за его пределами.

Чтобы специалист по персоналу точнее позиционировал нематериальное вознаграждение среди других элементов стимулирования, определить его важность для организации и сотрудников. Нематериальная мотивация является хорошим дополнением к материальной, однако не является заменой полностью. Это означает что компания не должна отказываться от премий для работников. Работник, выплачивающий кредит за квартиру или машину, вряд ли с радостью воспримет уменьшение зарплаты, и получение вместо денег, нематериальных благ. Нематериальная мотивация все же предполагает некоторые, пусть минимальные, издержки для компании. Следует также учитывать рабочее время сотрудников службы персонала и линейных руководителей, затрачиваемое на создание и внедрение методов нематериального стимулирования. Даже учитывая, что программы мотивации персонала создают специалисты из HR, ответственность за введение возлагается именно на линейных менеджеров. В самом начале, на уровне формирования программы работники отдела кадров должны работать вместе с ними и учитывать их предпочтения. Примером может послужить, сформировать фокус - группу, состоящую из управляющих, или осуществить консультации лично. При этом, руководители должны знать о том, что они всегда смогут получить поддержку со стороны специалистов HR при реализации программы. Наилучшей мотивацией является самомотивация. Если руководитель изначально наймет персонал, на самом деле желающий осуществлять свою деятельность на предприятии и имеющий необходимую компетенцию, которая в дальнейшем будет развита в правильном направлении, то понадобится намного меньше усилий и денежных (или иных) средств, чтобы мотивировать такой персонал. Система нематериальной мотивации разрабатывается индивидуально для каждой компании и является необходимым дополнением к системе материального стимулирования труда. Более того, система мотивации в компании не может быть универсальной для всех сотрудников. В целях максимизации действия стимулов необходимо учитывать принципы построения системы мотивации: Доступность. Каждый стимул должен быть доступен для всех работников. Условия должны быть понятными для работников. Ощутимость. Существует некий порог действенности стимула. Для одних работников ощутимым может быть стимул в размере одной тысячи рублей, для других мало и десяти тысяч. Постепенность. Материальные стимулы подвержены постоянной коррекции в сторону повышения. Ни в коем случае не допускается снижение уровня материального стимулирования, каким бы высоким он ни был.

Благодаря психологическому тесту можно определить, в чем мотивирован сотрудник. Так, главным мотивом для работника предприятия может быть

деятельность, которая позволяет ему самостоятельно принимать решения, разрабатывать собственные планы и решения, для другого работника - возможность непрерывного обучения, а для третьего — размер заработной платы. И три человека, которые осуществляют одни и те же обязанности мотивированны совершенно по - другому. Эту особенность психологии людей обязательно необходимо понимать и учитывать при формировании системы мотивации персонала как нематериальной, так и материальной. Присутствие мотивированных работников даст возможность предприятию: свести к минимуму затраты на управление персоналом – мотивированный сотрудник сам ищет себе работу, а не ожидает указания, также управленцам требуется меньше контролировать срока и качество выполнения работ.

Нематериальная, представляет собой систему поощрения, без выдачи материальных средств. Это не означает, что компании не надо вкладывать денежные средства в мотивацию. Для крупных компаний недопустимо наличие субъективных факторов при определении мотивации и механизмов поощрения. Важнейшим принципом должна являться максимальная объективность и прозрачность, а критерии оценок работы сотрудников необходимо определить сразу и сообщить о них сотрудникам. Главная задача нематериальной мотивации повысить эффективность сотрудника в своей работе, которая отразится на улучшении производительности соответственно на увеличении прибыли, на производстве. Нематериальная мотивация используется, например, в совместных корпоративных мероприятиях которые способствуют формированию здоровой атмосферы в коллективе, а также отражается на общей продуктивности персонала и на его заинтересованности в общем деле. Нематериальная мотивация имеет огромное число вариантов. Примером может послужить, мотивационные собрания; конкурсы и соревнования между сотрудниками и отделами; поздравления со знаменательными датами; предоставление скидок на услуги которые предлагает предприятия; информирование о достижениях; поощрительные командировки; положительная оценка со стороны коллег; помощь в решении проблем семьи.

Подводя итог, можно сделать вывод о важности и ценности присутствия честной и справедливой системы мотивации на каждом предприятия. При построении такой системы всегда нужно учитывать то, что система мотивации должна позволить правильно и рационально балансировать уровни мотивации для различных должностей, охватывать все уровни компании, все должности и иметь единые принципы построения для всех.

#### **Литература:**

1. Верещагина, Л. А. Психология персонала. Потребности, мотивация и ценности — 2 - е изд., испр. и доп. — М. : Гуманитарный центр, 2017.
2. Егоршин, А. П. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебное пособие (ФГОС 3 - го поколения) — 3 - е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА - М, 2017.
3. Плотникова И. В., Редько Л. А., Усачева А. С. Формирование позитивной мотивации персонала в компании / И. В. Плотникова, Л. А. Редько, А. С. Усачева // Современные проблемы науки и образования. — 2012. — № 6.

© Дударев А. В. 2019

**Евсеева А. Г.**

студентка группы МО - 19  
ИМИ, СВФУ им. М. К. Аммосова  
г. Якутск, РФ  
e - mail: ayta.yevseeva@bk.ru

**Евсеев П.В.**

старший преподаватель ФЭИ, СВФУ им. М.К. Аммосова

## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ)**

Потребительский рынок представляет собой важнейшую часть современной экономики. Именно здесь реализуются повседневные потребности населения, уровень удовлетворения которых в конечном счете определяет эффективность функционирования экономики в целом.

В период реформ именно отрасли потребительского рынка продемонстрировали наиболее высокую степень развития частной инициативы, адаптации к новым условиям экономической жизни, приближения к мировым стандартам обслуживания и качества.

Тем не менее в ходе реформ на потребительском рынке выявились трудности, был совершен целый ряд ошибок. В этих условиях несомненную актуальность приобретает проблема совершенствования форм и методов управления и регулирования процессов развития данной сферы экономики.

Сфера потребления отличается от многих других секторов экономики, тем, что она имеет достаточно четко выраженный региональный аспект, ее состояние и динамику во многом определяет уровень развития регионов. Именно поэтому изучение региональной составляющей проблем развития потребительского рынка представляет собой один из важнейших аспектов его исследования.

Все происходящие в экономике перемены по - новому ставят задачи регулирования потребительского рынка как на уровне страны в целом, так и составляющих ее регионов - субъектов Федерации.

Основная часть названных субъектов инфраструктуры потребительского рынка давно сформировалась и функционирует (это, например, предприятия оптовой и розничной торговли, предприятия внедомашнего питания, складское хозяйство). Другие находятся в стадии становления - консалтинговые и аудиторские фирмы, страховые организации, рекламные агентства, информационно - методические центры. Однако, все они нуждаются в форсированном развитии на качественно ином экономическом и организационном уровне.

В соответствии с методическими рекомендациями статистической комиссии ООН, содержащимися в Международной стандартной отраслевой классификации (МСОК), в рамках регионального потребительского рынка можно выделить ряд экономических отраслей (отраслей народного хозяйства) - совокупностей единиц, осуществляющих преимущественно одинаковый или сходный вид хозяйственной деятельности.

В рамках потребительского рынка традиционно выделяют отрасли торговли, общественного питания и бытового обслуживания населения. Они имеют исторически сложившиеся границы, систему статистики и учета, а также наибольший удельный вес в объеме реализации товаров и услуг.

### **Список использованной литературы:**

1. Евсеев П.В. Региональные аспекты реализации современной аграрной реформы в Республике Саха (Якутия). / Статья в журнале – научная статья. Журнал Финансовая экономика. №5, год 2019, стр. 22 - 24 Издательство: Некоммерческий фонд содействия развитию экономической науки и образования «Экономика» (Москва) ISSN: 2075 - 7786

2. Евсеев П.В. Новая аграрная и земельные реформы в условиях трансформации экономики на примере Республики Саха (Якутия). / Статья в журнале – научная статья. Ж. Экономика и предпринимательство. №3(104) год 2019, стр.435 - 437 Издательство: Редакция журнала «Экономика и предпринимательство» (Москва) ISSN: 1999 - 2300

3. Евсеев П.В. Особенности реализации аграрной и земельной реформы в Республике Саха (Якутия). / Статья в журнале – научная статья. Журнал Конкурентоспособность в глобальном мире: Экономика, наука, технологии. №3, год 2019, стр.3 - 5 Издательство: ООО «Интеллект - бизнес - групп» (Киров) ISSN - 2412 - 883X

4. Евсеев П.В. Система жизнеобеспечения населения в районах Крайнего Севера и Арктической зоны. / Статья в журнале – научная статья. Журнал Финансовая экономика. №9 ч.3, год 2019, стр. 232 - 235 Издательство: Некоммерческий фонд содействия развитию экономической науки и образования «Экономика» (Москва) ISSN: 2075 - 7786

© А.Г.Евсеева, П.В. Евсеев, 2019

**УДК - 33**

**Е.О. Евстигнеева**

Студент 4 курса ФГАОУ ВО СКФУ, г. Ставрополь, РФ

E - mail: katerinaaaa1234@gmail.com

**Научный руководитель И.В. Новикова**

доктор социологических наук, профессор ФГАОУ ВО СКФУ

г. Ставрополь, РФ

## **МЕТОД ЭКСПЕРТНЫХ ОЦЕНОК В ПРОГНОЗИРОВАНИИ**

### **Аннотация**

В данной статье рассмотрены основные методы экспертных оценок, служащие способом оценки экономического явления или процесса, а также для полного понимания исследуемой информации.

### **Ключевые слова**

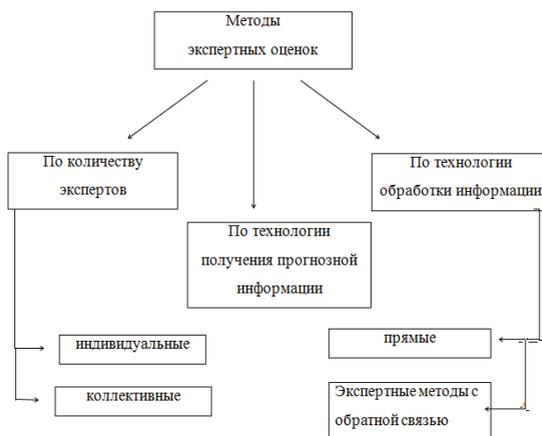
Методы экспертных оценок, прогнозирование, планирование

Существует множество различных процессов и явлений, в которых отсутствует количественная характеристика или она подвержена быстрому изменению. Для таких случаев необходимо применение метода экспертных оценок, сущность которого проявляется в прогнозируемом мнении эксперта, который анализирует данную проблему.

Примерами традиционных процедур являются заседания, совещания, консилиумы, которые проводятся регулярно в каких-либо организациях, учреждениях, компаниях.

Различают два уровня экспертных оценок: качественный и количественный. Применение экспертных оценок на качественном уровне оправдано для возможных направлений деятельности, но когда происходит применения метода экспертных оценок, вместо математического анализа, это говорит о неумении использовать математические методы.

Проведение экспертных оценок характеризуется последовательными этапами, состоящими из: постановки существующей проблемы, отбора эксперта, опроса эксперта и обработки опрашиваемой информации.



В индивидуальном анализе используются аналитический метод и метод «интервью». В них выявляются экспертом оценка состояния, анализ тенденций и пути развития рассматриваемого объекта. Отрицательной стороной этих методов является ограниченность знаний и субъективность, а к положительной относится возможность максимального использования индивидуальных особенностей эксперта.

Коллективные методы экспертных оценок выделяют: метод «мозговой атаки», метод «Дельфи», метод «635», метод «комиссий», метод написания сценария, метод морфологического анализа.

Процедура применения коллективных экспертных оценок следующая: формирование экспертной группы, определение компетентности субъектов, оценка представительности группы, получение индивидуальных суждений каждого эксперта группы, обобщение мнений, оценка степени согласованности экспертов, построение гистограммы.

Существует метод экстраполяции, сущностью которого является в изучении устойчивых тенденций прошлого и настоящего прогноза. Среди них выделяют прямую, адаптивную, прогнозную и формальную.

В методе экономического анализа происходит разделение экономического процесса и явления на составные части, для того чтобы выявить взаимозависимость и связь этих частей друг на друга.

Программно - целевой метод – это система образования плановых решений, сутью которого является отбор целей социальных, экономических и научно - технических в процессе развития объекта управления.

### **Список использованной литературы**

1. Радчевский, Н. М. Территориальное планирование и прогнозирование: учеб. - методическое пособие / Н. М. Радчевский, Е. В. Яроцкая, В. Д. Жуков. – Краснодар, КубГАУ, 2016 – 119 с.;

2. Шмидт И.В. Прогнозирование и планирование территории населенных пунктов с основами кадастра [Электронный ресурс] / Шмидт И.В., Царенко А.А.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2014.— 474 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/20691>.

© Евстигнеева Е.О., Новикова И.В., 2019

**УДК 336.714**

**А.В.Жданова**

Магистрант группы МФФпз - 17 - 01

Уфимский государственный нефтяной технический университет,

Г.Уфа, Россия, E - mail: [maturkai1995@mail.ru](mailto:maturkai1995@mail.ru)

## **РЕГУЛИРОВАНИЕ РОССИЙСКИХ И ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ**

### **Аннотация**

Статья посвящена изучению вопросов регулирования отечественных и зарубежных инвестиций. Рассмотрены главные проблемы современного отечественного, а также зарубежного рынка инвестиций.

### **Ключевые слова**

инвестиционный портфель, риск, доходность, ликвидность, инструменты.

Понятие «инвестирование» разделяют на портфельное, а также прямое инвестирование. Приобретение ценных бумаг для получения прибыли либо дивидендов по причине роста их курсовой стоимости является портфельным инвестированием.

Прямые инвестиции (их также именуют стратегическими) предусматривают вложение свободных денег напрямую в реальные активы, например, в производство либо продвижение продукции.

Прямое инвестирование, возможно, анализировать как альтернативу портфельному инвестированию. Так как в прямых инвестициях доход имеет зависимость не только от сегодняшней рыночной обстановки, инвестор более уверен в прямых, нежели в портфельных инвестициях. Следовательно, прямые инвестиции являются способом инвестирования, которые застрахованы от обвалов рынка ценных бумаг. Работа фондов прямых инвестиций осуществляется с частными организациями. Фонд покупает большую долю в компании и осуществляет управление, а также влияние на политику развития организации.

Прямые иностранные инвестиции играют немаловажную роль в быстрорастущем интернациональном бизнесе. Такого рода капиталовложения могут поспособствовать фирме просочиться на новые рынки, использовать новые каналы сбыта, приобрести наиболее дешёвое оборудование, дать шанс приобрести новую технологию, товар, рабочую силу, а также элементарно профинансировать организацию. Для того государства, куда придут капиталовложения, либо для фирмы данного государства это означает новые технологические процессы, дополнительные финансы, повышение объёма производства, числа изготавливаемых продуктов, получение новейших организационных технологий либо усовершенствование маркетинга, и в этом качестве капиталовложения могут дать сильный импульс экономическим преобразованиям. Прямые иностранные инвестиции, в своём традиционном определении, звучат таким образом: «вложение денег в иностранную фирму для того чтобы последняя сумела создать новое предприятие в собственной стране».

Таким образом, прямые инвестиции, направленные на приобретение зданий либо оборудования, отличаются от «портфельных». За минувшие года, когда разного рода капиталовложения по всему миру существенно возросли и потеряли свою прежнюю точность, определение «прямых зарубежных инвестиций» было расширено до следующего объяснения: ПЗИ начали именоваться любого рода приобретения контролирующего пакета в бизнесе иностранной фирмы. Вследствие этого - ПЗИ начали иметь большое число конфигураций, к примеру, прямые покупки иностранной фирмы, покупка завода либо оборудования, капиталовложения в совместную компанию или в стратегический альянс фирм, при котором иностранная фирма приобретает от партнера новейшие технологические процессы, лицензии на интеллектуальную собственность. За прошедшие года ПЗИ начали играть главную роль в интернационализации бизнеса. Как результат на возникновение новейших технологий, возрастающую либерализацию в законодательствах государств по поводу инвестиций, и кроме того на изменение рынков денежных средств, ПЗИ также существенно поменялись: поменялись их величины, масштабы, соотношения и способы работы с ними. Новейшие информационные технологические процессы, удешевление интернациональной связи сделали систему ПЗИ неизмеримо более простой, чем это было раньше. Огромные перемены в интернациональной коммерции, инвестиционной политике, в том числе вопросы торговой политики, а также либерализации тарифов, ослабление ограничений на иностранные капиталовложения и получения имущества за границей, и кроме того проведённая приватизация в многочисленных областях индустрии, дала за последние двадцать лет свежий толчок и новую значимость прямым иностранным вложениям по всему миру.

Структура отечественных инвестиций в промышленность за рубежом весьма схожа со структурой встречных зарубежных финансовложений в российскую промышленность. Так

как жители других стран инвестируют средства в России в более развитые сферы, где оперируют крупнейшие отечественные фирмы, получается, что российские инвесторы вкладывают за рубежом финансы в те сектора промышленности, которые являются объектом их главной деятельности и на Родине. Таким образом, увеличение географии деятельности основных российских фирм, их вывод на основные рынки сбыта совершаются, в первую очередь, по направлениям их специализации. Попадание в принципиально новые направления бизнеса и диверсификация областей деятельности пока никак не представляются приоритетными для отечественных инвесторов [4].

Отечественные инвесторы выбирают или владеть большими пакетами акций зарубежных фирм, или выступать в качестве кредитора, удерживая право голоса, контроль над вложенными средствами либо гарантии их возврата. Доверие к статусу миноритарного акционера остается невысоким. Непосредственно по этой причине практически все без исключения приобретения российских инвесторов в недавний период разделялись на 2 типа. Либо разговор шел о выкупе контрольного или 100 % - ного пакета акций зарубежной компании, способной быть значимым звеном в производственно - сбытовой цепочке российской компании, ориентированной на международный рынок (к примеру, приобретение "ЛУКОЙЛом" американской фирмы "Гетти Петролеум"). Либо российский инвестор приобретал существенный пакет акций в рамках формирования стратегического союза с западным партнером с целью объединения денег и усилий для финансирования больших многообещающих проектов (как это сделали "Норильский никель" и южноафриканская "ГолдФилдс Лимитед").

Экспорт денежных средств из Российской Федерации уже давно притягивает интерес экономистов, политических деятелей, муниципальных деятелей, как в Российской Федерации, так и за границей. Длительный период главная часть экономических ресурсов утекала из государства по незаконным либо полуправовым каналам, однако в последнее время стал набирать обороты законный экспорт денежных средств. Одна из целей данного процесса - увеличение масштабов, а также географии деятельности крупнейших отечественных компаний, их попадание на основные интернациональные рынки. Об этом, в частности, говорит несколько недавних сделок, в рамках которых большие российские фирмы стали владельцами зарубежных компаний.

Один из значимых мотивов инвестиции зарубежных средств в акции отечественных компаний - возможность приобрести потенциально доходную организацию по невысокой стоимости. Многочисленные отечественные компании, которые создают либо просто имели бы возможность производить конкурентоспособную продукцию, пребывают в упадке из - за неимения системы сбыта, безрезультатной структуры управления, незнания рынка (в особенности западного), неумения выбирать и работать с западными партнерами. Подобные компании имеют нехорошее экономическое состояние, что приводит к низкой цене их акций. После приобретения контрольного пакета акций зарубежная компания способна достичь улучшения положения компании с помощью ограниченных вложений в непроизводственную область, главным образом в формирование системы сбыта, а также денежное обеспечение. При этом зарубежная компания способна применять собственный опыт деятельности на зарубежных рынках, готовые каналы сбыта, собственную экономическую концепцию (к примеру, обеспечивать гарантии, а также векселя при расчетах).

Проанализируем поступление инвестиций из - за границы в Российскую Федерацию и наоборот. Для этого разберем данные 2017, а также 2018 года.

В 2018 году всего зарубежных вложений в Российскую Федерацию поступило 55109 миллионов долларов, а в 2017 году их приток равен 53651 миллионов долларов. Это свидетельствует о том, что иностранные инвесторы начали больше инвестировать в развитие российской промышленности. Часть прямых вложений в 2018 году увеличилась на 24,8 % по отношению к 2017 году.

Вклады в основной капитал стали меньше с 10360 миллионов долларов вплоть до 8769 миллионов долларов, зато иностранные совладельцы учреждений стали больше предоставлять кредитов. Данный коэффициент вырос на 7,1 % в 2018 году по сопоставлению с 2017 годом (с 2165 миллионов долларов до 3987 миллионов долларов).

Другие прямые капиталовложения так же возросли с 547 миллионов долларов до 922 миллионов долларов.

Портфельные инвестиции существенно увеличились в 2018 году по сопоставлению с 2017 годом. Если портфельных вложений в Российскую Федерацию в 2017 году поступило 453 миллионов долларов, а в 2016 году данный показатель был снижен вплоть до 333 миллионов долларов, то в 2018 прослеживается существенное увеличение - вплоть до 3182 миллионов долларов, что составляет рост на 5,8 % по отношению к 2017 году.

Приток прочих вложений из - за границы, напротив, уменьшился на 5,4 % (с 40126 вплоть до 38249 миллионов долларов). [2]

В целом можно отметить, что общая часть поступления зарубежных вложений возросла в 2018 году по сопоставлению с 2017 годом. Зарубежные инвесторы заинтересованы инвестировать собственные ресурсы в Российскую Федерацию и совершенствовать разнообразные сферы индустрии с целью получения дохода.

Если детально проанализировать приток зарубежных вложений в Российскую Федерацию по типам экономической деятельности, то тут прослеживаются огромные поступления вложений в аграрное производство, охоту, а также лесное производство. Эта часть увеличилась на 0,4 %. Инвестиция в рыболовство также рыбководство увеличилось на 4 %, но инвестиции в промысел полезных ископаемых - на 5,4 %.

Капиталовложения в добычу топливно - энергетических ресурсов существенно возросло - с 5164 в 2017 году вплоть до 7772 миллионов долларов в 2018 году. Вложение в добычу иных полезных ископаемых так же возросло и равняется 0,9 % по отношению к 2017 году.

Капиталовложения на изготовление пищевых товаров, в том числе алкоголь, а также сигарет увеличились на 0,3 %, в целлюлозно - бумажное изготовление - на 0,4 %. Капиталовложения на изготовление продуктов из кокса и нефтепродуктов, напротив, уменьшились на 7,9 %, так же как и вложение в изготовление автомобилей и спецоборудования - на 0,2 %.

Капиталовложения в химическое производство возросло несущественно - на 0,1 %, но в металлургическое производство - на 0,4 %.

Из этого можно прийти к выводу, что в целом иностранные инвесторы заинтересованы вносить свои вложения в Российскую экономику, в особенности в определенные единичные виды отрасли, к примеру, в добычу полезных ископаемых, добычу топливно - энергетических полезных ископаемых и др.

Сейчас проанализируем приток зарубежных инвестиций в Российскую Федерацию из различных государств.

Существенное повышение поступления вложений было произведено Францией. Если в 2017 году вложений поступило на сумму 1428 миллионов долларов, то в 2018 году приток возрос до 3039 миллионов долларов, то есть прирост составил 2,8 % . Также прирост инвестиций из Германии вырос на 3,5 % (с 3010 до 5002 миллионов долларов). То же самое возможно отметить и о Британии. Поток вложений вырос на 1,4 % . Из Казахстана в 2018 году вложений поступило больше на 0,6 % по сопоставлению с 2017 годом. Небольшие инвестиции осуществили Соединенные Штаты Америки - этот показатель составил в целом 0,3 % .

Существенный упадок потока вложений пришелся на государства - Англия (поток вложений уменьшился на 3,3 % в 2018 году по отношению к 2017 году; Голландия - снизился на 4,6 % ; Люксембург - 15,1 % .

Тут возможно отметить, что любое государство заинтересовано во вложении инвестиций в разнообразные единичные сферы Российской экономики. Выше мы уже проанализировали, какие непосредственно отрасли более интересны для зарубежных инвесторов. Если инвесторы считают выгодными свои капиталовложения, то, в соответствии с этим, и вкладывают они больше, если капиталовложения дают незначительный доход, то инвесторы направляют собственные инвестиционные потоки в прочие сферы и другие государства.

Затем проанализируем приток инвестиций в Российскую Федерацию из Содружества Независимых Государств.

Поток вложений из государств СНГ существенно вырос. Если в 2017 году их совокупность составляла 1059499 тысяч долларов, в 2018 году уже 3032095 тысяч долларов. Мы видим интерес государств СНГ во вложении своих инвестиций в нашу экономику.

Максимальный поток вложений проходит из Казахстана, Белоруссии, Туркмении, Республики Молдова, а также Украины, минимальный - Азербайджана, Армении.

Затем покажем инвестиции из Российской Федерации в экономику государств СНГ .

В 2017 году в экономику государств СНГ было вложено 3840798 тысяч долларов отечественных инвестиций, но в 2018 году данная совокупность возросла до 4127757 тысяч долларов. Можно отметить, что Российская Федерация заинтересована инвестировать собственные ресурсы в экономику государств СНГ .

Максимальный поток вложений был направлен в Республику Беларусь, Казахстан, а также Киргизию, но сокращение потока прослеживается в государства Армения, Грузия, Республика Молдавия, а также Таджикистан.

Следуя данной информации, мы видим, что выгодные инвестиционные потоки идут из Белоруссии, Казахстана в Российскую Федерацию, и наоборот.

И, в конечном итоге, произведем анализ потока вложений из Российской Федерации в иностранные государства.

Существенное повышение инвестирования прослеживается в Австрию. Если в 2017 году данный коэффициент составлял 1037 миллионов долларов, то в 2018 году он достиг 12970 миллионов долларов, то есть на 11933 миллионов долларов больше.

Тоже самое можно отметить и об Австрии, сюда поток вложений вырос на 17,6 % , в США - 30,9 % .

Сокращение инвестирования произошло на Кипр, то есть на 13 % меньше, чем в 2017 году, а также в Литву, Голландия, Люксембург и Богамские острова.

Далее анализируем часть накопленных отечественных инвестиций.

В структуре российских вложений в непромышленных секторах за границей также просматриваются конкретные параллели с притоком зарубежного капитала в Российскую Федерацию, однако тут схожесть менее очевидна. В частности, на долю торговли и общественного питания приходится 28 % накопленных, из них практически 18 % составляет внешняя торговая деятельность. Свыше 5 % накопленных приходится на автотранспорт, конкретнее, на его морскую часть, внутренний водный транспорт и главные трубопроводы. Другой значимый объект внимания отечественных инвесторов - это область финансов, кредита, страхования, а также пенсионного обеспечения.

Исследование видовой структуры накопленных отечественных вложений за границей выявил, что в абсолютно всех основных отраслях промышленности преобладают другие капиталовложения (их часть составляет не меньше 78 % ). Прямые капиталовложения преобладают только на транспорте, в торговле, общественном питании, а также единой коммерческой деятельности по обеспечению функционирования рынка. [3]

Государственная стратегия в этом направлении отчетливо не сформулирована, на сегодняшний день главной проблемой является привлечение зарубежных инвестиций в Российскую Федерацию, но не экспансия нашего бизнеса за границу, так как отечественные инвесторы сами стараются инвестировать капитал в фирмы иностранных государств, но привлечение зарубежного капитала требует различных мер. Отечественные вложения за рубежом остаются проявлением индивидуальной инициативы отдельных хозяйствующих субъектов, регулируются их внутренними целями, а также вопросами и по большей части представляют собой автономные усилия проникновения российского бизнеса на перспективные рынки. К тому же отечественное правительство ставит препятствия на пути привлечения вложений из - за границы, например, такие как:

- непростой порядок лицензирования деятельности зарубежных фирм в Российской Федерации, их длительная регистрация;

- ограничения при размещении зарубежных инвестиций на территории Российской Федерации;

- большие импортные тарифы на ввоз денежных средств;

- повышенный налог на доход зарубежных фирм.

Кроме того, отечественное правительство ограничивает также экспорт денежных средств за границу.

Что касается объема вложений в основной капитал, то в декабре 2018 года он увеличился на 64,2 % по сравнению с предшествующим месяцем, что является наибольшим его декабрьским приростом за минувшие 12 лет. Вследствие годовой рост этого показателя, составив 21,1 % , оказался наибольшим за всю историю исследований. Во многом его увеличение стимулировалось притоком зарубежных вложений. Не случайно более сильно его сезонно скорректированный уровень увеличивался во II и IV кварталах, т.е. непосредственно в то время, когда протекала острая активизация чистого притока денежных средств по негосударственным секторам экономики. [1]

На основе вышеизложенного возможно отметить, что регулирование рынка капиталов, а также преобразование его в соответствие с нормальной международной практикой является одним из основных факторов для привлечения портфельных инвестиций из - за границы и включения средств зарубежных портфельных инвесторов в общероссийский инвестиционный оборот. Важными вопросами, стоящими в данной связи перед отечественными органами власти, являются:

-формирование устойчивой, соответствующей международной практике нормативно - правовой основы, регламентирующей выпуск ценных бумаг отечественными бизнесменами, и процедура их обращения на фондовом рынке;

-разработка и быстреее введение в практику эффективного правового и управленческого механизма обеспечения прав акционеров и собственников других ценных бумаг;

-создание стабильной общенациональной инфраструктуры фондового рынка, понятной и открытой как для российских, так также для иностранных инвесторов;

-укрепление российской концепции инвестиционных фондов и трастовых структур, что должно придать рынку ценных бумаг устойчивость и снизить его привлекательность для спекулятивного зарубежного капитала.

#### **Список использованной литературы**

1. Фролова В. Б. Финансовая политика государства на современном этапе // Национальные приоритеты и безопасность. – 2016. - №22. – С.14 - 22

2. Фролова В. Ю. Франчайзинг как основа долгосрочного развития бизнеса // Концепт. – 2016. - № 11 (ноябрь). – ART 13213. – URL: [http // e - koncept.ru / 2013 / 13213.html](http://e-koncept.ru/2013/13213.html)

3. Фролова В. Б. Финансовый менеджмент: понятийный аппарата. // Экономика. Налоги. Право. – 2017. - №5. – С. 72 - 83.

4. Дженетова Н. В. Современные тенденции и перспективы управления рисками инвестиционного проекта предприятия // Концепт. – 2016. – Современные научные исследования. Выпуск 1. – ART 53175. -- URL: [http // e - koncept.ru / 2013 / 53175.html](http://e-koncept.ru/2013/53175.html)

© А.В. Жданова 2019

**УДК 330**

**А.Э. Жданова,**

студентка 3 курса СКФУ,

г. Ставрополь, РФ

e - mail: [gelya.zhdanova.95@inbox.ru](mailto:gelya.zhdanova.95@inbox.ru)

**Научный руководитель: С.Б. Рудич,**

канд. экон. наук, доцент СКФУ,

г. Ставрополь, РФ

e - mail: [slavko82@yandex.ru](mailto:slavko82@yandex.ru)

### **ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННО - ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА**

#### **Аннотация**

Оценка эффективности проектов государственно - частного партнерства направлена на анализ количественного влияния предлагаемого проекта на экономику региона.

Изложенный в статье алгоритм оценки эффективности проектов государственно - частного партнерства, направлен на определение целесообразности и обоснованности проекта, а также на выбор наиболее эффективной формы реализации проекта. Что, в свою очередь, позволяет сделать экономически обоснованный выбор формы государственно - частного партнерства при реализации проектов и программ развития региона, базирующийся на определении эффективности взаимодействия для каждой из заинтересованных сторон.

**Ключевые слова:**

государственно - частное партнерство, эффективность, проект, оценка

В государствах, которые имеют значительный опыт в сфере государственно - частного партнерства (например, Великобритания, США, Германия и пр.) для оценки эффективности применения механизмов государственно - частного партнерства используется концепция «value for money», позволяющая определить, стоит ли польза от услуги или товара затраченных на них денежных и имущественных государственных (муниципальных) ресурсов, и демонстрирующая уровень соответствия «отдачи на вложенные средства» и «цены и качества» [1].

В Российской Федерации для аналогичной оценки принята Методика оценки эффективности проектов государственно - частного партнерства, которая распространяется на проекты, действующие в соответствии с положениями Федерального закона от 13.07.2015 № 224 - ФЗ «О государственно - частном партнерстве, муниципально - частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – закон о ГЧП) [2]. Оценка проводится уполномоченными органами.

Говоря об алгоритме определения эффективности проектов государственно - частного партнерства проектов, нужно отметить, что он включает в себя несколько этапов.

На начальном этапе проводится сбор данных характеризующих необходимость осуществления данного проекта, определяются цели, задачи, предполагаемые результаты и способы реализации. Также конкретизируется информация об участниках проекта, определяются основные условия взаимодействия, фиксируются их права и обязанности.

На следующем этапе разрабатывается технико - экономическое обоснование проекта. На этом этапе обязательным условием для реализации проектов является оценка технико - экономического обоснования проекта по ряду составляющих факторов, таких как: общественная, бюджетная и коммерческая эффективность и пр.

Оценка социально - экономического эффекта проекта проводится посредством: определения соответствующих проекту госпрограмм; установления качественного соответствия целей, задач и предмета проекта целевым задачам и предмету госпрограмм; выбора целевых показателей (индикаторов) госпрограмм, соответствующих целям, задачам и предмету проекта; выбора целевых показателей (индикаторов) госпрограмм, соответствующих целям, задачам и предмету проекта.

На заключительном этапе проводится финансово - экономическая оценка проекта ГЧП с анализом возможных рисков. Целью оценки финансовой эффективности является определение коммерческой целесообразности проекта (окупаемость). Проект признается соответствующим критерию финансовой эффективности, если  $NPV_{pp} \geq 0$  ( $NPV$  – Net Present Value, чистая приведенная стоимость) [3].

Также при оценке эффективности проекта необходимо провести построение различных денежных потоков, например, денежного потока по проекту, денежного потока от операционной, инвестиционной и финансовой деятельности и пр.

Таким образом, оценка эффективности проектов ГЧП предполагает анализ эффективности проекта и оценку самого партнерства, его ценности и целесообразности. В свою очередь, эффективность делового взаимодействия в сфере государственно - частного партнерства зависит от того, насколько умело осуществляется экономический анализ этого процесса.

### **Список использованной литературы**

1. Национальный Центр государственно - частного партнерства. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pppcenter.ru/proekty-i-czentra/platforma-rosinfra.html>– (дата обращения: 10.11.2019).

2. «О государственно - частном партнерстве, муниципально - частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»: федер. закон от 13 июля 2015 г. №224 - ФЗ. Доступ из справ. - правовой системы «Консультант». Источник: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_182660/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_182660/)

3. «О порядке проведении уполномоченным органом оценки эффективности проекта ГЧП, проекта МЧП и определения их сравнительного преимущества»: постановление Правительства Рос. Федерации от 30.12.2015 № 1514 // Доступ из справ. - правовой системы «Консультант». Источник: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_191830/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_191830/)  
© А.Э. Жданова, 2019

**УДК 330**

**А.Э Жданова**, студентка 3 курса СКФУ,  
г. Ставрополь, РФ

e - mail: [gelya.zhdanova.95@inbox.ru](mailto:gelya.zhdanova.95@inbox.ru)

**Научный руководитель: С.Б. Рудич**,

канд. экон. наук, доцент СКФУ,

г. Ставрополь, РФ

e - mail: [slavko82@yandex.ru](mailto:slavko82@yandex.ru)

## **ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТОВ ГОСУДАРСТВЕННО - ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В СУБЪЕКТАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

### **Аннотация**

Государственно - частное партнерство является действенным механизмом взаимодействия государства и бизнеса.

На сегодняшний день все большее количество регионов стремятся занять более высокое место в рейтинге по уровню развития государственно - частного партнерства, тем самым повысив инвестиционную привлекательность региона.

### Ключевые слова:

государственно - частное партнерство, регион, инвестиционный климат, инвестиционная привлекательность, эффективность

В условиях недостатка финансовых, инвестиционных, кадровых и прочих ресурсов органов власти всех уровней для решения ключевых проблем социально - экономического развития территорий крайне важным является привлечение для этого средств частного бизнеса. Особенно актуально развитие взаимодействия власти и бизнес - структур на фоне необходимости в структурной перестройке российской экономики и переходе ее на инновационный вектор развития, требующих не только колоссальных финансовых затрат, но и использования при этом современных производственных технологий.

Как свидетельствует мировой опыт, в такой ситуации перспективным инструментом решения данных проблем является развитие механизмов государственно - частного партнерства (далее - ГЧП). Предметом соглашений партнерства при этом, как правило, являются объекты общественной инфраструктуры (дороги, энергетика, транспорт, водоснабжение и канализация, связь и др.), которые испытывают в настоящее время особенно острый дефицит финансовых ресурсов для стабильного развития [1].

Вместе с тем в настоящее время государственно - частное партнерство в России находится еще на стадии становления, несмотря на довольно длительную историю использования ее отдельных форм, например концессий.

Основной тенденцией последних лет, является смещение вектора использования государственно - частного партнерства с федерального уровня на региональный и местный. В частности, на начало 2018 года в масштабах всей страны на стадии реализации находилось 3422 проекта ГЧП, с планируемыми инвестиционными затратами более 2180 млрд. руб. [2]

Структура распределения проектов государственно - частного партнерства по уровням, представлена на рисунке 1.



Рисунок 1. Структура распределения проектов государственно - частного партнерства по уровням власти

Таким образом, региональные и муниципальные администрации постепенно перенимают опыт структурирования проектов ГЧП федерального уровня.

Опыт разработки и реализации проектов ГЧП в настоящее время уже имеется в 68 субъектах Российской Федерации.

При этом лидерами, по реализации проектов государственно - частного партнерства являются: Санкт - Петербург, Республика Татарстан, г. Москва, Новосибирская, Нижегородская, Ленинградская, Самарская, Свердловская, Московская и Воронежская

области. Для этих регионов характерны высокий инвестиционный потенциал, развитая нормативно - правовая база, регулирующая вопросы организации партнерства власти и бизнеса, имеется успешный опыт реализации крупных концессионных проектов, договоров аренды с инвестиционными обязательствами [2].

Таким образом, наибольшее развитие государственно - частное партнерство получило в регионах страны, характеризующихся благоприятным инвестиционным климатом и привлекательностью. Использование механизма государственно - частного партнерства позволяет заметно снизить государственные и муниципальные расходы, что в условиях проблем с инвестициями дает хороший эффект. Поэтому чем больше объектов будут возводиться и управляться по принципам ГЧП, тем существеннее будет экономическая отдача.

Не смотря на успехи некоторых регионах в области применения ГЧП проектов, более половины субъектов РФ находятся на стадии среднего и ниже среднего уровня развития ГЧП.

Наименее развита практика партнерского взаимодействия власти и бизнеса в следующих субъектах Российской Федерации, характеризующихся низким уровнем социально - экономического развития: Республика Ингушетия, Адыгея, Карачаево - Черкесия, Чукотский автономный округ.

Значительная часть этих регионов характеризуется невысокой инвестиционной привлекательностью, соответствующая институциональная среда сформирована слабо, практика применения механизмов государственно - частного партнерства в некоторых субъектах данной группы практически отсутствует [3].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в России большинство субъектов находятся на низком уровне по развитию ГЧП и только около 10 субъектов в полной мере используют данный механизм. При этом в настоящее время существует целый ряд барьеров организационного, институционального и экономического характера, ограничивающих развитие механизмов ГЧП в экономике страны.

Такая ситуация может быть связана с низкой эффективностью работы органов власти субъекта Российской Федерации, функциональных подразделений и / или коллегиальных органов, ответственных за развитие ГЧП, низкое качество проработки самих проектов, недостаточным уровнем специальных компетенций и знаний в сфере ГЧП у государственных и муниципальных заказчиков и пр.

Кроме того, на сегодняшний день в 20 субъектах Российской Федерации не функционируют институты развития по совершенствованию инвестиционного климата и государственно - частного партнерства, что также является проблемой для эффективной реализации регионами инвестиционной политики [3].

Другой серьезной проблемой при реализации инвестиционных проектов и проектов ГЧП на уровне региона является бюджетные средства, которыми располагает регион. Для реализации проектов в региональном бюджете просто может не быть средств. Наиболее вероятно данная ситуация для регионов, где бюджетные средства направляются не на развитие региона, а на поддержание состояния сложившейся в регионе экономической ситуации.

Таким образом, с одной стороны, развитие инвестиционной привлекательности региона может стать для него отправной точкой экономического роста, а, с другой стороны, у региона недостаточно средств на создание должных условий для начала формирования благоприятной среды.

В связи с вышеизложенным, можно сделать вывод, что ведение правильной региональной политики и повышение инвестиционной привлекательности, а также

совершенствование правовой и институциональной среды в сфере ГЧП, может способствовать возникновению в регионах проектов, имеющих положительные социально - экономические внешние эффекты для населения при минимизации государственных затрат, что даст возможность многим регионам улучшить свое положение.

### **Список использованной литературы**

1. Баулин М.С. Реализация проектов с привлечением механизма государственно - частного партнерства. Теория и практика. Департамент стратегического и инвестиционного консультирования ЗАО «МКД ПАРТНЕР». М.,2015. 17 с.

2. Национальный Центр государственно - частного партнерства. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pprcenter.ru/proektyi-czentra/platforma-rosinfra.html>– (дата обращения: 10.11.2019).

3. Варнавский, В.Г., Клименко, А.В., Королев, В.А. (Институт государственного и муниципального управления Государственного университета – Высшей школы экономики); раздел 7.6 «Роль государственно - частного партнерства в региональном и местном развитии»: Баженов, А.В., Воротников, А.М. (Центр ГЧП Внешэкономбанка). Государственно - частное партнерство Теория и практика Учебное пособие. М., 2015. 56 с.

© А.Э. Жданова, 2019

УДК - 33

**Завьялова Л. П.**

студент АНО ВО «РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

РФ, г. Москва

**Филимонова Н.Н.**

канд. эконом. наук, доцент АНО ВО «РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

РФ, г. Москва

**Zavyalova Lidia**

student of Russian New University (RosNOU),

Russia, Moscow

**Filimonova Nadezda**

candidate of economic sciences, associate Professor Russian New University (RosNOU),

Russia, Moscow

## **МЕТОДЫ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ И ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

### **METHODS OF BUDGETING AND FINANCIAL PLANNING AT THE ENTERPRISE**

#### **АННОТАЦИЯ**

На современном предприятии большое значение уделяется процессу финансового планирования, и важным его составляющим является бюджетирование. Что же представляет из себя процесс бюджетирования? В данной статье будут определены ключевые понятия этого процесса и исследованы современные методы бюджетирования и планирования. Сделаны выводы по необходимому инструментарию.

## ABSTRACT

At a modern enterprise, great importance is given to the process of financial planning, and budgeting is its important component. What is the budgeting process? This article will identify the key concepts of this process and explore modern methods of budgeting and planning. Conclusions are drawn on the budgeting tools.

**Ключевые слова:** бюджет, планирование, предприятие, управленческий учет

**Keywords:** budgeting, planning, corporate, management accounting

## МЕТОДЫ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ И ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

### Бюджетирование.

На современном предприятии большое значение уделяется процессу финансового планирования, и важным его составляющим является бюджетирование. Что же представляет из себя процесс бюджетирования? Для начала следует провести классификацию данного понятия и определить его структуру.

Классификация бюджетов

По признаку «метод разработки бюджетов»:

- 1) Фиксированные бюджеты (показатели не зависят от изменения объемных показателей работы предприятия)
- 2) Гибкие бюджеты (в зависимости от изменения объемных показателей изменяются бюджетные показатели)

По признаку «период планирования бюджета»:

- 1) Краткосрочные бюджеты (от 1 дня до 1 года; часто с разбивкой по кварталам, месяцам, неделям)
- 2) Среднесрочные - \\\ - (от 1 до 3 лет)
- 3) Долгосрочные - \\\ - (больше 3 - х лет)

В зависимости от видов финансово - хозяйственной деятельности:

- 1) Бюджеты по основной или операционной деятельности
- 2) Финансовые бюджеты

Структура системы бюджетов на предприятии

1. **Бюджет продаж.** В нем указана цена, плановое количество продаж, выручка без НДС и с НДС.
2. **Бюджет производства.** Для подсчета необходимо использовать:
  - Бюджет переходящих запасов (готовая продукция, незавершенное производство)
  - Бюджет прямых затрат на оплату труда. (з / п ОПР, тарифная ставка, ЕСН)
  - Бюджет потребности материалов или бюджет закупки, или снабжения (цена на материалы, валовый выпуск продукции, товарная продукция + / - незавершенное производство)
3. **Бюджет общепроизводственных расходов.** Амортизация, з / п цеховых мастеров, аренда помещений, энергия на технологические нужды ит.д.
4. **Бюджет цеховой себестоимости продукции.** Составляется в разрезе единицы продукции и в разрезе валовой продукции. Если ведется учет на основе системы директ хостинга, здесь позволительно характеризировать в разрезе переменной себестоимости, без распределения постоянных расходов.

5. **Бюджет коммерческих расходов.** Упаковка, комиссионные менеджера по продажам, транспортировка до потребителя и все маркетинговые мероприятия. Коммерческие расходы могут также в бюджете делиться по смыслу на переменные и постоянные

6. **Бюджет общехозяйственных расходов.**

7. **Бюджет прибыли и убытков** ~ за основу можно взять форму №2

Эти бюджеты относятся к операционным или бюджетам от основной деятельности. Если у предприятия есть расходы и доходы не только от основной деятельности, то такой бюджет будет носить характер финансового.

#### **Финансовые бюджеты:**

1. Бюджет капиталовложений (инвестиционный)
2. Бюджет движения денежных средств ~ форма №4.
3. Прогнозный баланс ~ форма №1

#### **Структура бюджета:**

Для каждого бюджета определяется ответственное подразделение и в уголке есть код подразделения. Каждый бюджет привязан к какому - то периоду планирования.

**Статьи бюджета** - это показатели, которые планируются.

**Статья бюджета характеризуют следующие атрибуты:**

1. Тип показателя
2. Способ расчета, т.е. формула
3. Валюта показателя

К статье бюджета может быть привязан внешний фактор:

**Внешний фактор - это:**

- Процент инфляции
- Риски
- Сезонные колебания

Статьи бюджета бывают фиксированные и расчетные

#### **Методики бюджетирования**

1. Бюджетирование снизу - вверх (характерно для сильно децентрализованных структур: диверсифицированных предприятий, холдингов. Методика релевантна при демократическом стиле управления)

2. Бюджетирование сверху - вниз (применяется в централизованных структурах, стиль управления – авторитарный, подразделения не имеют влияния на бюджеты)

3. Встречное планирование (сверху спускаются бюджеты, исходя из прошлой аналитики, на нижних уровнях управления делают пометки и исправления и опять отдают наверх, там бюджетный комитет утверждает бюджеты и снова спускает их вниз)

4. Бюджетирование на нулевой основе (была разработана в 60 - е годы для крупных корпораций, с 70 - х стало применяться для государственного управления; периодически пересматриваются мероприятия по инвестиционным проектам со сроком окупаемости более 3 - х лет). Плюсы такого подхода:

1) В случае повышенной неопределенности и хозяйственной нестабильности своевременно позволяет принимать решения о реструктуризации подразделений или даже отказываться от проекта. Если продолжение проекта оправдано, то по завершению каждого

года вносятся изменения, например, в технологию, состав поставщиков, конструкцию конечной продукции

2) Борьба с ведомственностью, т.е. улучшение контроля за децентрализованными проектами

### **Выводы**

В рамках данной статьи мной было проведено исследование особенностей бюджетирования и финансового планирования на предприятии, я пришла к следующим выводам:

В современных условиях предприятиям необходимо уделять значительное внимание финансовой составляющей своего бизнеса, и рассмотренные в статье методы бюджетирования должны входить в инструментарий любого современного предприятия. Их широкий выбор позволяет определиться с наиболее подходящими методами для каждого конкретного предприятия и его финансового состояния.

### **Список литературы**

1. БЮДЖЕТИРОВАНИЕ КАК ЭФФЕКТИВНАЯ СИСТЕМА ДЕЦЕНТРАЛИЗОВАННОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ Филимонова Н.Н. Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. 2015. № 8. С. 59 - 64.

© Завьялова Л. П., Филимонова Н.Н. 2019

**УДК - 33**

**Завьялова Л. П.**

студент АНО ВО «РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

РФ, г. Москва

**Филимонова Н.Н.**

канд. эконом. наук, доцент АНО ВО «РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

РФ, г. Москва

**Zavyalova Lidia**

student of Russian New University (RosNOU),

Russia, Moscow

**Filimonova Nadezda**

candidate of economic sciences, associate Professor Russian New University (RosNOU),

Russia, Moscow

## **КОНТРОЛЛИНГ РИСКОВ**

### **RISK CONTROLLING**

#### **АННОТАЦИЯ**

На современном предприятии большое значение уделяется определению, выявлению и контролю за возникающими и потенциальными рисками. Что же представляет из себя процесс контроллинга рисков? В данной статье будут определены ключевые понятия этого

процесса и исследованы современные методы управления риском. Сделаны выводы по необходимому инструментарию.

### **ABSTRACT**

At a modern enterprise, great importance is dealt to identifying and monitoring of emerging and potential risks. What is the process of risk controlling? This article will identify the key concepts of this process and explore modern methods of risk management. Conclusions are drawn on the modern enterprise risk controlling tools.

**Ключевые слова:** контроллинг, риск, предприятие, управленческий учет

**Keywords:** controlling, risk, corporate, management accounting

### **КОНТРОЛЛИНГ РИСКОВ**

На современном предприятии большое значение уделяется определению, выявлению и контролю за возникающими и потенциальными рисками. Что же представляет из себя процесс контроллинга рисков? Для начала следует определить, что представляет из себя понятие контроллинг.

Контроллинг – система поддержки управленческих решений на основе различных инструментов (методов и подходов). Существует несколько основных концепций контроллинга:

- Контроллинг = management accountment (управленческий учет)
- Контроллинг = реализация информационно - аналитической функции, специалист по контроллингу должен предоставлять агрегированную информацию руководству для принятия обоснованных решений. Постановка задачи для автоматизации предприятия (внедрения корпоративных информационных систем).
- Контроллинг выполняет функцию координации в рамках системы управления предприятием.

Далее следует перейти к понятию риск. В предпринимательском смысле под риском понимается вероятность поступления рискового события и величина возникшего вследствие этого финансового убытка.

$$R = (Q;P), \text{ где}$$

Q – вероятные убытки или доходы

P – вероятность риска

Проведем классификацию предприятий по отношению к рискам в соответствии со стратегиями конкуренции:

- Лидеры преследуют стратегию лидерства, например, это инновационная продукция или завоевание новых рынков. Возможны самые большие риски и самые большие доходы
- Последователи преследуют стратегию полузащиты. Это последователи, которые работают уже на освоенных рынках на более поздних стадиях жизненного цикла продукции, применяют уже хорошо отработанные технологии, но продукция еще не достигла фазы насыщения. Здесь средние риски и средние доходы при прочих равных
- Аутсайдеры преследуют стратегию аутсайдерства. Действуют на фазе насыщения или на более поздних стадиях жизненного цикла продукции. Подразумевается, что рисков меньше, но и доходы минимальны.

Классификация рисков:

- Деловые риски или риски внешней среды. На них сложно повлиять.
- Операционные риски. Риски, связанные с негативными событиями внутри предприятия. На них можно повлиять

- Риски контрагентов
- Рыночные риски связаны с изменениями цен и различных ставок на товарных, финансовых, фондовых рынках.

- Риски ликвидности, связаны с несогласованностью денежных потоков предприятия.

Определившись с основными понятиями и определениями, мы можем перейти к сути контроллинга рисков предприятия. Начнем с основных этапов контроллинга рисков:

### 1. Определение целевого уровня хозяйственного риска

При постановке целей предприятия собственники формируют требование менеджерам по допустимая сумма убытков от рисков. Уровень риска выражается в денежных единицах или в конкретных величинах, например, в рентабельности. Каждое рискованное решение должно пройти проверку начальством и получить разрешение.

### 2. Идентификация и анализ рисков предприятия

- Выявляются события, которые могут негативно повлиять на деятельность предприятия

- Выявляются условия, сопутствующие появлению этого события (факторы риска)

- Возможные сценарии рискованных событий (проводится сценарный анализ, используется метод теории графов, системный анализ, анализ диаграмм потоков; результат – карта рисков предприятия; потом ранжируют риски по значимости для предприятия на основе принципа Парето или ABC – анализа; потом экспертно определяются вероятности наступления рисков и связанные с ними убытки)

### 3. Оценка уровня риска

Оцениваются по факту потери. Они делятся на прямые и косвенные (упущенная выгода). Сопоставляются значения рисков по факту и плановые, найденные на предыдущих этапах. Потом выявляются объекты в наибольшей степени повышающие риски предприятия.

К объектам рисков относятся:

- Продукция
  - Работы
  - Услуги
  - Бизнес процессы
  - Подразделения
- ### 4. Реализация мероприятий в отношении рисков

Методы управления рисками:

- 1) Уклонение от рисков
- 2) Сокращение риска (либо уменьшение вероятности наступления рисков, либо уменьшение убытков от рисков)
- 3) Передача рисков (аутсорсинг, страхование)
- 4) Принятие риска

На этом этапе оценивается эффективность действий по отношению к снижению рисков. Назначаются ответственные лица за мероприятия.

### 5. Контроль

Связан с выполнением разработанных на предыдущем этапе мероприятий.

### 6. Учет и мониторинг рисков

## **Выводы**

В рамках данной статьи мной было проведено исследование особенностей контроллинга рисков предприятия, я пришла к следующим выводам:

В современных условиях предприятиям необходимо уделять значительное внимание определению, выявлению и контролю за возникающими и потенциальными рисками. Методы контроллинга рисков, описанные в статье, являются эффективным набором инструментов, «системой», которая позволяет классифицировать и описать все риски, провести их тщательную классификацию и сортировку, а также эффективно ими управлять.

## **Список литературы**

1. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РИСК - МЕНЕДЖМЕНТА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ Зайцев В.С., Филимонова Н.Н. В сборнике: Потенциал Российской экономики и инновационные пути его реализации Материалы международной научно - практической конференции студентов и аспирантов. В 2 томах. Редакторы В.А. Ковалев, А.И. Ковалев. 2019. С. 29 - 34.

2. ПРИМЕНЕНИЕ ЗАКОНА БЭНФОРДА В ПРАКТИКЕ УПРАВЛЕНИЯ КРЕДИТНЫМИ РИСКАМИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА Филимонова Н.Н., Заернюк В.М. В сборнике: Двадцать вторые апрельские экономические чтения Материалы международной научно - практической конференции . Под редакцией В.А. Ковалева, А.И. Ковалева. 2016. С. 230 - 234.

© Завьялова Л. П., Филимонова Н.Н. 2019

УДК 342. 92

**Зугумова А. А.**

**Научный руководитель Дадаева Б.Ш.**

Дагестанский государственный университет

г. Махачкала, РФ

E - mail:alzhana.ihlasova@bk.ru

## **РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ**

### ***Аннотация***

*В статье рассмотрена статистика бизнеса в интернете, также статистика по странам и в России.*

***Ключевые слова:*** статистика, бизнес в сети Интернет, интернет - магазины, малый бизнес.

### ***Annotation***

*The article discusses business statistics on the Internet, as well as statistics on countries and in Russia.*

***Keywords:*** statistics, online business, online shopping, small business.

Актуальность исследования данной темы заключается в том, что все больше предприятий работавших в режиме офлайн переходят в онлайн режим. На сегодняшний день любому предпринимателю необходимо понимать, что развивать и рекламировать свой бизнес гораздо выгоднее в сети. Это во многом зависит от экономии денежных средств и рабочей силы.

На данный момент из всех вновь созданных бизнесов через год выживают только 10 % от общего количества – в лучшем случае, это если владелец данного бизнеса не хочет вести свой бизнес в интернете, т.е. создавать странички на разных социальных сетях, создавать сайты и привлекать специалистов в сфере информационных технологий (ИТ).

Если же организация пережила этот период, то на следующий год останется только 5 - 10 % . Все это связано в первую очередь с тем, что пользователи предпочитают экономить время и деньги, ведь удобнее найти что - либо в интернете, чем часами искать это в городе.

Но существует и обратная сторона интернет - магазинов. Необходимо привлекать программистов, специалистов в сфере ИТ, PR менеджеров, поставщиков ИТ услуг и других.

Также с развитием интернет - коммерции отпадает надобность во многих специалистах, необходимых для традиционной продажи.

Высокие технологии легко заменяют не один десяток рабочих рук, а ключевых сотрудников понижают до уровня обслуживающего персонала.

Казалось бы, руководители PR - подразделений интернет - магазинов должны ликовать: работники - компьютеры не страдают от эмоциональных срывов, нуждаются не в мотивации и добром слове, а только в электричестве и оптоволоконном кабеле. Но технический прогресс не в силах заменить курьера. Как бы идеально ни была отлажена работа на техническом уровне, товар доставляет клиенту обычный человек. Для ИТ - бизнеса это чревато рисками. И минимизировать их невозможно: к сожалению, курьеров - роботов пока не существует.

Если оборот бизнеса за год вырастает вдвое и достигает \$1 млрд — это безусловный успех, который хочется как минимум закрепить. Однако как это сделать, если доходы зависят от людей, которые получают в среднем \$300 в месяц? В такой ситуации находятся руководители крупнейших российских интернет - магазинов, которые столкнулись с тем, что их высокотехнологичный бизнес зависит от того, как ведут себя с клиентом "живые витрины" — курьеры.

Оборот компании Ultra Electronics, которая продает через Интернет оптом и в розницу компьютерную, цифровую и бытовую технику, канцелярские принадлежности и мебель, растет почти на 100 % в год.

В России темпы роста интернет - коммерции составляют 50 % в год и такая динамика сохранится еще на протяжении 3—4 лет. Шопинг входит в категорию девяти самых популярных видов деятельности в Интернете, уступая поиску информации, скачиванию файлов, использованию программ для общения (ICQ) и участию в форумах.

Выгоднее всего развивать свой бизнес малому и среднему предприятию. С вложением малых средств можно получить большие выгоды от этих вложенных средств, зачастую это затраты на пиар и раскрутку сайта или же страничку в социальных сетях.

Статистика бизнеса позволяет выявить наиболее выгодные отрасли в электронной коммерции и определить, какой из направлений нуждается в развитии больше всего.

Общемировая статистика помогает определить в какой стране созданы наиболее благоприятные условия для предпринимательства в сети Интернет.

Данные представлены ниже в таблице:

Таблица 1

Статистика интернет - торговли в странах мира по годам 2013 - 2017гг. (%)

Страна	2013	2014	2015	2016	2017
Китай	78,5	63,8	43,3	34,4	29,4
Индонезия	71,3	45,1	37,2	26	22
Индия	34,9	31,5	30,3	24,5	20
Аргентина	63	24	18	12	10
Россия	19,4	20,2	23,4	23,9	26,4
Италия	16,8	15,3	13,5	12	10,6
Великобритания	16,3	14,2	12,2	9,2	8,2

Исходя из таблицы, можно сделать вывод, что интернет - торговля в России с каждым годом растет. Это хорошо отражается как на малых предприятиях, так и на крупных компаниях, которые успешно ведут свой бизнес в сети Интернет.

Статистика ассоциации европейского бизнеса показывает, что малый бизнес предприятий в сети Интернет в странах европейского союза развивается очень быстро. Онлайн бизнес за рубежом находится на более высоком уровне. Малый бизнес в Интернете в Европе по статистике составляет от 70 % до 90 % всех предприятий.

Анализируя вышеизложенное можно сделать вывод, что статистика бизнеса в России за последние 10 лет демонстрирует появление большего количества предприятий малого бизнеса в сети. Также статистика показывает, что за 5 лет количество предприятий увеличилось в среднем на 23 % . Статистика развития малого бизнеса отмечает положительную тенденцию в нашей стране.

#### Список использованной литературы.

1. Сайт RBC: <https://www.rbc.ru/economics/05/02/2019/5c5948c59a794758389cfd7>
2. Федеральная служба государственной статистики: <https://www.gks.ru/>
3. В. Кулагин, А. Сухаревски, Ю. Мефферт (2017) «Digital@Scale. Настольная книга по цифровизации бизнеса», 410 с.
4. В. Макович, М. Спиридонов (2019) «Стартап на миллиард. Пошаговое руководство по созданию диджитал - бизнеса», 190 с.

© Зугумова А. А. 2019

УДК - 33

**А.И. Иванова,**

студент 4 курса ПВГУС, г. Тольятти, РФ, E - mail: Anushkebi77745@mail.ru

**А.А. Новикова**

студент 4 курса ПВГУС, г. Тольятти, РФ, E - mail: Alina30109811@mail.ru

**Научный руководитель: И.М.Сафарова,** к.э.н., доцент ПВГУС, E - mail: spo@tolgas.ru

#### МАРКЕТИНГ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

##### Аннотация

Актуальность: тема маркетинга по продвижению туристических услуг в туризме достаточно актуальна в современном мире. Маркетинговые исследования являются крайне

необходимыми. Они требуют комплексного и детального подхода по продвижению туристических услуг. Но средства и силы, затраченные на проведение маркетингового исследования, при условии тщательной разработки и соблюдении всех необходимых правил, сполна окупаются и во многом определяют успешную работу фирмы.

**Цель:** выявить самые эффективные методы маркетинга для продвижения туристического продукта.

**Результат:** использование средства продвижения туристического продукта руководителями турфирмы.

**Вывод:** выявлены эффективные методы продвижения туристического продукта, которые позволяют компании занимать лидирующие позиции на рынке.

### **Ключевые слова**

Маркетинг, управление продажами, сегментирование рынка, туристические услуги, методы продвижения туристических услуг.

Российская туристическая индустрия с каждым годом включается в мировой рынок все более активно. Развитие малого бизнеса и создание рабочих мест как отрасль экономики стимулируется развитием туризма, оказывает стимулирующее воздействие на такие секторы экономики, связь, сфера услуг, как транспорт, торговля, строительство перераспределяет ресурсы между странами [1, с. 43].

Маркетинг - организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с выгодой для организации.

Маркетинг по продвижению туристических услуг включает в себя:

1. Управление продажами;
2. Сегментирование рынка.

Управление продажами - это комплексное, многоплановое понятие, к которому еще не сформировалось общепринятого подхода. Некоторые специалисты рассматривают его как вопрос управления, и прежде всего людьми, которые занимаются продажами (включая подбор персонала, обучение, его мотивацию и т.д.).

Разбивка рынка на четкие группы покупателей представляет собой сегментирование рынка, для каждой из которых могут потребоваться комплексы маркетинга и / или отдельные товары [4, с. 249]. Чаще всего для сегментации рынка используют социально - экономические критерии, такие как: возраст, уровень дохода, пол, профессия, образование, размер семьи и другие.

Все маркетинговые усилия должны быть направлены на формирование сильных и прочных предпочтений у потенциальных и действительных клиентов. Для этого турфирма должна учесть три основных момента:

- создание туристического продукта;
- взаимоотношения с клиентами;
- управление сбытом туристического продукта.

Данные пункты, являются неотъемлемой частью маркетинга по продвижению туристических услуг и способны удовлетворить желания клиента (см. табл. 1) [4, с. 153].

Таблица 1. Маркетинг по продвижению туристических услуг

Маркетинг по продвижению туристических услуг		
Взаимоотношения с клиентами	Создание туристического продукта	Управление сбытом туристического продукта
<p>1.Накопление, обработка и анализ статистических данных;</p> <p>2. Отчеты по структуре заказчиков, проведенным маркетинговым акциям, и т.д.;</p> <p>3.Сохранение полной истории взаимоотношений с партнерами и клиентами (история поездок и сотрудничества с каждым клиентом, история путешествия и т.д.);</p> <p>4.Создание механизма эффективного управления работой с агентами и партнерами (активность каждого агента и постоянное обновление цен от партнеров и т.д.);</p> <p>Проведение регулярных рассылок, каталогов и новостей, печать конвертов и стикеров.</p>	<p>1. Повышение качества работы менеджеров (отработка заявок от клиентов согласно установленному бизнес – процессу, повышение скорости оформления документов и калькуляции заказа; формирование визовых агентов, отслаивание их состояния и др.);</p> <p>2.Возможность формирования пакетных туров из вышеперечисленных услуг, описание услуг;</p> <p>Гибкий механизм ценообразования, включающий специальные предложения, формирование ценовых каталогов, возможность группового изменения, ограничение срока действия цен.</p>	<p>1. Аналитические данные по клиенту, механизм оформления заявок туристов; скидки клиентам, контакты, переговоры и звонки, автоматический расчет комиссионного вознаграждения;</p> <p>2. Механизм продажи страховок и авиабилетов;</p> <p>3. Отчет по эффективности источников рекламы и отчет по статистике продаж сотрудников и т.д.;</p> <p>4. Учет затрат и учет производства туристского продукта, формирование себестоимости туристского продукта;</p> <p>5. Учет реализации туристских путевок;</p> <p>6. Быстрый поиск информации по гостиницам и другим поставщикам услуг.</p>

Кроме сегментирования рынка и управления продажами существуют другие возможности, способные приносить реальный доход. Можно предложить также работу с такой категорией клиентов, как дети, подростки, люди предпенсионного возраста, с достаточным количеством свободного времени и невысоким доходом. Однако новым клиентам необходим новый турпродукт, разработка которого займет время, усилия и средства [3, с. 115].

Далее рассмотрим рекламу и поддержку продаж.

Реклама - направление в маркетинговых коммуникациях, в рамках которого производится распространение информации для привлечения внимания к объекту рекламирования с целью формирования или поддержания интереса к нему.

Реклама выполняет 6 основных функций:

- создаёт осведомлённость о товарах и брендах. Информация о брендах и товарах;
- формирует имидж бренда. Формирования имиджа бренда и товара;
- убеждает людей. Убеждение потенциальных покупателей в приобретении товаров;
- создаёт стимулы к совершению действий. На товары стимулируется спрос;
- обеспечивает напоминание. Обеспечение напоминания о необходимости приобретения товаров;
- подкрепляет прошлый опыт покупок. Подкрепление прошлого опыта покупок [5, с. 78].

Поддержка продаж - это предложение дополнительного мотива для покупки. Ее главное преимущество заключается в многообразии и гибкости методов. Чаще всего для продвижения турфирмами используются различные скидки:

- детские;
- скидки на праздники;
- групповые;
- семейные скидки;
- специальные (для тех, кто владеет купоном на скидку или для клиентов, которые приводят в фирму нового клиента);
- прочие [1, с. 76].

Далее рассмотрим различия между рекламой и поддержкой продаж (см. табл.2).

Таблица 2. Различия между рекламой и поддержкой продаж

Реклама	Поддержка продаж
По истечении времени создает имидж	Вызывает немедленное действие
Использует эмоциональное обращение	Использует рациональное обращение
Добавляет невидимую ценность продукту или услуге	Добавляет реальную ценность услуге или продукту
В создание прибыльности вносится умеренный вклад	В создание прибыльности вносит значительный вклад

В данной таблице были рассмотрены некоторые инструменты рекламы и поддержка продаж. Основные различия между ними, заключаются в их методах обращения и ценности, которые они добавляют продукту или услуге. В то время как реклама занимается созданием имиджа, и ей на это требуется время, поддержка продаж занимается стимулированием, ведущим к немедленному действию, предпочтительно - продаже. С другой стороны, они выполняют общие задачи, которые заключаются в увеличении количества потребителей и большем использовании турпродукта потребителями.

Существует огромное количество методов оценки эффективности мероприятий по продвижению туристических услуг.

1) Тесты на запоминание.

Они показывают, какие объявления лучше всего привлекают и удерживают внимание потребителей. Есть множество вариантов у такого теста. Можно провести телефонный опрос после первого дня показа рекламного ролика либо недельного или опрашивать на

улице случайных людей. В другом варианте теста набирают людей для просмотра определенной программы и связываются с ними на следующий день. Этот вариант сокращает время проведения опроса и снижает затраты на исследование.

Результаты теста анализируются с точки зрения того, какая часть опрошенного населения помнит рекламу, что именно из рекламного ролика запомнилось лучше всего и т.д. Обычно такие тесты проводятся в начале рекламной кампании для оценки самого рекламного ролика и силы его влияния на потребителя.

### 2) Подсчет непосредственного отклика.

Он выражается в подсчете количества звонков в турфирму и количества клиентов, обратившихся в турфирму после выхода рекламы в эфир. Эффекту рекламы прямо пропорционально процентное изменение количества потребителей. Необходимо при этом отслеживать изменения в составе потребителей, который может меняться под воздействием рекламы. Эти тесты не требуют особых усилий и денежных затрат и удобны для применения турфирмами.

### 3) Инновационные технологии.

Инструменты перевода туризма на инновационный путь: единое место покупки всех предложений; онлайн продажа предложений с сайта и соц. групп; онлайн - чат с туроператором; оплата услуги без участия менеджера.

Специфическим сочетанием стоимости, недостатков и преимуществ обладает каждый оценочный метод. Руководитель должен принять решение об использовании определенного метода или методов, которые помогут продвинуть туристический продукт на рынок услуг, тем самым показав высокий уровень компании [2, с. 167].

Благодаря своей эффективности в продвижении туристического продукта были выбраны данные методы. Для того, чтобы показать результативность данных методов были рассмотрены нескольких успешных туристических фирм, которые пользуются данными методами для продвижения туристического продукта. С помощью них компании показывают свою продуктивность и выходят на высокий уровень сферы услуг.

Далее рассмотрим использование методов оценки эффективности мероприятий по продвижению туристских услуг на примере конкретных турфирм:

1. Туристской информационный центр г. Казани (ТИЦ г. Казань): предоставляют свои услуги с 2007 года; наличие аккредитованного персонала; возможность покупки онлайн билетов; афиша мероприятий и туристические карты [6].

2. Coral Travel: с 1995 года представлен на рынке; работа по самым высоким мировым стандартам; клиентов Coral Travel за границей обслуживают собственные принимающие компании; внедрение туристских инновационных технологий [7].

3. Pegas Touristik: с 1995 года представлен на рынке; предлагает онлайн заказ билетов и туров по всему миру на регулярные рейсы как аккредитованный агент IATA; работает с ведущими авиакомпаниями России, такой как «АЭРОФЛОТ» [8].

Анализ использования методов оценки эффективности мероприятий по продвижению туристических услуг на исследуемых турфирмах представлен в табл. 3 [1, с. 85].

Таблица 3. Методы оценки эффективности мероприятий по продвижению туристических услуг на исследуемых турфирмах

Методы оценки эффективности мероприятий по продвижению туристических услуг	ТИЦ г. Казани (%)	Coral Travel (%)	Pegas Touristik (%)
1. Инновационные технологии	41	37	31
2. Подсчет непосредственного отклика	27	27	22
3. Тесты на запоминание	17	21	20
4. Печатные буклеты	8	8	15
5. Почтовая рассылка	7	7	12
Итого	100	100	100

Исходя из данных таблицы можно увидеть, что инновационные технологии занимают первое место и показывают высокую процентность среди туристических фирм, а это значит, что благодаря этому методу продажи на туристическом предприятии идут хорошо, и именно это дает возможность турфирмам занимать лидирующие места на рынках предоставления туристских услуг.

Таким образом, турфирмы, которые не могут позволить себе организацию отдела маркетинга или найма дипломированного маркетолога, могут использовать рассмотренные нами методы и ограничиться менеджерами, которые будут совмещать несколько задач в турфирме. Главная задача руководителя турфирмы и единая цель маркетинга заключается в том, чтобы подчинить все средства продвижения туристического продукта единой цели.

#### Список использованной литературы:

1. Анастасова Л. Дурович А. Маркетинговые исследования в туризме. - М.: Новое знание. 2005. - 381 с.;
2. Биржаков М.Б. Введение в туризм. Издание 5 - е. - СПб.: "Издательский дом Герда". 2006. - 293 с.;
3. Голубкова Е.Н. Маркетинговые коммуникации. - М.: Финпресс. 2000. - 258 с.;
4. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. - М.: Новое знание. 2005. - 364 с.;
5. Дурович А.П. Реклама в туризме: учебное пособие. 2 - е издание. - М.: Новое знание. 2005. - 359 с.;
6. Официальный сайт «ТИЦ г. Казань» [Электронный ресурс], режим доступа: <https://kazantravel.ru/> (Дата обращения: 11.10.2019);
7. Официальный сайт «Coral Travel» [Электронный ресурс], режим доступа: <https://www.coral.ru/> (Дата обращения: 12.10.2019);
8. Официальный сайт «Pegas Touristik» [Электронный ресурс], режим доступа: <https://pegast.ru/> (Дата обращения: 12.10.2019).

© А.И. Иванова, А.А. Новикова, 2019

## **ВЛИЯНИЕ МАТЕРИАЛЬНОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ СОТРУДНИКОВ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ НА СРЕДНЕЕ МАКСИМАЛЬНОЕ ВРЕМЯ ОЖИДАНИЯ ЗАЯВИТЕЛЕЙ В ОЧЕРЕДИ**

**Аннотация:** в статье предложена дифференцированная система оплаты труда сотрудников многофункциональных центров, основанная на бальной системе премирования. Объектом исследования выступает многофункциональный центр предоставления государственных и муниципальных услуг населению.

**Ключевые слова:** материальное стимулирование, премия, стимулирующие выплаты, заработная плата.

Материальное стимулирование — это комплекс материальных благ, получаемых или присваиваемых сотрудникам за индивидуальный или групповой вклад в результаты деятельности организации посредством профессионального труда, творческой деятельности и требуемых правил поведения.

Центральная роль в системе материального стимулирования труда принадлежит заработной плате. Она остается для подавляющего большинства трудящихся основным источником доходов, а значит, заработная плата и в перспективе будет наиболее мощным стимулом повышения результатов труда и организации в целом.

Зарплата сотрудников многофункциональных центров складывается из должностного оклада, суммы компенсационных выплат и суммы стимулирующих выплат.

В целях поощрения работников учреждения за выполненную работу устанавливаются выплаты стимулирующего характера:

1. Выплаты за интенсивность и высокие результаты работы, которые устанавливаются в зависимости от интенсивности, напряженности, трудоемкости работы
2. Выплаты за качество выполняемых работ, которые устанавливаются в процентном отношении к базовым окладам.
3. Ежемесячная выплата за высокие показатели работ.

Динамика средней заработной платы, в которую входит показатель ежемесячное стимулирование индексируется на 4 % в связи с распоряжением правительства РФ о ежегодной индексации.

Увеличение количества заявителей и количества предоставляемых услуг в многофункциональных центрах требует существенной реорганизации системы мотивации.

Слабая мотивация сотрудников учреждения сказывается на результатах деятельности организации в целом, например, такой показатель как среднее максимальное ожидание в очереди. По регламенту многофункциональных центров на обслуживание заявителя, обратившегося за предоставлением одной услуги сотруднику отводиться 30 минут. У каждого сотрудника создана учетная запись в программе «виртуальный пульт очереди», по

которой каждый начальник структурного подразделения может отследить среднее максимальное ожидание заявителей за предоставлением государственной или муниципальной услуги. На практике квалифицированному сотруднику хватает 15 - 20 минут, остальные 10 минут сотрудники могут не эффективно использовать рабочее время.

Для решения этой проблемы, необходимо внедрить дифференцированную систему оплаты труда в зависимости от количества принятых заявителей и вида предоставленной услуги.

Бальная система премирования будет эффективна только для сотрудников ведущих прием документов и консультацию заявителей. Каждой услуге должен присваиваться балл, который устанавливается в зависимости от ее сложности и время на предоставление. Например, используя балловую шкалу от 1 - 3, прием документов на предоставление услуги «государственный кадастровый учет и регистрация прав на объект недвижимости» будет оценен в 3 балла, прием документов на предоставление государственной услуги «установление федеральной социальной доплаты к пенсии» будет оценен в 1 балл.

Стоимость одного балла должна определяться из суммы премиальных выплат за квартал деленное на общее количество баллов, заработанных сотрудниками осуществляющих прием документов и консультацию заявителей.

Расчет премии сотрудника должен определяться из произведения стоимости одного балла и суммы заработанных баллов сотрудником.

Бальная система премирования должна применяться к сотруднику по результату работы за квартал с учетом ошибок допущенных сотрудником. Ошибки должны выявляться по результатам мониторинга органов или жалоб заявителей. Количество баллов, на которое производится уменьшение размера премии, определяется комиссией по рассмотрению допущенных ошибок в соответствии с критериями:

1 категория (5 % за каждую ошибку) - доступно исправление ошибки без повторного вызова заявителя;

2 категория (10 % за каждую ошибку) - исправление ошибки требует повторного вызова заявителя;

3 категория (20 % за каждую ошибку) - ошибка влечет потерю денежных средств для заявителя.

Бальная система оплаты труда будет служить стимулированию сотрудников к ответственному подходу к работе, повышению ее эффективности.

При применении бальной системы премирования в многофункциональных центрах сотрудники будут эффективно использовать свое рабочее время, и повышать уровень квалификации, следовательно, сократиться показатель среднего максимального ожидания в очереди.

### **Список используемой литературы:**

1. Форма положения о бальной системе премирования [электронный ресурс] - Режим доступа: [http:// docs.cntd.ru / document / 493728258](http://docs.cntd.ru/document/493728258) (дата обращения 25.11.2019).

2. Официальный сайт Областного государственного казенного учреждения «Многофункциональный центр [электронный ресурс] - Режим доступа: [https:// mfc44.ru](https://mfc44.ru) (дата обращения 25.11.2019)

3. Положение об оплате труда сотрудников государственных учреждений, подведомственных администрации г. Костромы [электронный ресурс] - Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&prevDoc=109026498&backlink=1&nd=109022096> (дата обращения 25.11.2019)

© В.А. Ильичева, 2019

УДК 330

**Исаева А.М.,**

Студент 4 курса ДГУ,

г.Махачкала, РФ.

**Научный руководитель:**

К.э.н. Дадаева Б.Ш.

## СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

**Аннотация:** *В статье описываются статистические данные, показывающие, что на современном этапе развития общества торговая деятельность играет важную роль в экономике и социальной жизни. Торговля - некая функция двух взаимосвязанных процессов и явлений: экономических и социальных. Современная торговля нуждается в эконометрических, статистических и социологических оценках.*

**Ключевые слова:** *торговля, товар, информационный рынок, электронная торговля, интернет - магазин, торговый - бизнес.*

Торговля представляет собой сложный процесс, который включает в себя экономическую, социальную и организационную составляющие. Развитие и совершенствование человеческой цивилизации не может обойтись без торговли. Она доводит продукт для потребления до конечного потребителя в условиях рынка и является заключительным этапом товарно - денежного обращения. Основная цель торговли в экономике заключается в том, чтобы извлечь прибыль, а с позиции социального аспекта ее рассматривают, как процесс удовлетворения потребностей клиентов. Сущность торговли заключается в обмене товаров, которые принадлежат продавцу, на деньги покупателя, собственника этих денег. Товар – это любая вещь, переходящая от одного лица к другому по договору купли - продажи. Он назначен для удовлетворения потребностей потребителя. Товар от момента создания до конечного потребления проходит большой путь, также он может неоднократно перепродаваться, приобретая дополнительные элементы, увеличивая его конечную стоимость. Данный процесс измеряется стоимостными показателями и является одним из основных характеристик торговой деятельности. Товар может быть представлен как информационный продукт, обладающий потребностями необходимые пользователю. Информационный продукт можно приобрести на информационном рынке, который представляет собой систему социально - экономических, правовых и организационных отношений по торговле информационными продуктами и услугами.

Спецификой современной торговой деятельности является широкое использование электронных платежных средств и электронной торговли. Электронная торговля – это торговля, который осуществляется с помощью информационных технологий, в особенности через интернет или интернет - магазины. Интернет - магазин – это специализированный сайт, который предлагает клиентам приобретать товар или услугу.

Торговля является важной составной частью экономики, где формируется и функционирует ее капитал, то есть денежные и материальные средства вложенные, в предприятия. Цель капитала заключается в продаже товара для превращения его в денежный капитал и в ходе этого процесса получить прибыль. Размер капитала определяет потенциальные возможности торговли.

Торговая сфера занимает почти пятую часть валовой добавленной стоимости, что говорит о важной роли торговли в экономической деятельности. В торговый процесс вовлечены миллионы участников – покупателей. Их совокупность включает все фактически проживающее население.

В результате экономической реформы сложилась самостоятельная сфера предпринимательской деятельности – торговый бизнес. Торговый бизнес – это деятельность торговых предприятий и организаций, а также индивидуальных предпринимателей, приносящая доход.

Торговля в России стала важнейшим видом предпринимательства. Она является быстро развивающимся сектором национальной экономики, затрагивающим интересы всех субъектов рыночных отношений: населения, производителей товарной продукции, государства и самой торговли.

Различают ряд секторов рынка: b2b – бизнес для бизнеса, взаимоотношение между коммерческими предприятиями, компаниями, сектор рынка ориентированный на оптовую торговлю; c2b – бизнес для потребителей, сектор ориентированный на конечного покупателя; g2b – правительство - бизнесу, осуществляют онлайн - взаимодействия исполнительной власти и торговых структур.

Развитие торговли отражает способности общества решать важнейшие социально - экономические проблемы. Она способна определять качество жизни населения, в котором населению необходимо существовать. Качество жизни представляет собой социологические оценки, способная удовлетворять потребности людей, как материальных, так и культурных, в том числе и тех, которые обеспечиваются за счет торговой деятельности.

Кроме того в торговой деятельности очень часто используют эконометрические и статистические показатели, которые позволяют рассчитать денежные доходы населения и их расходы, также выявляют риски торгового предприятия и так далее.

Статистический анализ торговой деятельности определяется с помощью использования показателя динамики расходов населения на покупку товаров за счет денежных доходов и сбережений потребителей, а процесс удовлетворения потребностей за счет темпов роста физического объема продажи товаров населению.

В России денежные доходы и расходы на покупку товаров и услуг за 2016 и 2017 год в млрд. рублей составляют:

Таблица 1. Состав и использование денежных доходов населения.

Денежные доходы	54118	55467
Денежные расходы и сбережения	54118	55467
Расходы на покупку товаров и оплату услуг	39530	41575

Исходя из данной таблицы можно сделать вывод, что с увеличением доходов населения, увеличиваются и расходы на приобретение товаров и плату услуг, соответственно происходит быстрое развитие торговой деятельности, при которой возрастают доходы производителей и продавцов, а покупатели удовлетворяют свои потребности.

#### Список использованной литературы:

1. Иванов Г.Г. Экономика торговли. Москва: Академия, 2012г. – [с.160].
2. А.Е. Суринов, Э.Ф. Баранов, Т.С. Безбородова, С.Н. Бобылев, Н.С. Бугакова, Л.М. Гохберг, Л.М. Григорьев, С.Н.Егоренко, В.В. Елизаров, В.Б. Житков, Ю.Н. Иванов, А.Л. Кевеш, А.Е. Косарев, К.Э. Лайкам, Т.М. Малева, И.Д. Масакова, В.Н. Нестеров, Г.К. Оксенойт, О.П. Рыбак, Б.Т. Рябушкин, М.А. Сабельникова, А.А. Татаринев, К.А. Тузов, А.В. Хорошилов. Россия в цифрах; Москва: Федеральная служба гос. Статистики, 2018г. [с.121].
3. К.Г. Скрипкин. Экономика информационных продуктов и услуг. Москва: МГУ, 2019г. [12, с. 14].
4. Калов З.А., Теуважуков Б.Д., Абазова М.В. Место торговой сферы экономики в системе рыночного хозяйствования / Успехи современного естествознания – 2008. – № 9. [35, с. 38].
5. Л.А.Леонидович. SEOnews [https: // www.seonews.ru / glossary / 1 / % d0 % b8 / ]; Электронная коммерция. М.: Интернет - сайт www.seonews.ru.

© Исаева А.М., 2019

УДК: 330

**Ишбулдина Д.А.**, студентка 4 курса,  
БГПУ им. М. Акмуллы, Уфа, E - mail:ishbuldinadiana@mail.ru  
**Научный руководитель: Лутфуллин Ю.Р.**, д.э.н., проф.,  
БГПУ им. М. Акмуллы, Уфа, E - mail: aen - ufa@mail.ru

## ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ

#### Аннотация

*В статье дается краткая характеристика современному пониманию финансовой грамотности. Рассматривается отечественный и зарубежный опыт формирования*

*финансовой грамотности. Анализируются проблемы и пути решения формирования финансовой грамотности у студентов СПО.*

### **Ключевые слова**

*Финансовая грамотность, культура финансового поведения, процесс формирования финансовой грамотности.*

Финансовая грамотность – это достаточный уровень знаний, умений и навыков, позволяющий принимать осознанные и правильные решения в различных областях управления финансами, таких как: инвестиции, сбережения, недвижимость, налоговое и пенсионное планирование, страхование.

Всемирный Банк определяет термин финансовой грамотности, как способность человека принимать обоснованные решения по использованию и управлению своими деньгами [2].

Финансовая грамотность также включает в себя углубленные знания таких финансовых понятий, как личное финансовое планирование, механизмы работы кредитных инструментов, сложные проценты, права потребителей, эффективные методы сбережения, а также понимание взаимосвязей между различными экономическими событиями и процессами.

В процессе формирования финансовой грамотности можно выделить 9 основных предметных областей:

- доходы и расходы;
- личные сбережения;
- финансовое планирование и бюджет;
- кредитование;
- страхование;
- инвестирование;
- риски и финансовая безопасность;
- защита прав потребителей;
- общие знания экономики и азы финансовой арифметики.

В свою очередь каждая из областей разделена на три составляющие:

- умение и поведение;
- знание и понимание;
- личные характеристики и установки.

Данная структура позволяет четко выявить знания учащихся, и может быть использована для формирования методик повышения финансовой грамотности.

Процесс формирования финансовой грамотности в России идет нелегко, что, по мнению исследователей, связано с тем, что в отличие от стран с развитой рыночной экономикой у нас нет достаточного количества предпосылок для ее развития.

Мировой опыт реализации проектов по финансовой грамотности показал, что все программы, направленные на повышение уровня финансовой грамотности, берут начало от государственных инициатив, потом вовлекаются общественные и частные организации. В большинстве стран одним из распространенных вариантов финансирования программ выступают центральные банки, например, в Польше, Чехии, Бельгии, Индонезии, Корее, Венгрии, Сербии. Второе по распространенности место занимают финансовые регуляторы, которые существуют в США, а также в Корее, Великобритании, Японии, Ирландии.

Вместе с тем спонсирование могут осуществлять и Министерства образования, образовательные организации, частные фонды и др. Следует отметить страны, где наиболее активен в финансировании частный сектор, при поддержке государственных и общественных инициатив – США, Словакия, Финляндия, Индонезия [1, с.80].

Процесс формирования финансовой грамотности интересует нас в контексте ее развития у студентов профессионального образования. Теоретический анализ показывает, что существуют следующие подходы к формированию финансовой грамотности у учащихся:

Так, В.А.Поляков и И.А.Сасова [4, с.28], В.Д.Попов [6, с.210], Л.Н.Пономарев [5, с.120], Р.В.Рывкина [7, с.135], утверждают о необходимости обеспечения системы образования, непрерывной экономической подготовкой, в результате которой будет обеспечено формирование финансовой грамотности у обучающихся. В.Ф.Любичева и В.М.Монахов поддерживают мнение А.С.Прутченкова, предлагающего идею опережающего экономического образования, когда обучение финансовой грамотности следует начинать с отдельной наиболее восприимчивой к ее принятию категории граждан - учащихся школ и колледжей [3, с.56].

Формирование финансовой грамотности у учащихся профессионального образования происходит при наличии определенных условий и предпосылок под влиянием различных факторов: объективных факторов и субъективных факторов.

В заключение можно сформулировать следующие основные проблемы в области формирования финансовой грамотности:

- неумение планировать сбережения на будущее время;
- неумение принимать финансовые решения в жизненных ситуациях, как результат принятие на себя неоправданных рисков, расходов;
- непонимание механизмов кредитования;
- отсутствие заинтересованности в получении знаний в области финансовой грамотности.

Обучение основам финансовой грамотности студентов профессионального образования является актуальным, так как это способствует развитию социализации, личности, формированию профессионального самоопределения. И в будущем выпускники:

- станут добросовестными налогоплательщиками, ответственными заемщиками, грамотными вкладчиками;
- будут умело ориентироваться в экономической ситуации государства;
- смогут принимать правильные решения в любой экономической ситуации.

### **Список использованной литературы**

1. Зеленцова, А.В. Повышение финансовой грамотности населения: международный опыт и российская практика / А.В. Зеленцова, Е.А. Блискавка, Д.Н. Демидов. — М., 2016. — 112 с.
2. Кодекс финансово грамотного человека [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://rostsberru.ru/about/>, доступ свободный. – (дата обращения: 25.11.2019).
3. Любичева В.Ф., Монахов В.М. Методологические основания формирования современной экономической культуры: Философские основания этики бизнеса. М., Новокузнецк: Изд - во ИПК, 2016. - 149 с.

4. Поляков В.А., Сасова И.А. Непрерывное экономическое образование молодежи // Педагогика. 2015. - 210 с.
5. Пономарёв Л.Н. и др. Экономическая культура: сущность, направления развития. - М.: Мысль, 2016. - 269 с.
6. Попов В.Д. Экономика плюс педагогика: Очерки об экономическом воспитании молодежи. М., 2016. - 340 с.
7. Рывкина Р.В. Между социализмом и рынком: судьба экономической культуры в России: Учеб. пособие для вузов. М.: Наука, 2015. - 240 с.

© Ишбулдина Д.А., 2019

**УДК 330**

**Р.А. Кенчешаов,**  
студент 3 курса СКФУ,  
г. Ставрополь, РФ  
e - mail: kenchshaov.raul@bk.ru  
**Научный руководитель: С.Б. Рудич,**  
канд. экон. наук, доцент СКФУ,  
г. Ставрополь, РФ  
e - mail: slavko82@yandex.ru

## **АНАЛИЗ СТИЛЕЙ РУКОВОДСТВА ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

### **Аннотация**

Важной и актуальной проблемой современного управления персоналом организаций является лидерство, как основа формирования эффективного стиля деятельности руководителя.

В процессе управленческой деятельности каждый руководитель выполняет свои обязанности в свойственном лишь ему стиле. Стиль руководства выражается в том, какими приемами руководитель побуждает коллектив к активному и эффективному подходу к выполнению возложенных на него обязанностей, как контролирует результаты деятельности подчиненных

### **Ключевые слова:**

стиль руководства, авторитарный стиль, кооперативный стиль, тренерский стиль, эффективность управления

Существуют различные концептуальные модели управления коллективом организации, каждая из которых пытается найти и обосновать механизм повышения эффективности деятельности персонала. На их основе рассматривают различные стили руководства. Рассмотрим некоторые из них.

Авторитарный стиль. Авторитарный стиль может быть эффективным при решении однообразных, рутинных задач. Этот стиль вполне оправдано применяется в случае

большого разрыва в уровне образования и компетентности руководителя и подчиненных, а также ориентации их преимущественно на материальную систему мотивации.

Эффективное использование авторитарного стиля требует от руководителя: высокой ответственности; строгого самоконтроля; широкого предвидения; развитой способности принятия решений; хороших организаторских качеств, способности проводить решения в жизнь и пр.

При этом подразумевается, что работник не проявляет инициативы, боится ответственности и желает, чтобы им руководили. Он может хорошо работать лишь при строгом контроле и достойном вознаграждении.

Для эффективности авторитарного стиля необходимо, соблюдение нескольких условий: признание подчиненными начальника единственной руководящей инстанцией и ориентир только на него и правильное восприятие подчиненными своего руководителя и строгое исполнение всех его распоряжений [1].

Авторитарный стиль имеет свои сильные стороны: делает возможным быстрое принятие решений и мобилизацию сотрудников на их осуществление, позволяет быстрее стабилизировать ситуацию в не сложившихся, конфликтных группах. Недостатки авторитарного стиля - ограничение возможностей мотивации, самостоятельности и развития подчиненных, а также опасность принятия ошибочных решений из-за субъективизма или чрезмерной перегруженности руководителя. При этом стиле руководства мотивация подчиненных существенно ограничивается тем, что руководитель социально отделяет себя от подчиненных, дает им малоинтересную работу и угрозой наказаний порождает у них страх. В такой ситуации у работников обычно формируется индифферентное, а то и вовсе негативное отношение к руководителю и предприятию в целом. Из-за чинимых начальником препятствий в получении полной и достоверной информации подчиненные вынуждены добывать ее неформальным путем, что часто ведет к ее искажению, распространению различного рода слухов и сплетен, негативно влияющих на атмосферу в коллективе.

Кооперативный стиль. В данном случае термин «кооперативный» точнее отражает суть этого стиля, чем слово «демократический», поскольку большинство современных деловых организаций в известном смысле авторитарны, предполагают однонаправленность руководства и не допускают свойственных демократии выборности руководителей и коллективного принципа принятия решений [2].

При кооперативном стиле руководства произведенная активность формируется в результате взаимодействия руководителя и подчиненных. Этот стиль может эффективно использоваться при решении задач творческого содержания. Он предполагает близость образовательного уровня начальника и подчиненных, а также преимущественно нематериальную мотивационную структуру сотрудников. Кооперативный стиль руководства имеет ряд отличительных, характерных черт таких как: взаимовлияние руководителя и сотрудников, которое предполагает отказ руководителя от исполнения части своих прав и обязанностей по принятию решений и передачу их членам группы, а также не только активное участие членов группы в принятии решений, но и их широкое повседневное сотрудничество, а также функциональная дифференциация ролей с учетом компетентности членов группы. Кооперативный стиль старается сочетать стремление всех

к выполнению общей задачи с рациональным распределением функций в зависимости от способностей работников.

Использование кооперативного стиля предъявляет к руководителю такие требования как: открытость, доверие к сотрудникам, ограничение личных привилегий, способность и желание делегировать полномочия и пр.

При кооперативном стиле сотрудники рассматриваются в качестве партнеров, которые могут решать текущие, дневные задания в основном самостоятельно. Для них характерны, как правило, высокий уровень профессиональной подготовки, знаний и опыта; выраженная потребность в самостоятельности; тяга к творчеству и личностному росту; интерес к работе; ориентация на перспективные жизненные и организационные цели; высокая значимость мнения о них коллег [2].

Преимущества кооперативного стиля заключаются в квалифицированных решениях, высокой мотивации сотрудников и разгрузке руководителя. Участие сотрудников в принятии решений и других общих делах повышает их мотивацию, что влечет за собой улучшение трудовых достижений. Этот стиль способствует развитию сотрудников. Однако его использование имеет и некоторые недостатки, связанные, прежде всего со сложностью обеспечения рассмотренных выше предпосылок, условий его эффективности. Кроме того, оно может замедлять процесс принятия решений.

К кооперативному стилю примыкает так называемый тренерский стиль (или кочинг - стиль, от английского «coaching» - тренерство, репетиторство). Он не предназначен для постоянного использования в коллективе, а скорее служит подготовке сотрудников для последующего использования кооперативного стиля. Тренерский стиль можно определить как систематическое (обычно длящееся много месяцев) выяснение руководителем сильных и слабых сторон сотрудника с целью научить его самостоятельно диагностировать и контролировать свое поведение, выявлять и устранять не только имеющиеся, но и возможные в будущем при решении новых задач недостатки, выбирать оптимальные образцы поведения [3]. Тренерский стиль также имеет ряд отличительных черт таких как: согласие подчиненного на использование руководителем по отношению к нему особого, репетиторского подхода; индивидуальный подход к сотруднику, хорошее знание его личных и деловых качеств, настроения и ожиданий; обеспечение устойчивой конструктивной обратной связи, как определения трудовых достижений, так и для выявления недостатков в работе и т.д.

Кроме того, использование тренерского стиля требует от руководителя наличия времени и соответствующей подготовки и позволяет сформировать у подчиненного способность к самоанализу и самоменеджменту, а также выработать у него готовность к решению трудных задач и получению выдающихся результатов.

Несмотря на то, что каждая из выше представленных концепций выбирает один из управленческих механизмов, общим для них является то, что они все направлены на поиск путей повышения качества и эффективности управления персоналом.

### **Список использованной литературы**

1. Шекшня С.В. Управление персоналом современной организации: учебное пособие. М.: ИНФРА, 2013. 311 с.

2. Спивак В.А. Личность и предприятие: факторы успешного взаимодействия (поведенческие основы управления персоналом): учебное пособие. СПб.: Питер, 2016. 426 с.
3. Травин В. В. Основы кадрового менеджмента: учебное пособие. М.: Дело, 2014. 310 с.

© Р.А. Кенчешаов, 2019

УДК 331.1

**Коваленко Е.В.**

магистрант 2 курса

Институт экономики и управления (СП)

ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»

г. Симферополь, РФ

**Научный руководитель: Верна В.В.**

к.э.н., доцент кафедры управления персоналом

Институт экономики и управления (СП)

ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»

г. Симферополь, РФ

## **ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА**

**Аннотация:** в статье рассмотрены особенности и современные принципы управления персоналом в малом бизнесе. Представлены типовые решения по совершенствованию системы управления персоналом, отвечающие современным требованиям.

**Ключевые слова:** персонал, управление персоналом, малое предприятие, профессиональная компетентность, обучение.

Развитие малого бизнеса на сегодняшний день, является одним из приоритетных направлений экономической политики Российской Федерации. Однако, попытки открыть свое дело, даже при определенной поддержке государства, могут не увенчаться успехом, ведь для успешной работы предприятия недостаточно лишь одной законодательной базы, установленной государством. В этом деле особое значение имеет обратная связь между руководством и подчиненными. Работники являются важной и неотъемлемой частью организации, поэтому для повышения продуктивности их использования требуется эффективная система управления персоналом.

За последние годы появилось большое количество новых подходов и методов в процессе управления персоналом. Несмотря на это, существующие научные исследования в этой области недостаточно раскрывают проблемы создания эффективной системы управления персоналом и ее функционирования в малых предприятиях. Недостаточная разработанность путей повышения эффективности управления персоналом в предприятиях малого бизнеса подтверждает актуальность данной темы исследования.

При рассмотрении данной проблемы в первую очередь необходимо обратить внимание на экономические показатели развития малого бизнеса в России. Динамика числа субъектов малого предпринимательства в России за период с 2016 – 2018 годы представлена на рисунке 1 [3].



Рис. 1. Динамика численности малых предприятий в РФ за 2016 - 2018 годы

Источник: разработано автором на основе [3]

По данным Федеральной службы государственной статистики в рассматриваемый период наблюдается отрицательная динамика роста количества субъектов малых и микро предприятий. Безусловно, одной из основных причин является рост дополнительной налоговой нагрузки на бизнес, но также немалое влияние оказывает неэффективная система управления. Одной из причин нестабильности и слабого развития малого бизнеса в России можно считать несоответствующую квалификационную подготовку кадров для потребностей этого сектора экономики.

В малом бизнесе доля профессиональных менеджеров совсем невелика. Лидеры новых компаний, как правило, приобретают опыт управления по мере развития бизнеса. А ведь специфика малого предприятия требует от руководителей высокой квалификации в управлении персоналом.

Характерные черты управления персоналом малого предприятия, которые относятся ко всем сферам деятельности и формам собственности организации, содержат ряд особенностей.

1. Комплексность деятельности сотрудников. В Трудовом кодексе РФ не оговаривается о каких - либо особенностях регламентации труда на малых предприятиях. В основном, оперативное управление обычно сконцентрировано в руках собственника, что влечет за собой отсутствие опыта делегирования полномочий. Эти факторы являются причиной частого отсутствия разграничения функций производственного и административного персонала в компаниях. Сотрудники выполняют не соответствующую их должности работу либо совмещают различные виды работ, что никак не отражается в оплате труда [1]. Из этого следует, что малым предприятиям больше нужны универсальные работники, нежели узкопрофильные. Но этот факт может быть и одной из сильных сторон малого бизнеса, так как выражается в свободе определения круга обязанностей и возможности к быстрым переменам.

2. Более высокая осведомленность сотрудников о деятельности компании. Невозможно скрыть от персонала какие - либо методики работы или взаимоотношения с клиентами и государственными органами. Такая информированность делает руководителя компании в какой - то степени зависимым от работника, вынуждая искать персонал из числа родственников либо по рекомендации проверенных лиц [4].

3. Фактическое отсутствие организационного обучения. Это происходит по причине неопределенности будущего развития предприятия, недостаточности финансовых ресурсов либо недооценивания потребности в обучении персонала.

4. Преимущество косвенного подтверждения профессиональной компетентности при кадровом отборе. На малых предприятиях рекомендации свидетельствуют о наличии у потенциального сотрудника знакомств с людьми, которые готовы поручиться за них. Соответственно, компания принимает работника, имеющего неформальные связи, которые в будущем могут быть полезны предприятию.

5. Завышенные требования к личностным характеристикам сотрудников. В небольшом коллективе малая вероятность того, что работник, чьи качества не соответствуют принятым нормам и ценностям, надолго задержится в компании.

6. Социальная незащищенность сотрудников. В предприятиях малого бизнеса чаще всего используются устные трудовые договоры, редко обеспечена охрана труда и зачастую распространены гибкие формы принуждения работников к выполнению своих трудовых обязанностей без оплаты больничных и ежегодных отпусков. У большей части малых предприятий нет коллективных договоров или профсоюзов, оказывающих влияние на руководство с целью защиты интересов работников. Единственным документом, регулирующим отношения между работниками и работодателем, является Трудовой кодекс РФ.

7. Существенное различие стартовых условий предприятий. У бывших государственных предприятий больше возможностей и средств для развития социально - бытовой сферы и обучения персонала, так как они уже были оснащены оборудованием, имели помещение и определенную систему хозяйственных связей. Тем не менее, тенденция традиционной организации труда не позволяет им гибко работать в рыночных условиях, что приводит к снижению прибыльности по сравнению с новыми предприятиями [4].

Чтобы повысить эффективность управления персоналом в современных условиях, нужно постоянно работать в этой области, что позволит оптимизировать организацию труда и развитие персонала для реализации целей компании и удовлетворения интересов персонала.

Необходимо выделить три ключевые задачи, решение которых поможет значительно усилить эффективность системы менеджмента на предприятии.

1. Установка требований к персоналу и их формализация путем разработки модели компетенций должностей. Делегирование полномочий и ответственности в системе управления является немаловажным шагом в ее разработке и внедрении. Данная модель компетенций даст возможность четко регламентировать требования к компетенции всего персонала организации. Это позволит увязать деятельность предприятия с компетентностью ее сотрудников, а также установит причинно - следственные связи между стратегическими целями организации и требованиями к персоналу [1].

2. Обучение и развитие персонала, его аттестация. Учитывая постоянное совершенствование технологий, работники также должны приобретать новые *знания* и профессионально *расти*. На сегодняшний день, функция обучения персонала не является планомерной и систематизированной. По большому счету процесс обучения представляет собой передачу опыта при устройстве на работу в неорганизованной форме наставничества. При отсутствии профессионального роста у работников нет мотивации к качественному труду. Поскольку число сотрудников на малых предприятиях невелико, систематическое обучение персонала в других городах будет дорого обходиться компании. В связи с этим, более рациональным вариантом является проведение онлайн - лекций, видео - тренингов и организация обучения на рабочем месте.

3. Обратная связь руководства с сотрудниками. Каждый работодатель хочет нормальных деловых отношений со своими работниками. Для этого необходимо постоянно поддерживать с ними деловое общение, мотивировать их, участвовать в решении проблем и разрешении конфликтов персонала [2].

Общение руководителя с подчиненными должно быть двусторонним процессом. Работодатель должен предоставить сотрудникам инструкции по работе, осведомить об изменениях условий, правил и процедур, связанных с производственным процессом и развитием компании. Но в то же время руководитель должен принимать во внимание предложения и жалобы работников, прислушиваться к их мнению. Данный коммуникационный процесс послужит выстраиванию нормальных деловых отношений между персоналом и работодателем, сплоченности и доверительных отношений с коллективом.

Таким образом, эффективность деятельности организаций зависит от того, насколько корректно проводится политика управления персоналом. Понимание важности человеческих ресурсов для компании и применение соответствующих инструментов будет способствовать повышению производительности труда без излишних затрат ресурсов для предприятий малого бизнеса.

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

1. Каштанова, Е.В. Основные проблемы в системе управления персоналом малого предприятия и пути их решения / Е.В. Каштанова, Р.В. Фролов // Журнал «Вестник университета». – 2015. – № 10. – С. 200 - 204

2. Мишина, Т.А. Пути совершенствования системы управления персоналом на малых предприятиях / Т.А. Мишина // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сб. ст. по мат. XLIV междунар. студ. науч. - практ. конф. – 2016. – № 7(44). – С. 59 - 63

3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/business/inst-preob/tab-mal\\_pr\\_m.htm](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/inst-preob/tab-mal_pr_m.htm) (дата обращения: 15.10.2019)

4. Федина, К.В. Особенности управления персоналом на малом предприятии / К.В. Федина // Экономика и менеджмент инновационных технологий – 2017. – № 8 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/2017/08/15180> (дата обращения: 16.10.2019).

© Е.В. Коваленко, В.В. Верна, 2019

**А.В. Корень**

канд. экон. наук, доцент ВГУЭС

г. Владивосток, Россия

E - mail: andrey.koren3@mail.ru

**В.Е. Бабий**

магистрант ВГУЭС

г. Владивосток, Россия

E - mail: veronika.evg923@gmail.com

## **АНАЛИЗ ПРИЧИН И ПОСЛЕДСТВИЙ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ НАЛОГОВЫХ РЕЖИМОВ**

### **Аннотация**

Использование специальных налоговых режимов на территории России позволяет привлечь в экономику страны иностранные инвестиции, создать рабочие места и обеспечить занятость населения, улучшить качество производимых товаров и услуг. Целью статьи является рассмотрение конструктивных и деструктивных последствий применения специальных налоговых режимов. Полученные результаты позволяют сделать вывод об эффективности данного вида налоговых льгот.

### **Ключевые слова:**

Специальные налоговые режимы, налоги, налогообложение, малый бизнес, упрощенная система налогообложения, налоговые льготы.

Грамотная налоговая политика, проводимая в отдельных регионах РФ, дает возможность создавать условия полной уплаты налогов, своевременного налогового платежа в целях развития экономики страны благодаря перераспределению финансовых ресурсов. Налоговая политика основывается под воздействием ряда факторов, к которым можно отнести денежно - кредитную политику государства, социально - экономическую ситуацию страны, законодательные аспекты и другое.

Ведь из - за безмерной централизации полномочий налогового органа на федеральном уровне происходит ограничение самостоятельности хозяйствующих субъектов в формировании ресурсной базы, которые необходимы для достижения целей производства. Поскольку не всегда учитываются особенности социально - экономического положения, специализацию рынка, а также уровень уже сформированного производственного потенциала региона. Отсюда следует вывод, что формирование устойчивого благоприятного налогового режима для различных по политическому и экономическому статусу территорий РФ является приоритетным направлением для налоговой политики региона.

Государство разрабатывает различные стимулирующие меры для развития и поддержки малого и среднего предпринимательства, в том числе связанные с налогообложением и ведением бухгалтерского учета. К таким мерам можно отнести возможность применения специальных режимов налогообложения. Специальный режим является устанавливаемым налоговым кодексом РФ федеральным налогом, не указанным в ст. 13 НК РФ (п. 7 ст. 12

НК РФ). Применение специальных режимов налогообложения дает право освобождать налогоплательщиков от уплаты отдельных налогов и сборов по всем уровням бюджетной системы РФ. Практика применения специальных налоговых режимов в России относительно небольшая.

- упрощенная система налогообложения для малых предприятий действует с 1995 года;
- в 1999 году был введен единый налог на вмененный доход, который первоначально действовал только на территории отдельных регионов;
- с 2004 года применяются система налогообложения при выполнении соглашения о разделе продукции, а также единый сельскохозяйственный налог;
- патентная система налогообложения действует с 2013 года.

Однако уже можно отметить ряд конструктивных и деструктивных последствий в ходе применения специальных налоговых режимов.

К конструктивным последствиям относят:

- упрощение налоговой и бухгалтерской отчетности, сокращение расходов на бухгалтерские услуги;
- стимулирование развития приоритетных сфер предпринимательской деятельности на основе снижения налоговой нагрузки;
- усиление прозрачности расчетов по единому налогу и сужение теневого оборота;
- упрощение процедур налогового администрирования и повышение собираемости налогов
- повышение инвестиционной активности, занятости и доходов населения в сфере малого бизнеса

Деструктивными последствиями можно признать:

- ограничение по продолжительности и периодичности налоговых проверок, затруднения в проверке отчетности;
- подмена одних видов финансово - хозяйственной деятельности другими, более выгодными видами для предпринимателей;
- установление жестких условий и ограничений для применения специальных режимов, содействующих разукрупнению организаций;
- упущенная выгода от сворачивания экономических отношений с организациями, имеющими право на налоговый вычет по налогу на добавленную стоимость;
- введение единых ставок без учета дифференциации регионов по уровню доходов и качеству жизни населения.

Создание благоприятных условий для инвестиционной активности, налогового стимулирования инвестиций в экономику страны, а также повышения предпринимательской деятельности в отдельных регионах является основной целью развития конкурентоспособной налоговой системы.

Для реализации данной цели соответствуют следующие функции: определение конкурентных преимуществ отдельных территорий, характеризующихся инвестиционным налоговым кредитованием, льготами налогообложения, налоговой нагрузки; равномерное распределение капитала и трудовых ресурсов регионов независимо от их уровня налоговых обязательств.

Стоит отметить, что государство регулярно недополучает в бюджет суммы данных льгот для реализации государственных программ. Однако именно использование такого рода

налоговых льгот на территории России позволяет привлечь в экономику страны иностранные инвестиции, создать рабочие места и обеспечить занятость населения, создать благоприятный политический режим, улучшить качество производимых товаров и услуг. Льготы налогового режима способствуют повторному вложению средств, полученных впоследствии инвестирования, а с помощью механизма их взаимодействия с региональной экономикой - и в хозяйственную деятельность на всей территории страны.

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

1. Бурцев А.В. Государственные меры поддержки и стимулирования бизнеса // Современные научные исследования и инновации. 2015. N 5 - 3. С. 36.
2. Корень А.В., Татуйко А.В. Налоговое регулирование территорий опережающего социально - экономического развития на Дальнем Востоке // Фундаментальные исследования. - 2015. - № 5 - 3. - С. 619.
3. Пансков В.Г. Стимулирование модернизации Российской экономики посредством налоговых механизмов // Экономика. Налоги. Право. 2017. № 1. С. 64 - 71.
4. Кормишкина Л.А. Благоприятный экономический климат как предпосылка безопасности и активизации инвестиционной деятельности в современной российской экономике // Фундаментальные исследования. 2015. N 5 - 3. С. 623.

© А.В. Корень, В.Е. Бабий 2019

**УДК 336.01**

**Д.М. Литовченко**

Студентка НИУ «БелГУ»

г. Белгород, РФ

E - mail: 1278439@bsu.edu.ru

**Научный руководитель: Б.В. Заливанский**

Доц. НИУ «БелГУ»

г. Белгород, РФ

E - mail: zalivansky@bsu.edu.ru

### **ФИНАНСОВАЯ ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ НА УРОВНЕ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ**

**Аннотация.** В статье рассматривается проблема материально - финансовой обеспеченности на уровне местного самоуправления и формирования доходов местных бюджетов за счет налоговых отчислений.

**Ключевые слова:** финансовая база, социально - экономическое развитие, местное самоуправление, муниципальное образование, местный бюджет, экономические ресурсы, муниципалитет.

Экономические ресурсы территории – это наиважнейшие составляющие экономической деятельности. Но на сегодняшнее время, данные экономические резервы территорий,

находящихся, в основном, на микроуровне, а именно на уровне местного самоуправления, становятся невидимыми для российских экономистов, хотя если рассматривать совокупный масштаб этих ресурсов, то можно увидеть, что он сравним с ресурсами финансовых рынков, производственных структур и финансовых институтов [4, с. 93].

Часто, когда дело касается расширения своей финансовой базы, у местного самоуправления возникает серьезная проблема, которая связана с финансовыми ресурсами: как на региональном, так и на федеральном уровнях, это влечет за собой значительное понижение имеющейся возможности для проведения земствами собственной политики, которая была бы направлена на полноценное развитие территорий. Развитие территорий возможно в следующих случаях:

Во - первых, политика муниципалитета должна быть направлена на развитие социальной сферы – что подразумевает материальное обеспечение больниц, детских садов и школ. Основной же целью является создание качественной среды, которая касается двух сегментов рынка: людей, которые непосредственно живут и работают на данной территории, и потенциальных жителей – так называемых, внешних покупателей места.

Во - вторых, немалую роль играет деятельность органов местного самоуправления, которая направлена на благоустройство территории муниципального образования. К вопросам местного значения поселения можно отнести: организацию благоустройства и озеленения территории поселения, организацию сбора и вывоза бытовых отходов и мусора (В соответствии с Федеральным законом №131 - ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 06 октября 2003 года в ст. ст. 14 - 16) [1].

Но для того, чтобы план развития территорий стал реализуем, нужна устойчивая экономическая основа. Основными бюджетобразующими доходными источниками в большинстве местных бюджетов являются налоги. Местные бюджеты могут несколько «обогатиться» практически лишь за счет местных налогов, из которых в Налоговом кодексе осталось только два: земельный налог и налог на имущество физических лиц. Нужно вспомнить, что основным налогом, который приносил значительные поступления в местный бюджет, являлся налог с продаж, но с недавнего времени он был отменен [3, с. 71 - 75].

Однако данные каналы поступления средств в местные бюджеты вовсе не гарантируют их достаточность для обеспечения бюджетной потребности, даже если учитывать сокращение расходных обязательств. Почти каждое муниципальное образование нуждается в необходимых ему финансовых средствах, которые может планировать и использовать. Но самостоятельное решение подобных вопросов муниципалитетами невозможно, ведь если судить о финансовой зависимости, то можно с полной уверенностью сказать, что нижестоящие уровни полностью зависят от властей вышестоящей ступени [2].

В связи с этим, на семинаре - совещании, который прошел 23 октября 2013 г. с главами российских городов, Президент России В.В. Путин, заявил что «у муниципалитетов недостаточно экономических стимулов» и поэтому правительству стоит рассмотреть вопрос о передаче некоторых полномочий формирования бюджета с федерального уровня на муниципальный.

Однако, эти полномочия касаются лишь вопросов установления и регулирования местных налогов и сборов, которые предусмотрены федеральным законодательством. На самом же деле это означает, что полномочия местного самоуправления распространяются не более чем на одну пятую часть доходов, которые могут быть собраны на его территории.

По моему мнению, местное самоуправление в некоторой степени можно назвать самостоятельной отраслью управления, так как оно строится на основе принципа ответственности, так почему же нельзя наделить его возможностью самостоятельного планирования, формирования и распределения местного бюджета, средства которого будут направлены, в первую, на удовлетворение потребностей местного общества?

Таким образом, в центре была и остается проблема материально - финансовых ресурсов местной власти.

Я считаю, что для того, чтобы средств для решения финансовых вопросов местного значения было достаточно, нужно обеспечить перераспределение средств из вышестоящего бюджета и произвести выравнивание бюджетной обеспеченности, также провести всеобъемлющий контроль, который будет направлен на выявление обоснованности финансирования мероприятий, также на правильную расстановку приоритетов в муниципальной деятельности и на сам процесс формирования расходной части бюджета, так как местные финансы занимают значимое место в экономике страны. Они оказывают огромное влияние на социально - экономическое развитие, финансовую безопасность, финансовую стабильность развития экономики в целом, а также общее благосостояние населения.

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

1. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации: Федеральный закон от 06.10.2003 №131 - ФЗ (ред. от 01.05.2019) [Электронный ресурс] // Режим доступа: справочно - правовая система «Консультант Плюс».
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146 - ФЗ (ред. от 29.09.2019, с изм. от 31.10.2019) [Электронный ресурс] // Режим доступа: справочно - правовая система «Консультант Плюс».
3. Кушубакова Б.К. О методах прогнозирования доходов бюджета // Экономика и управление. 2000. № 3. С. 71–75.
4. Поляк Г.Б. Территориальные финансы. М., 2003. 93 с.

© Д.М. Литовченко 2019

**УДК 336.221**

**Н.В. Лихолетова**

канд. экон. наук, доцент кафедры Экономики и менеджмента  
ФГБОУ ВО Донской государственной аграрный университет  
п. Персиановский, Октябрьский район, Ростовская область

**N. V. Likholetova**

### **САМОЗАНЯТОЕ НАСЕЛЕНИЕ КАК НОВЫЙ ИСТОЧНИК ДОХОДА В БЮДЖЕТ ГОСУДАРСТВА**

#### **SELF - EMPLOYED POPULATION AS A NEW SOURCE OF INCOME TO THE STATE BUDGET**

**Аннотация:** Актуальным на сегодняшний день является рассмотрение вопроса о самозанятом населении и его налогообложении, поскольку это является важным

направлением легализации доходов населения. Для государства это новый источник для пополнения бюджета

**Ключевые слова:** население, самозанятые, доход, налог, система налогообложения, бюджет

**Abstract:** It is relevant today to consider the issue of self - employed people and their taxation, as this is an important area of legalization of income. For the state it is a new source for replenishment of the budget

**Keywords:** population, self - employed, income, tax, tax system, budget

В России с 2019 года начал действовать новый налог – для самозанятых граждан. Налоговый эксперимент продлится 10 лет, а после власти планируют распространить этот опыт на всю страну. Следует отметить, что ранее законодатель уже предпринимал попытки по выводу из тени неучтенных доходов. И термин «самозанятые» используется с 2017 года. Ранее его применяли только по отношению к гражданам, которые оказывают услуги физическим лицам для личных нужд. Это – репетиторы, няни, помощники по хозяйству. Таким лицам при условии уведомления налоговых органов о том, что они занимаются оказанием соответствующих услуг, предоставляются налоговые каникулы в виде невзымания налога на доходы физических лиц за период с начала 2017 по конец 2019 года.

На сегодняшний день деятельность самозанятых граждан регулируется двумя документами:

1. Федеральным законом от 27.11.2018 №422 - ФЗ «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» в городе федерального значения Москве, в Московской и Калужской областях, а также в Республике Татарстан (Татарстан)». Именно в этом Законе прописаны основные положения по применению новой системы налогообложения.

2. Налоговым кодексом РФ. Налог на профессиональный доход отнесен к специальным налоговым режимам (в порядке эксперимента) (подп. 6 п. 2 ст. 18 НК РФ).

Стать самозанятым может гражданин России или гражданин государства – участника ЕАЭС (Белоруссии, Казахстана, Киргизии, Армении). Работать надо только самостоятельно, при этом режиме налогообложения ни у физического лица, ни у индивидуального предпринимателя не может быть работников.

Под категорию «самозанятый» подпадает тот, кто:

- сдает в аренду собственное жилье;
- торгует изделиями ручной работы на рынке или в Сети;
- выпекает на заказ кондитерские изделия или готовит бизнес - ланчи для офисных работников;
- занимается репетиторством;
- осуществляет ремонт;
- перевозит грузы и занимается частным извозом пассажиров;
- нянчит детей за определенную плату.

Самозанятые граждане не платят с полученных доходов налог на доходы физических лиц. Вместо него уплачивается налог на профессиональный доход. При этом установлены две налоговые ставки [2]:

- 4 % – в отношении доходов, полученных от физических лиц;
- 6 % – в отношении доходов, полученных от организаций и индивидуальных предпринимателей.

Чтобы стать самозанятым, надо зарегистрироваться в качестве налогоплательщика налога на профессиональный доход. Существуют ограничения по размеру дохода для возможности применения данной системы налогообложения. На сегодняшний день это 2,4 млн руб. в год. Налоговую декларацию представлять не требуется.

Самозанятым не требуется применять кассовые аппараты. При этом чеки при получении денег от покупателей формировать все равно придется. Для этого надо будет использовать мобильное приложение «Мой налог».

В приложении «Мой налог» также автоматически будет рассчитываться сумма подлежащего уплате налога. Если к приложению «привязать» банковскую карточку, то налоговый орган будет самостоятельно списывать сумму налога.

В заключении следует отметить, что новый налог может существенно пополнить государственную казну, так как в России около 15 миллионов граждан работают на себя. С 1 июля 2020 года налог введут по всей России.

### **Список использованной литературы:**

1. Лихолетова Н.В. Сравнительный анализ налога на самозанятость в зарубежных странах и России [Текст] / Н.В. Лихолетова // Сборник статей Международной научно - практической конференции «Инновации как инструмент развития и модернизации экономики» (Казань, 26.11.2019 г.). – Sterlitamak: АМИ, 2019.

2. Налог для самозанятых: плюсы и минусы [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://www.sberbank.ru/ru/s\\_m\\_business/pro\\_business/novyj-nalog-dlya-samozanyatyh-plyusy-i-minusy](https://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/pro_business/novyj-nalog-dlya-samozanyatyh-plyusy-i-minusy) / (дата обращения 20.11.2019)

© Н.В. Лихолетова, 2019

УДК 33

**Локтионова М.А.**  
канд.экон.наук, ИДНК  
г.Ставрополь  
stav2682@mail.ru

## **ОЦЕНКА МЕТОДОВ ФОРМИРОВАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИЙ**

### **Аннотация**

В научной статье ставится цель определить особенности формирования финансового потенциала коммерческих организаций с помощью методологии, которая наилучшим образом отражает оценку финансового потенциала коммерческих организаций.

### **Ключевые слова**

Методы оценки финансового потенциала, ресурсы, заемные средства, финансовая стратегия, инвестирования активов.

Основной задачей оперативного и стратегического финансового менеджмента организации является использование наиболее обоснованных и точных методов, приемов и

инструментов для оценки ее финансового потенциала в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе. Информационная база оценки финансового потенциала организаций – их финансовая отчетность, отражающая, как отмечает Б. Райан, отражает потенциал и эффективный контроль ресурсов используемых для использования таких возможностей.

Зарубежная практика выделяет подходы к оценке финансового потенциала организаций в сфере независимых школ.

Школа аналитиков, которая прогнозирует потенциальное банкротство организаций, оценивает финансовый потенциал на основе отдельных экономико - математических моделей, разрабатывает финансовые стратегии их развития. Например, модель Z - Z - счет Альтмана отражает высокую точность, а недостаток информации ограничивает ее реализацию:

$$Z = -0,3877 - 1,0736 \times Kml + 0,579 \times BK / П$$

где  $Kml$  – текущая ликвидность;

$BK$  – внешний капитал;

$П$  – пассив.

При  $Z = 0$  вероятность банкротства = 50 %,  $Z < 0$  вероятность банкротства < 50 %,  $Z > 0$  вероятность банкротства > 50 % и т. д.

Продолжающаяся практика финансового менеджмента показывает, что Р. Н. Холт рекомендует проводить объективную оценку финансовых возможностей субъектов, которые являются не достаточными для оценки финансовой устойчивости: удельный вес заемных средств / акционерного капитала в пассивах, заемных средств / долгосрочной задолженности в капитале, финансовая структура капитала.

Рекомендуется использовать все методы для развития и использования финансового потенциала организаций. Их необходимо разделить на общие и специальные. Одной из основных характеристик всех методов оценки потенциальных показателей является «основной уровень», по которому устанавливается качественное значение фактической величины с учетом целевой направленности оценки. Аспекты финансового потенциала организаций в количественном и качественном аспектах должны быть связаны [1, с 19].

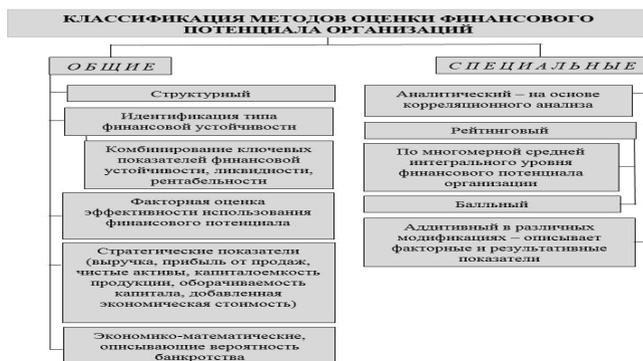


Рисунок 1 – Общие и специальные методы оценки финансового потенциала организаций в системе финансового менеджмента (составлен автором)

Общую оценку финансового потенциала организаций следует начинать со структурного метода, определяющего соотношение источников формирования их финансового потенциала в общей его величине.

Так как уровень финансового потенциала организации зависит от количества и качества ресурсов, его целесообразно оценивать пошагово, определяя финансовую устойчивость (таблица 1):

Необходимо отметить, что в российском и зарубежном финансовом менеджменте, как правило, стратегия формирования финансового потенциала организаций определяется в составе их финансовой стратегии развития.

Таблица 1 – Оценка финансового потенциала организаций по идентификации типа их финансовой устойчивости

Источники финансового потенциала	Модель идентификации типа финансовой устойчивости	Характеристика типа финансового потенциала	
	$ФП = (1,1,1):$	Высокий финансовый потенциал –	
Собственные	$СИФП \geq 0$	обеспеченность собственными источниками высокая,	
	$СДИФП \geq 0$	высокая платежеспособность.	
	$ОИФП \geq 0$	Средний финансовый потенциал –	
	$ФП = (0,1,1):$		
Собственные и заемные долгосрочные	$СИФП$	0	обеспеченность собственными источниками средняя,
	$СДИФП \geq 0$		организация платежеспособна
	$ОИФП \geq 0$		Низкий финансовый потенциал –
	$ФП = (0,0,1):$		
Собственные, заемные, долгосрочные, краткосрочные	$СИФП$	0	удовлетворительная обеспеченность
	$СДИФП$	0	собственными источниками,
	$ОИФП \geq 0$		предкризисное состояние.
	$ФП = (0,0,0):$		
Недостаток / отсутствие источников	$СИФП$	0	полная неплатежеспособность,
	$СДИФП$	0	кризис
	$ОИФП$	0	

И. В. Иванов, В. В. Баранов финансовую стратегию организаций характеризует детальной концепцией сбора и использования финансовых ресурсов, включающей определенные механизмы формирования желаемого размера финансирования различными источниками, а и эффективного инвестирования в активы.

В частности, сочетает в себе оценку финансовых различий организаций с достижением стратегических целей развития Н.А.Сорокина, выделяя следующие стратегические показатели: доходы, прибыль от продаж, чистые активы, прирост капитала, оборачиваемость капитала

П. В. Комарецкая рекомендует методы оценки эффективности использования финансовых ресурсов организаций, описания структуры капитала ресурсов по источникам

его образования и размещения, интенсивности использования, платежеспособности и кредитоспособности, резерва финансовой устойчивости.

Рассматривая специальные методы, используемые для оценки финансового потенциала организаций, следует уточнить, что аналитический метод основан на корреляционном анализе и должен определяться последовательно:

– показатель с наибольшим значением для оценки финансового потенциала с учетом интегрированной оценки совокупности коэффициентов, отражающих многостороннее развитие основ функционирования источников формирования;

- аналитическая зависимость между значимым показателем и другими коэффициентами оценки финансового потенциала;

- финансовый потенциал;

Простота, правильность расчетов показывают преимущества аналитического метода оценки финансового потенциала организаций, а также концентрацию на одном важном показателе без конкретного определения значения финансового потенциала, исключая количественную предпочтительность оценки интегрируют его недостатки.

Таким образом, на основе оценки методов формирования и использования финансового потенциала организаций, методологические разработки в области оценки проблем отечественных и зарубежных ученых носят системный характер, что позволило аргументировать предпочтение выбора комплексных оценок.

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

1. Локтионова, М. А. Оценка прибыльных и убыточных коммерческих корпоративных организаций с позиции формирования их финансового потенциала / М. А. Локтионова // Scientific achievements of the third millennium : collection of scientific papers, on materials of the VI international scientific - practical conference. – Pub. SPC «LJournal». – Chicago, 2017. – Part 1. – С. 19 – 20

© Локтионова М.А. 2019

**УДК: 339.16.012.23**

**Лядова М.А.**

студентка 4 курса ФГБОУ ВО «НГУЭУ»,

РФ, г. Новосибирск

E - mail: masha - nsk1@yandex.ru

**Научный руководитель: Белозерцева И.Б.**

канд. экон. наук, доцент ФГБОУ ВО «НГУЭУ»,

РФ, г. Новосибирск

E - mail: i.b.belozerceva@edu.nsuem.ru

### **ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО И НАЛОГОВОГО УЧЕТА ТОВАРОВ В ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ**

**Аннотация:** в данной статье будут даны понятия торговли, товара и торговой наценки, рассмотрены ключевые отличия в формировании себестоимости товаров в бухгалтерском и налоговом учете, а также приведены типовые бухгалтерские проводки, которые отражают операции по учету товаров.

**Ключевые слова:** торговля, товар, торговая наценка, бухгалтерский учет, налоговый учет, продажная цена, покупная цена.

Неотъемлемым элементом структуры рыночной экономики, который оказывает существенное влияние на ее эффективность, который стимулирует производство и задает ему определенное направление, является торговля.

Торговля – это деятельность, направленная на осуществление купли - продажи и обмена товаров, обслуживание покупателей, доставку, хранение и подготовку товаров к продаже.

Как правило, торговая деятельность осуществляется в сферах розничной и оптовой торговли.

Одним из основных объектов учета в торговле является товар.

В бухгалтерском учете к товарам относится не все, что продается, а лишь только те материальные ценности, которые были приобретены организацией непосредственно с целью их дальнейшей перепродажи.

Для целей налогообложения товаром признается любое имущество, реализуемое, либо предназначенное для реализации [1]. То есть, все, что организация продает или имеет возможность продать, налоговое законодательство расценивает как товар.

Существует четыре способа поступления товаров в организацию:

- приобретение за плату (в том числе, с привлечением заемных средств, по договору мены и т.д.);

- безвозмездное получение;

- внесение в качестве вклада в уставный капитал;

- выявление излишков при инвентаризации имущества.

Самым распространенным способом поступления является приобретение товара за плату по договору купли - продажи.

Товары являются частью материально - производственных запасов, поэтому в соответствии с ПБУ 5 / 01 «Учет материально - производственных запасов» они приходятся по фактической себестоимости, в которую включаются:

- стоимость товаров по договорным ценам;

- транспортно - заготовительные расходы;

- расходы, необходимые для доведения товаров до состояния, в котором они будут пригодны к использованию.

Для целей налогообложения в стоимости товаров учитывается лишь их стоимость по договорным ценам.

Как в бухгалтерском, так и в налоговом учете стоимостью товаров по договорным ценам является сумма оплаты непосредственно за товары, которая установлена соглашением сторон в договоре [1].

Для оприходования приобретенных товаров согласно Плану счетов бухгалтерского учета финансово - хозяйственной деятельности организаций используется счет 41 «Товары».

Необходимо отметить, что организации, осуществляющие розничную торговлю, ведут учет товаров по продажным ценам с отдельным учетом скидок (накидок), а организации, осуществляющие оптовую торговлю, учитывают товары по покупным ценам.

Продажная цена – это цена, которая включает в себя покупную цену и торговую наценку.

Покупная цена – это цена приобретения, которая включает договорную цену (без НДС и акциза по подакцизным товарам) и дополнительные расходы поставщика, связанные с доставкой товара [3].

Для целей налогообложения учет товаров ведется только по покупным ценам, независимо от способа их реализации.

При осуществлении учета товарных операций необходимо обеспечить надлежащий контроль за своевременным и полным поступлением товаров, за их правильным оприходованием, а также за правильным оформлением сопроводительных документов.

Документами, на основании которых выполняются записи в бухгалтерских регистрах, являются следующие: договор, накладная, счет, счет - фактура, платежно - расчетные документы. По каждому документу, который был включен в товарный отчет, составляются бухгалтерские проводки, отражающие поступление товаров и в дальнейшем фиксируются в учетных регистрах по счету 41 «Товары».

На основании составленных первичных учетных документов делаются записи на счетах бухгалтерского учета об оприходовании товаров: Д - т сч. 41 «Товары», К - т сч. 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» (стоимость товаров по документам поставщика, без учета НДС); Д, т сч. 19 «Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям», К - т сч. 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» (сумма НДС подлежащего уплате поставщику).

Помимо этого, к данным записям могут быть сделаны проводки, отражающие дополнительные расходы, связанные с приобретением товаров и включаемые в их балансовую стоимость: Д - т сч. 41, К - т сч. 60 – отражены расходы, связанные с приобретением товаров (без учета НДС); Д - т сч. 19, К - т сч. 60 (сумма НДС, подлежащего уплате по расходам, связанным с приобретением товаров).

Для целей налогообложения дополнительные расходы в стоимости покупных товаров не учитываются [1].

Организацией, которая осуществляет розничную торговлю, помимо вышеперечисленных проводок может быть сделана запись, отражающая начисление торговой наценки: Д - т сч. 41, К - т сч. 42 «Торговая наценка» (отражена сумма торговой наценки).

Торговая наценка – это разница между продажной ценой с учетом НДС и покупной ценой без учета НДС.

Для целей налогообложения начисление торговой наценки не производится.

Типовые операции по поступлению товаров могут осуществляться с использованием счета 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей» и счета 16 «Отклонение в стоимости материальных ценностей».

Рассмотрим подробнее отражение операций без использования 15 и 16 счета.

После получения бухгалтерией всех необходимых документов, а именно товарно - транспортных накладных, приходных ордеров со склада, поступление товаров будет отражено проводкой: Д - т сч. 41, К - т сч. 60.

Далее будут сделаны проводки, связанные с налогом на добавленную стоимость по приобретенным ценностям:

- Д - т сч. 19, К - т сч. 60 – отражен НДС по приобретенным товарам;

- Д - т сч. 68 «Расчеты по налогам и сборам», К - т сч. 19 – принят к вычету НДС по оприходованным товарам.

Данные проводки могут быть сделаны только в том случае, если от поставщика на дату получения товара получены расчетные документы (счет и счет - фактура) и, если в товарно - транспортной накладной выделен НДС. Если же расчетные документы не были получены от поставщика, то организация не имеет права производить самостоятельное начисление налога.

В случае если организация ведет учет по продажным ценам, то дополнительно к вышеперечисленным проводкам делается запись, отражающая сумму начисленной торговой наценки: Д - т сч. 41, К - т сч. 42.

Сумма начисленной торговой наценки должна:

- покрывать издержки на продажу;
- включать в себя сумму НДС, подлежащую получению от покупателя;
- включать определенный процент прибыли от реализации.

После получения товара и всех необходимых документов от поставщика производится оплата задолженности, которая отражается проводкой: Д - т сч. 60, К - т сч. 50 «Касса» (51 «Расчетные счета»).

Теперь рассмотрим отражение операций с использованием 15 и 16 счета.

Первым делом отражается поступление расчетных документов от поставщика на приобретенный товар проводкой: Д - т сч. 15, К - т сч. 60.

Далее принимаются к учету поступившие товары (соответствующие по качеству образцам): Д - т сч. 41, К - т сч. 15.

Затем отражается сумма НДС по приобретенной партии товара: Д - т сч. 19, К - т сч. 60; Д - т сч. 68, К - т сч. 19. Как уже отмечалось ранее, данные проводки могут быть сделаны, только если от поставщика получены расчетные документы, в первую очередь счет - фактура.

Если поступившая партия товаров или часть поступившей партии товаров не соответствует надлежащему качеству, то стоимость товара, забракованного при приемке, будет отражена проводкой: Д - т сч. 94 «Недостачи и потери от порчи ценностей», К - т сч. 15. После, забракованная партия товара будет принята на забалансовый счет 002 «Товарно - материальные ценности, принятые на ответственное хранение».

Как и в первом случае (без использования 15 и 16 счета), если организация ведет учет по продажным ценам, то будет сделана запись о сумме начисленной торговой наценки: Д - т сч. 41, К - т сч. 42, а если ведет учет по покупным ценам, то независимо от того, ведется учет с использованием 15 и 16 счета или без их использования, проводка по начислению торговой наценки делаться не будет.

После получения товара и всех необходимых документов от поставщика производится оплата задолженности, которая отражается проводкой: Д - т сч. 60, К - т сч. 50 «Касса» (51 «Расчетные счета»).

Заключительным этапом делается проводка: Д - т сч. 16 (15), К - т сч. 15 (16), которая отражает сумму отклонений в стоимости товаров после проверки по качеству. Сумма отклонений представляет собой разницу между фактической себестоимостью товаров и их стоимостью в учетных ценах (цена, по которой товар учитывают на бухгалтерских счетах). Если учетная цена превышает фактическую себестоимость, то делается проводка: Д - т сч. 15, К - т сч. 16 (экономия), если фактическая себестоимость превышает учетную цену, то делается проводка: Д - т сч. 16, К - т сч. 15 (перерасход). В последующем, разницы в стоимости материально - производственных запасов, накопленные на счете 16,

списываются в дебет счетов учета затрат на производство (расходов на продажу) или других соответствующих счетов.

Обобщая сказанное, можно сделать вывод о том, что бухгалтерский и налоговый учет в части товаров значительно отличается друг от друга. В связи с этим, учет товаров является одним из наиболее важных участков работы бухгалтера, поскольку от того насколько правильно были оформлены первичные учетные документы, насколько своевременно, полно и правильно в бухгалтерском учете, а затем и в налоговом учете были отражены товарные операции будет зависеть состояние организации в целом.

#### **Список использованных источников:**

1 Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть первая от 31.07.1998 г. №146 - ФЗ. Часть вторая от 05.08.2000 г. №117 - ФЗ [Электронный ресурс] URL: <http://www.consultant.ru>

2 Положение по бухгалтерскому учету «Учет материально - производственных запасов». ПБУ 5 / 01 (утверждено приказом Минфина РФ от 09.06.2001 г. № 44н) [Электронный ресурс] URL: <http://www.consultant.ru>

3 План счетов бухгалтерского учета финансово - хозяйственной деятельности предприятий и Инструкция по его применению (утверждены приказом Минфина РФ от 31.10.2000 г. №94н. в редакции приказа МФ РФ от 7.05.2003 г. №38н) [Электронный ресурс] URL: <http://www.consultant.ru>

4 Кубарь М.А. Учет в торговых организациях: учебное пособие / М.А. Кубарь. – Персиановский: Донской ГАУ, 2018. – 144 с.

5 Никандрова Л.К. Бухгалтерский учет движения товаров // Все для бухгалтера. – 2009. – №8 (236). – С. 24 - 28.

6 Садькова Л.Г., Костригина Л.Ф. Особенности бухгалтерского учета в торговых организациях // Молодой ученый. – 2017. – №12. – С.356 - 359.

© М.А.Лядова, 2019

**УДК 346.26:334.7 – 027.587**

**Минеева В.М.**

доцент, кандидат наук УГНТУ, г.Уфа,РФ

E - mail: mineeva\_vera68@mail.ru

**Галиуллина Г.Ф.**

студент 4 курса УГНТУ, г.Уфа,РФ

E - mail: galiullina.g97@yandex.ru

**Султанова Л.М.**

студент 4 курса УГНТУ, г.Уфа,РФ

E - mail: sultanova.li98@yandex.ru

### **ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР ЗА ВЕДЕНИЕ НЕЛЕГАЛИЗОВАННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

#### **АННОТАЦИЯ**

Предпринимательская деятельность, которая официально не была зарегистрирована в соответствующих органах, является административным, налоговым либо уголовным преступлением и влечет за собой соответствующее наказание. Подробнее информацию о

том, какова ответственность за незаконное предпринимательство и какие ее последствия предполагаются в России, предоставит эта статья.

**Ключевые слова:** Гражданский кодекс Российской Федерации, Уголовный кодекс Российской Федерации, Налоговый кодекс Российской Федерации, ответственность, финансовая пирамида, нарушение, Индивидуальный предприниматель, физические лица.

По Гражданскому Кодексу предпринимательская деятельность – это продавать, оказывать услуги, сдавать в аренду имущество и систематически получать за это деньги [1].

Незаконное предпринимательство влечет за собой серьезные последствия, как преступление в сфере экономической деятельности.

Если человек занимается предпринимательской деятельностью, но своевременно не зарегистрировался юридически, при этом систематически реализует товары или услуги с целью получения прибыли, – он привлекается к ответственности, в соответствии с действующим законодательством РФ. Вести такого рода деятельность можно только после регистрации в государственных органах, получения лицензии (для отдельных видов бизнеса) и выполнения других требований закона.

Если собственник организации не зарегистрирован как ИП или ООО и не посчитал нужным исполнить другие требования в соответствии с законами РФ, касающимися предпринимательской деятельности, которую он ведет и в результате чего получает доход, ему грозит уголовная, налоговая, а также административная ответственность и полагается штраф за незаконное предпринимательство.

В случае незаконного предпринимательства, когда нарушение определено в уголовном порядке на нарушителя налагается соответствующее наказание. Выявить незаконную деятельность незарегистрированных компаний и ИП возможно в процессе целенаправленных налоговых проверок, так и в случае проверки других уполномоченных органов.

Правовые последствия нарушения порядка регистрации или лицензирования реализуемых товаров организацией влекут за собой определенные санкции. Выбранная мера наказания при нарушении требований по законодательству касательно незаконной деятельности, а также при отсутствии лицензии и сертификатов реализуемой продукции в случаях, когда это требуется законодательством вступить в действие после 2 месяцев со дня их обнаружения.

Наказания за нарушение правил ведения и регистрации бизнеса применяются не позднее 2 - месячного срока с момента обнаружения нарушений. Наказание может вступить в силу только в том случае, если с момента выявления нарушений не прошло более 2 месяцев, а сам факт нарушения документально оформлен и своевременно передан в суд. Если одно из вышеперечисленных условий не было выполнено, юридическая сила обвинений теряет свою актуальность [2].

Динамика экономических показателей преступлений за 2018 год и первое полугодие 2019 года на территории Российской Федерации, представленный на рисунке 1.



Рисунок 1 – Статистика экономических преступлений за 2018 - 2019 гг. [5]

На основе данных правовой статистики можно сделать вывод, что более трети общего массива зафиксированных преступлений экономической направленности приходится именно на незаконное предпринимательство.

Наиболее распространенные виды незаконного предпринимательства на 2019 год:

- производство, продажа и хранение нелегальной продукции (это предусмотрено ст. 171.1 УК РФ);
- оказание оплачиваемых услуг по строительству, ремонту и обслуживанию автомобилей, бытовой техники и электроники (деятельность не зарегистрирована в налоговой);
- оказание оплачиваемых медицинских либо ветеринарных услуг без лицензии;
- систематическая сдача недвижимости в аренду;
- услуги по аренде транспортных средств за определенную плату в пользование без уплаты налогов на доходы физлица в соответствии с формой 3 - НДФЛ;
- деятельность на так называемых стихийных рынках;
- ложные сведения при регистрации и в отчетности о состоянии дел организации [5].

На рисунке 2 представлена статистика налоговой ответственности за незаконное предпринимательство в РФ, по итогам 2018 года.

Как показывают данные рисунка 2, количество незаконных предпринимателей, получивших наказание (ответственность) гораздо меньше, нежели получивших. Данный аспект обусловлен тем, что физическое лицо нельзя оштрафовать за ведение предпринимательской деятельности без постановки на учет в инспекции.

Даже если гражданин фактически ведет «незаконную» предпринимательскую деятельность (например, сдает квартиру в аренду, продает недвижимость), но при этом не регистрируется как ИП, его нельзя привлечь ответственности за нарушение порядка постановки на учет в инспекции на основании пункта 2 статьи 116 НК РФ. Об этом Минфин России сообщил в письме от 10.06.16 № 03 - 02 - 08 / 35401.

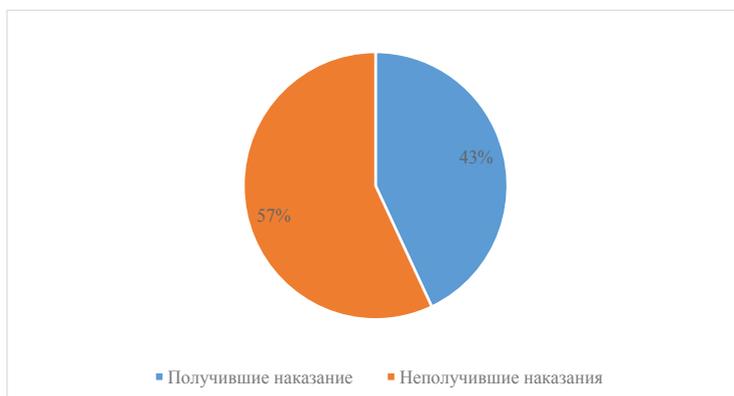


Рисунок 2 – Статистика налоговой ответственности за незаконное предпринимательство за 2018 год [5]

Рассматривая статистику выявления налоговых правонарушений по республике Башкортостан, стоит отметить, что налоговые органы данного региона продолжают выявлять факты незаконного предпринимательства.

Так, в первом полугодии 2019 года проведено более 50 рейдов по местам торговли, парикмахерским салонам, салонам красоты, а также 4 рейда совместно с сотрудниками ГИБДД, для выявления лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность без соответствующей регистрации.

По результатам рейдов в 1 квартале 2019 выявлено 16 налогоплательщиков, осуществляющих деятельность без регистрации в качестве ИП. После проведения в отношении указанных лиц работы по привлечению к регистрации в качестве ИП и предоставлению налоговой отчетности составлено 10 протоколов об административном правонарушении по НК РФ, направленных затем в суд для рассмотрения [6].

Подобная работа ведется работниками налоговых органов Республики Башкортостан и в сети интернет.

Так, с января по июнь 2019 года в адрес граждан, предлагающих услуги населению в социальных сетях направлено 41 уведомление о вызове для дачи пояснений, в адрес 4 физических лиц, получивших такие уведомления и не представивших пояснения, составлены протоколы в соответствии со ст. 19.4 КоАП РФ [4].

Напомним, за нелегальную предпринимательскую деятельность законодательством России предусмотрены налоговая, административная и уголовная ответственность. За незаконное предпринимательство штраф составит минимум 500 рублей. Однако размер штрафа может достигать до двухсот тысяч рублей.

Штраф за незаконную предпринимательскую деятельность может дополниться санкциями за сопутствующие правонарушения: незаконное использование в бизнесе чужих товарных знаков, обман покупателя, торговля контрафактом.

Рассмотрим меры воздействия за незаконное предпринимательство в России.

Первый вид наказания – административный. Ст. 14.1 КоАП РФ определяет следующие меры ответственности:

- при отсутствии юридической регистрации организации положен штраф, размер которого колеблется от 500 руб. до 2 000 руб.;

– если отсутствует лицензия на реализуемую продукцию или товары, которые находятся в складском помещении предпринимателя. Размеры штрафов для ИП – от 2 000 руб. с конфискацией товаров; для исполнительных лиц предприятия – от 4 000 руб.;

– при игнорировании требований лицензирования продукции положены следующие штрафные санкции: штраф от 1 500 руб. для физлиц и от 30 000 руб. для юрлиц. Должностные лица также обязаны выплатить штраф при игнорировании норм и правил оформления лицензии или сертификата качества на продукцию – в размере от 3 000 руб.;

– за систематические грубые нарушения требований к оформлению лицензии на товары предусматривается запрет на осуществление деятельности с целью получения прибыли на период до 90 рабочих дней либо наложение штрафных санкций: 4 - 5 тыс. рублей для физлиц, от 40 000 руб. для юрлиц и от 4 000 руб. для должностных лиц [4].

Касательно налоговой ответственности при ведении осуществления предпринимательства, как гласит ст. 116 НК РФ, могут налагаться такие штрафные санкции:

– при несвоевременной регистрации предпринимателя в налоговых органах собственник обязан выплатить штраф в размере 10 000 руб.;

– если организация не прошла юридическую регистрацию и ведет предпринимательскую деятельность, положен штраф в виде 10 % от полученной прибыли с момента начала деятельности, но не менее 40 тыс. руб. [2].

Уголовная ответственность предполагается по ст. 171 УК РФ, применяется в случае приобретения прибыли в крупных размерах и карается штрафом до 300 тыс. рублей или в размере заработной платы за период до 2 лет, работами сроком до 480 часов или арестом на срок до полугода. Если незаконное деяние совершено организованной группой:

– штраф в размере от 100 тысяч руб. до 500 тысяч руб. или заработной платы за первые 3 года работы;

– общественные работы юридически ответственных лиц на период до 5 лет;

– лишение свободы физического лица на период до 5 лет совместно со штрафной суммой либо без нее [3].

Полную ответственность за нарушение законодательства и ведение незаконной предпринимательской деятельности либо за нарушения в порядке лицензирования товаров несет исключительно собственник организации.

При этом не несут ответственность лица, которые заключили с нелегальной организацией трудовой договор о трудоустройстве, арендодатель помещения, которое организация взяла в аренду.

Возникает вопрос каким образом налоговые органы могут узнать данную информацию?

Налоговая – это такие же люди, которые ходят на маникюр, покупают торты и нанимают аниматоров для детского праздника. Инспектор может зайти в инстаграм, записаться на маникюр и проверить, что у мастера нет регистрации как ИП.

Так произошло, например в Твери. Налоговая закупила торты у кондитера из инстаграма и обнаружила, что он работает без ИП. Налоговая попросила подать декларацию о доходах за два года. Новостей о доначислении налогов по этому случаю пока нет. Но под внимание налоговой попали еще двадцать девять других кондитеров.

Роспотребнадзор вмешался и сказал, что покупать торты у незарегистрированных кондитеров опасно. Качество никто не проверяет, срок годности крема мог истечь, а кондитер – работать грязными руками.

Пожаловаться на незаконного предпринимателя может кто угодно. Могут заметить соседи и пожаловаться в Роспотребнадзор.

Также, стоит отметить, что, если предприниматель, осуществляющий свою деятельность незаконно, нарушает еще какие-либо правовые нормы, он будет нести ответственность в совокупности за все совершенные правонарушения.

К примеру, лицо, осуществляющее деятельность в области медицины, не получило соответствующее разрешение, и, кроме того, нанимая на работу сотрудников, не обеспечило полную конфиденциальность их личных данных, допустив утечку информации сторонним лицам. Подобные действия повлекут за собой совокупную ответственность за незаконное предпринимательство и нарушение законодательства об охране персональных данных.

Хотелось бы также осветить такой аспект как ответственность за создание финансовых пирамид.

Практика борьбы с финансовыми пирамидами и псевдоинвестиционными фондами в России практически отсутствует. Что создает благоприятную среду для различного рода мошенников и предпринимателей, которые умудряются обойти действующее законодательство и собрать со своих вкладчиков очередной бюджет.

И следуя старой доброй традицией, раствориться где-нибудь за границей. Но не всем так везет, и случаи привлечения создателей пирамид к реальной ответственности все-таки есть. И хочется надеяться, что со временем ситуация поменяется.

Одним из самых громких прецедентов наказания за создание финансовой пирамиды стала история с МММ. В отношении Мавроди было заведено несколько уголовных дел, но ключевыми стали 2 статьи:

- мошенничество;
- подделка документов [7].

Изначально, его еще пытались привлечь к ответственности за неуплату налогов. Но из-за истечения срока давности дело было приостановлено, а потом и вовсе передано в архив и закрыто.

В ситуации с Мавроди отражается действительность той России, которая впервые столкнулась с пирамидами такого масштаба. Все было осложнено еще и особым статусом Мавроди (на момент разбирательств он был еще и депутатом). А локализованного закона или статьи уголовного кодекса, предусматривающей ответственность за создание пирамид, вообще не существовало.

На то, чтобы разобраться в ситуации, у судебной системы ушло ровно 10 лет:

- в 1997 году инициировали банкротство МММ;
- в 2007 Мавроди наконец вынесли приговор.

Отчасти, это отражает всю неожиданность и сложность противодействия государства подобным предприимчивым «революционерам».

Ведь органам приходится распутывать хитросплетения человеческих связей и:

- работать с сотнями и тысячами потерпевших;
- обрабатывать огромные массивы информации;

– буквально «плавать» в документации и составлении актов, отчетности и других бумагах.

Бумажная работа отнимает такое количество сил и ресурсов, что процесс разбирательства растягивается на долгие годы.

А за это время может измениться все, от обвиняемых и свидетелей, до самой позиции и команды следователей и т.д.

Иными словами, противодействовать финансовым пирамидам очень сложно. И пока, удается только как - то разгребать последствия. Что не является решением проблемы. Вообще, в российской практике используют несколько статей УК, для правоприменения в отношении организаторов финансовых пирамид: 159.4; 172.2 [3].

Статья 159 используется для наказания за мошенничество. А ее дополненная версия, в 2012 году предполагала ответственность предпринимателей. Ее пытались локализовать под действующие реалии, но уже к моменту вступления ее в силу, критика была очень жесткой и конкретной.

В основном из - за того, что она открыла простор для законодательного давления на бизнес. И бизнесу, закономерно, это не очень понравилась.

Да и некоторые аспекты правоприменения вызывали ожесточенные споры и целый шквал вопросов. В конечном итоге, она пережила несколько редакций, но утратила свою силу в 2016 году.

Статья 159.4 исчезла с введением ФЗ № 325. Она предполагала:

- штрафные санкции;
- ограничение свободы (на срок до 2 лет);
- обязательные работы.

Ее заменила новая статья 172.2 УК РФ. В принципе, особые отличия от 159.4 в наказании:

- штраф до 1.5 млн. рублей;
- принудительные работы (до 5 лет);
- лишение свободы (до 6 лет) [3].

Государство старается бороться с финансовыми пирамидами. Но из - за постоянного совершенствования мошеннических схем и ослабления финансового контроля, сделать этого пока не удается

Даже с МММ и Мавроди, изъять получилось совсем небольшую сумму. Общий долг оставался около 500 млн. руб. При этом реализация имущества и возврат долгов закончился через 14 лет, с момента запуска МММ.

На момент начала проблем в России система ФССП еще не была развита, но и она не может делать деньги из воздуха. Ведь история с пропавшими деньгами и «камазами» находит подтверждения у сотен свидетелей этой картины. И никаких ответов нет. Равно как и полного погашения долгов. Это так или иначе, приводит к сильному недовольству и социальным «взрывам» и негодованию, которое может вылиться во что - то плохое [7].

А вот с Кешбери получилось не так. Компания была создана на базе МФО в Ростове на Дону. Все базировалось на схеме кредитно - потребительского кооператива, вот только достоверно неизвестно, использовалась ли эта учредительная форма у мошенников или нет.

К 2013 году офисами Кешбери покрылась вся Ростовская область. И все шло довольно неплохо:

- привлекались инвестиции;
- выдавались займы;
- никаких нарушений не обнаруживалось [7].

Но через 3 года работы, компания наконец стала обретать свою настоящую форму. У нее резко поменялся весь руководящий состав вместе с учредителями. А запуск электронной сети позволил заняться привлечением вкладов от россиян по всей стране. К тому моменту, государство уже начинало понимать, что нужно заняться регулированием интернета, но развивалось все очень слабо.

Сама площадка была организована в виде эдакого сервиса заемных средств. Взять деньги в долг могли:

- мелкие предприниматели;
- физические лица.

А отдать собственные средства в оборот мог кто угодно. И как раз на работу с инвесторами и был нацелен проект. Предлагалось огромное количество инструментов и планов для оборота вложенных средств. Доходность была просто потрясающая: до 600 процентов годовых.

На площадке одно время присутствовал модернизированный «калькулятор», привирающий и завышающий конечную сумму (даже выше означенных процентов). Но никто на то время не стал на это обращать внимание.

Самым интересным моментом стала реферальная система. Именно она позволяет пирамиде привлекать вкладчиков. Так как с ее помощью инвестор получает возможность зарабатывать не только стандартную ставку, но и расти в геометрической прогрессии, привлекая других людей.

С точки зрения правоохранителей, выявить пирамиду оказалось не так просто. Ведь она была интегрирована в реальную компанию, которая действительно выдавала займы и привлекала инвестиции. Мало кто предполагал, что означает такая сосредоточенность на инвесторах.

А интерес к проекту подогревался всеми способами:

- рекламой на видеохостингах;
- целыми концертами;
- массовыми форумами и вебинарами [7].

И в отличие от 90 - х, мало что поменялось. Опять засветились звезды эстрады, опять выплачивались фантастические гонорары, и все вкладчики уверовали в общую идею богатства равенства и счастья. Но этому пришел скорый конец, по нескольким причинам:

- сетевая система привлечения вкладчиков «высыхает»;
- большую часть вложений стараются выводить на счета, неподконтрольные юрисдикции;
- сумасшедшие проценты базируются не на доходности от МФО, а на привлечении новых вкладчиков;
- у такой структуры очень ограниченный срок действия.

Что в свое время показал Мавроди, и что с успехом и блеском показал Артур Варданян (номинальный владелец компании).

В сентябре Центробанк высказал свои выводы о том, что Кешбери это финансовая пирамида. В декабре 2018 года, МВД инициировало проверку вышеозначенной группы компаний. И естественно, обнаружили интересные детали:

- «Артуров Варданянов» в группе компаний нашлось не меньше 3 - х, с разными датами рождения;
- каждый из «директоров» имеет по несколько компаний в Британии.

Самое интересное произошло тогда, когда одна из групп с федерального телевидения попыталась разыскать офисы компании в Англии. Естественно, ничего не нашлось. И вот тут как раз случился тот самый «взрыв», который и привел к обвалу всей пирамиды. Амбассадор Кешбери Варданиян (а он вряд ли является настоящим владельцем) заявлял о готовности вернуть всем деньги. Вот только технически, сделать он этого уже не мог.

В начале 2019 было установлено, что Артур Варданиян – обычный актер. К концу декабря, Центробанк сумел посчитать примерный ущерб. Он составил около 3 млрд. рублей. В марте, против нескольких звезд шоу - бизнеса, активно рекламировавших пирамиду, были выдвинуты обвинения и предъявлен иск. Чем закончится это разбирательство пока неясно.

Обычные вкладчики на сегодняшний день ожидают каких - либо действий со стороны государства, которое не очень - то и торопится, так как выявлять случаи мошенничества и собирать информацию крайне трудно, по нескольким причинам:

- в обороте участвовали обычные банковские счета физических лиц;

- Кешбери состояла из десятка различных «прокладок» и шлюзов.

Поэтому, по состоянию на весну 2019 года, вопрос с новым МММ так и не закрыт.

Привлечение к ответственности за создание финансовой пирамиды – это статьи за мошенничество и привлечение денег с физических лиц. Максимум – налоговые просчеты, никакого другого механизма для борьбы с пирамидами пока не существует.

Однако, последние несколько лет активно вводятся законопроекты, делающие систему банковских переводов и платежных систем более прозрачной. В теории, это должно закрыть вопрос с финансовыми пирамидами. Что получится на практике – будет видно спустя некоторое время. А пока, вкладчикам стоит быть избирательнее, в вопросах инвестирования и доверия к бизнесу в целом.

Как показывает проведенный анализ, значительная часть граждан в разных сферах деятельности не декларирует свои доходы и не вступает во взаимоотношения с налоговой инспекцией, так как не задумывается или не хочет задумываться о том, что законодательством предусмотрена ответственность за незаконное предпринимательство и пределы этой ответственности выражаются в значительных суммах.

Незаконное предпринимательство в нашей стране крайне развито и ведь за него наступает не только налоговая ответственность, но и уголовная. Ввиду этого необходимо рассмотреть мероприятия для минимизации данных процессов.

Во избежание данных коллизий необходимо:

1. Разработать рекомендации для сотрудников органов внутренних дел по расследованию и проведению следственных действий с целью выявления таких преступлений, а также избличения лиц, занимающихся незаконной предпринимательской деятельностью.

2. Осуществлять регулярный мониторинг состояния и динамики незаконной предпринимательской деятельности с целью анализа действенности нормативно - правовых актов, регулирующих занятие предпринимательской деятельности.

В последнее время государством уже приняты меры по контролю и помощи малому и среднему бизнесу, выражающиеся в предоставлении возможности использования государственных грантов для начинающих предпринимателей. Эти меры направлены,

прежде всего, на удержание предпринимателей в рамках правового поля и недопущения с их стороны незаконных действий.

Таким образом, следует подчеркнуть, что сфера предпринимательской деятельности является крайне важной сферой экономики, которой отводится особая роль в осуществлении государственной политики, следовательно, предпринимательская деятельность подлежит управлению, регулированию и контролю, осуществляемому на основании долгосрочных программ развития общества.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1)Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ). [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/)

2)Налоговый кодекс Российской Федерации (НК РФ). [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_19671/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/)

3)Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 N 63 - ФЗ (ред. от 02.08.2019). [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_10699/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/)

4)Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195 - ФЗ (ред. от 02.08.2019). [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_34661/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/)

5)Федеральная налоговая служба РФ. Официальный сайт. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.nalog.ru/m77/>

6)Федеральная налоговая служба республики Башкортостан. Официальный сайт. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://www.nalog.ru/m02/apply\\_fts/](https://www.nalog.ru/m02/apply_fts/)

7)Наказание для финансовых пирамид и организаторов // ЮЛ+ многое другое. [Электронный ресурс] – Режим доступа:<https://yurlitsa.ru/nakazanie-dlya-finansovykh-piramid-i-organizatorov/>

© Минеева В.М., Галиуллина Г.Ф., Султанова Л.М. 2019

**УДК 330**

**Р.А. Накусов**

студент 4 курса ДГУ, г. Махачкала, РФ

E - mail: [nakusov.72@mail.ru](mailto:nakusov.72@mail.ru)

**Научный руководитель: Б.Ш. Дадаева**

канд. экон. наук, доцент ДГУ, г. Махачкала, РФ

E - mail: [baryyat72@rambler.ru](mailto:baryyat72@rambler.ru)

### ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СЕТИ ИНТЕРНЕТ В МАРКЕТИНГОВЫХ ЦЕЛЯХ

**Аннотация:** Результат фирмы в многочисленных секторах экономики находится в зависимости от скорости передачи и обмена данных, её актуальности и оперативности. Удачное процветание бизнеса подразумевает обширное применение инновационных

технологий в сфере внедрения новейших товаров, услуг либо продвижения на рынок старых услуг. Это означает, что внедрение инновационных маркетинговых стратегий играет главную роль в целях увеличения конкурентоспособности компании.

**Ключевые слова:** Интернет, маркетинг, рынок, веб - сайты, бизнес.

Применение всемирной Сети с целью продвижения собственных продуктов, является не только необходимым условием в наше дни, однако и неотъемлемым, для того чтобы сохранить собственную фирму. Маркетинг в сети интернет считается одним из направлений концепции маркетинга взаимодействия, которая используется бизнесменами с целью того чтоб нормализовать взаимоотношения с возможными покупателями, бизнес - партнерами и сберечь их в будущем. [2]

Интернет - маркетинг является не только неотъемлемой частью классического маркетинга, а кроме того и самостоятельным объектом. В интернет - маркетинге применяются те же элементы комплекса маркетинга - 5р (продукт, цена, продвижение, люди, канал), однако любой компонент обладает собственными характерными чертами. Немаловажно осознавать, то что Сеть интернет считается не просто новым каналом сбыта или рекламных коммуникаций, а кроме того и новым рынком. Интернет - маркетинг либо веб - маркетинг – это совокупность мероприятий по продвижению и реализации на рынке продуктов и услуг с поддержкой сетевых технологий. Наподобие традиционного маркетинга интернет - маркетинг содержит в себе основные компоненты: товар либо услуга, цена, продвижение, место продажи.

Составляющими Интернет - маркетинга считаются:

1. медийная реклама;
2. контекстная реклама;
3. поисковый маркетинг (искательская оптимизация и продвижение);
4. продвижение в социальных сетях (SMO и SMM);
5. прямой маркетинг с применением электронной почты (а кроме того RSS, форумов, блогов);
6. вирусный и партизанский маркетинг.

Уникальные свойства Сети интернет как маркетингового инструмента существенно различаются от данных классических инструментов маркетинга. Один из основных свойств Сети интернет, гипермедийная сущность, что считается наиболее результативным процесс и усвоения информации, а кроме того существенно повысить рекламные возможности в сфере формирования наиболее близких взаимоотношений между предприятиями и покупателями. Значимость, какую представляет Сеть интернет, не ограничивается только функциями взаимосвязи, а еще содержит в себе функции, подобные как операция, покупка и платеж, придавая особенности глобального электронного рынка. [1]

Как и почти все вещи, сеть интернет - маркетинг пришел к нам с запада. Тем не менее, Европейская форма не сумела освоиться в России без участия перемен, которая со временем приспособилась к российскому рынку, вследствие чего возник общероссийский интернет - маркетинг с его характерными чертами. С помощью цифровых технологий компания может извлекать свежую маркетинговую информацию более быстро, т.к. всемирная сеть неоднократно превышает и неотъемлемо расширяет иные традиционные средства. Цена коммуникаций, по сопоставлению с традиционными средствами,

становится минимальной, а их работоспособность и масштабируемость существенно увеличиваются.

Социальные сети и Интернет с целью продвижения собственных продуктов и услуг, обладает значимой ролью на рынке. Таким образом, согласно сведениям исследования, на конец августа 2018 года, 75 % - жителей России, в возрасте 18 лет и старше используют Интернет каждый день или же несколько раз в неделю. Кроме того продолжается увеличение мобильного интернета. В течение года количество юзеров мобильных телефонов увеличилось в 48 % в городах с населением с 100 до 799 тыс.. жителей. Рынок интернет - торговли – это комплекс механизмов, которые обеспечивают процесс покупки, продажи продуктов либо услуг посредством Интернет. Подобные механизмами считаются веб - сайты, которые располагают сведение о предлагаемых продуктах и услугах. По этой причине чуть ли не каждая российская фирма считает для себе важным иметь личный сайт. В большинстве случаев это оправданно, но нужно принимать во внимание, то что запущенный веб - сайт, в котором никак не обновляется сведения, никак не проводится взаимодействие с гостями, существуют недоделанные блоки, дает больше ущерба, нежели выгоды. Заходя в такого рода веб - сайт, возможный потребитель создаст заключение, то что и фирма, деятельности которой посвящён сайт, прекратила свое существование, либо у неё имеются проблемы.

Преимущества интернет - торговли по сравнению с розничными магазинами заключаются в следующем: продукция, представленная в интернет - магазине дешевле, чем в обычном магазине, примерно на 15 % ; совершать покупки просто. Но интернет - магазин должен быть доступным для быстрого поиска товара и предельно прост для совершения заказа. Чем быстрее потенциальный клиент доберется до товара, тем больше шансов, что он совершит покупку именно у данной компании. Также росту интернет - торговли способствует рост рабочего времени сотрудников компаний и загруженность дорог во многих крупных городах.

Социальные сети также являются видом интернет - маркетинга. Самые популярные социальные сети в России, Вконтакте,Одноклассники, Facebook, Instagram, . Все больше и больше компаний создают страницу сообществах. На это сильно влияет значительное увеличение популярности социальных сетей, который на сегодняшней день составляет 80 % аудитории. В зависимости от региона пользователи тратят на социальные сети от 30 до 41 % всего времени в Интернете. Умение работать в социальных сетях является частью общей структуры маркетинга предприятия. Тот факт, что социальные сети привлекают внимание потенциальных покупателей, они являются отличной возможностью получить обратную связь, которая также играет важную роль в общении с клиентом.

В настоящее время широко распространены мобильные приложения, которые становятся еще более востребованы связи с использованием смартфонов и планшетов. Хотя разработка мобильного приложения является затратным в финансовом плане, многие крупные компании не скупятся на создание мобильных приложений, в дополнение к веб - сайт, который является в значительной степени интуитивно понятный в использовании мобильных устройств. Мобильное приложение может сохранить лицо компании, но также является эффективным маркетинговым инструментом. Мобильное приложение может быть интернет - магазином, интернет - банком, обладать различными функциями в зависимости от потребностей пользователя. Таким образом, социальные сети и мобильные

приложения в наше время являются высокоэффективными инновационными механизмами маркетинга. [4]

На основании вышесказанного, можно сделать вывод, что Интернет как и Социальные сети будут вызывать большой интерес маркетологов. Так как, их привлекательность как инструмента маркетинговой коммуникации очень высока, как в плане объема аудитории, так и в плане качества.

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

1. Инновационные маркетинговые стратегии в Интернете. Источник: // <http://sci-article.ru/stat.php?i=1476451720>
2. Использование маркетинговых стратегий в интернет - пространстве. Источник: // <http://sci-article.ru/stat.php?i=1448979404>
3. Социальные сети internet как инструмент в Public Relations. Источник: // <http://privetstudent.com/referaty/marketing-referaty/1589-kursovaya-socialnye-seti-internet-kak-instrument-v-public-relations.html>
4. Определение и основные понятия Интернет - маркетинга. Источник: // <http://studyspace.ru/internet-marketing/1.4-.opredelenie-i-osnovnyie-ponyatiya-internet-marke.html>

© Р.А. Накусов, 2019

**УДК 005.52**

**Е.Ю. Павленко**

студентка 3 курса магистратуры  
направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент»  
ФГБОУВО КГУ, г. Кострома, РФ  
E-mail: pavlenko21@yandex.ru

### **ПРОБЛЕМЫ РАЗРАБОТКИ И РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ**

#### **Аннотация**

Современные условия быстроизменяющейся и динамичной среды, вынуждают организации прибегать к использованию такого инструмента управления, как стратегия развития. Для эффективного функционирования предприятия в долгосрочном периоде необходимо иметь понимание того, как должна выглядеть организация в будущем и как к этому прийти. Цель работы – исследование проблем, связанных с процессами разработки и реализации стратегии развития в организациях. Использовались методы анализа, синтеза, сравнения, индукции. Были выявлены основные проблемы, с которыми сталкиваются организации в процессе разработки и реализации стратегии развития.

#### **Ключевые слова**

Стратегическое управление, организация, стратегия развития, разработка, реализация, проблемы, последствия.

Ускорение общего темпа жизни, научно - технического прогресса, постоянный рост конкуренции, изменение уровня спроса и другие факторы, усложняют поддержание стабильности функционирования организаций. Чтобы обеспечить успешную деятельность предприятия в долгосрочном периоде, менеджмент прибегает к стратегическому управлению и планированию. Для того, чтобы задать вектор работы, организации разрабатывают различные виды стратегий, в том числе стратегию развития. Но в процессе разработки и её реализации организация сталкивается с рядом проблем, которые и будут рассмотрены в данной статье.

Трудности уже начинаются с того, что не существует единого подхода к определению понятия «стратегия». Не редко можно встретить трактовку стратегии как плана, направления и системы мер, обеспечивающей достижение намеченных главных целей организации. Такие подходы существенно отличаются друг от друга, для них необходимы, различные механизмы достижения целей, и они базируются на кардинально разных системах показателей. [5]

Также наблюдается не понимание того, чем отличаются термины «развитие» и «рост». Процесс роста является составной частью развития, также процесс развития может отражать как положительную, так и отрицательную динамику. И развитие, в отличии от роста, характерно для долгосрочного периода.

Организация является сложной системой, и она изменяется с течением времени. Даже если внутри компании не происходит никаких изменений, они происходят в её внешней среде. Поэтому развитие системы стоит рассматривать с ракурса качественных изменений внутренней и внешней среды.

В свою очередь необходимо понимать, что «стратегия развития» представляет из себя долгосрочный план по осуществлению миссии и целей организации, новые пути развития, которые выведут организацию на новый уровень, основанный на видении будущего образа фирмы, с учетом изменения внешней среды, и создание своей бизнес - модели, которая должна обеспечить уникальные преимущества компании в условиях жесткой конкуренции. [4]

Не понимание сущности данных терминов может существенно сказаться на разработке стратегии развития и её эффективности. Отсутствие единого подхода к определению терминов и области понятия категории стратегии развития не единственная проблема на пути формирования и реализации стратегии предприятия.

При разработке стратегии развития предприятия также важно учитывать «направление его эволюции». Прошлое, настоящее и будущее неразрывно связаны друг с другом. Проведя анализ прошлого можно выявить определенные тенденции, показать, как изменялась внешняя и внутренняя среда в случившихся ситуациях. Это помогает понять, в каком направлении движется отрасль, как себя ведет рынок и все его участники, а также исключить совершенные ошибки в будущем. Настоящее показывает имеющуюся ситуацию, достигнутый уровень и оно является базисом, от которого начнется реализация стратегии развития. Будущее это все перспективы, возможные риски и желаемый образ фирмы, к которому она стремится. Стратегия развития должна учитывать все эти составляющие.

Еще одной проблемой разработки стратегии развития организации является невозможность учета всех возможных изменений внешней и внутренней среды

организации, а также факторов риска для составления точного плана, поэтому цели и пути их достижения могут быть пересмотрены. Данную ситуацию отлично характеризуют слова Ст. Биру: «мозг фирмы, как и мозг человека, потенциально может быть в стольких состояниях, что их никогда не удастся проанализировать или исследовать с учетом всех факторов их немислимо большое число».[2]

Развитие организации проявляется непосредственно на стыке взаимодействия факторов внешней и внутренней среды. Внешняя среда характеризуется состоянием спроса, выраженного в привлекательности продукта, производимого в рамках текущего состояния организации, технологическими новшествами, общими тенденциями в отрасли, экономике и политике. Внутренняя среда, во взаимодействии с внешней определяют динамизм организации и эффективность её деятельности. Поэтому важно изучать их взаимосвязь. [1]

Важно учитывать специфику деятельности, особенности отрасли, законодательства и др. Невозможно создать стандартные шаблоны стратегии развития организации, необходим индивидуальный подход.

Таким образом, при разработке стратегии развития организация сталкивается со следующими проблемами:

1. Отсутствие единого подхода к определению терминов и области понятия категории стратегии развития;
2. Необходимость выявления направления эволюции организации;
3. Невозможность учета всех возможных изменений внешней и внутренней среды организации, а также факторов риска;
4. Выявление взаимосвязи внешней и внутренней среды организации;
5. Индивидуальный подход в разработке стратегии.

Когда стратегия развития составлена, начинается процесс её реализации, в котором также организации сталкивается с рядом проблем. К числу самых важных проблем, можно отнести неготовность высшего руководства к реализации стратегии развития. В компании могут существовать условия, которые делают невозможным внедрение и нормальное функционирование системы стратегического развития. К таким условиям приводит незаинтересованность руководителей заниматься стратегическим управлением и низкий уровень подготовки управленческого персонала. Все это может привести к [3]:

- отсутствию системы достоверной управленческой отчетности, необходимой для принятия стратегических решений;
- недостатку, недостоверности или отсутствию отчетных данных, многочисленные и систематические ошибки при их сборе и подготовке;
- отсутствие навыков и умений управленческого персонала определять проблемы развития, формулировать цели и задачи, формировать перспективные планы, разрабатывать инвестиционные проекты, а также взаимодействовать в процессе решения этих задач;
- формирование и развитие так называемого «туннельного кругозора» стремления руководителей рассматривать будущие результаты только как экстраполяцию предыдущих достижений;

От правильности организации процесса стратегического управления зависит эффективность и результативность работы организации. Если процессы стратегического и оперативного контроля работают неправильно, это сказывается на всей деятельности.

Некоторые руководители считают, что осуществляя оперативное управление, они одновременно осуществляют и стратегическое, но это не так. Процессы стратегического и оперативного управления взаимосвязаны, но по отдельности они не замещают друг друга. Поэтому нельзя предполагать, что эффективное оперативное управление определяет и стратегическое управление. Осуществление только оперативного управления не приведет к осуществлению стратегических задач.

Что касается проблемы определения места стратегического отдела в системе управления организацией, то её принято не замечать в реалиях российских компаний. Данная проблема может также негативно сказаться на эффективности реализации стратегии развития из-за недостаточных полномочий сотрудников отдела. Но существуют еще ситуации, когда отдел подчиняется руководству, которое имеет отдаленное представление о стратегическом управлении или даже экономике. Например, отдел стратегического планирования может подчиняться заместителю директора по экономике и финансам, который концентрирует свою работу на области финансов, а не на менеджменте. Или еще хуже, когда отдел подчинен главному инженеру или руководителям других отделов, которые связаны с технологическим процессом. Не стоит забывать о варианте, когда стратегическое управление находится на предпоследнем месте в иерархии организационной структуры, в такой ситуации у отдела «связаны руки» и его наличие, лишь создает видимость, что в организации занимаются стратегическим управлением. Руководство в курсе о наличии данного отдела, но не возлагает на него какие-либо задачи, которые определяют деятельность всей организации в настоящем и будущем. В таких условиях невозможно реализовать функцию стратегического контроля достаточном объеме.

Реализация стратегии развития не может осуществляться без стратегического контроля. Благодаря ему менеджмент контролирует всю ситуацию и при возникновении каких-либо отклонений в состоянии описывает причину и повлияет на неё. Данный процесс подразумевает не только надзор за деятельностью лиц, ответственных за реализацию стратегии развития, но и наблюдение за изменениями условий функционирования, каких-либо других ключевых параметров, на основе которых создавалась стратегия. Все это позволяет оперативно реагировать на них и не отклоняться от заданного вектора.

Итак, в процессе реализации стратегии развития организация сталкивается со следующими проблемами:

1. Неготовность высшего руководства компании к реализации стратегии развития;
2. Неправильная организация процесса реализации стратегического управления.
3. Проблема административной зависимости отдела стратегического планирования;
4. Отсутствие стратегического контроля и не понимание его сущности.

Таким образом мы рассмотрели проблемы, с которыми сталкивается организация в процессах разработки и реализации стратегии развития. Рассмотренные проблемы в значительной степени снижают эффективность стратегического управления. Нежелание замечать данные проблемы или бездействие в борьбе с ними, могут негативно сказаться на деятельности организации в будущем.

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

1. Беликова И.П. Проблемы реализации стратегии предприятия [Электронный ресурс] / И.П. Беликова // Вестник СевКавГТИ. — 2015. — № 3 (22). — с. 8 - 12. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=24307754> (Дата обращения 22.11.2019)
2. Бир Ст., Мозг фирмы. – М.: Радио и связь, 1993. – С.54 - 56.

3. Магданов П.В. Проблемы и трудности внедрения стратегического планирования в российских компаниях [Текст] / П.В. Магданов // Вестник Пермского Университета — 2008. — № 8 (24). — с. 22 - 27.

4. Никулина В.А. Анализ подходов к пониманию понятий стратегия и стратегия развития [Электронный ресурс] / В.А. Никулина // VIII Международная студенческая научная конференция "Студенческий научный форум 2016" —2016. Режим доступа: <https://scienceforum.ru/2016/article/2016025378>

5. Руденко М.Н. Теория экономического развития как основа формирования стратегий интеграции предпринимательских структур [Электронный ресурс] / М.Н. Руденко // Российское предпринимательство. — 2015. —№ 2 (272). – с. 211 - 226. Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/journals/index.php/rp/article/view/71> / (дата обращения 20.11.2019)

© Е.Ю. Павленко 2019

УДК 336.01

Э.А. Пиль

Академик РАН, д - р тех. наук, профессор  
Государственный университет аэрокосмического приборостроения  
г. Санкт - Петербург, РФ  
E - mail: [epyle@rambler.ru](mailto:epyle@rambler.ru)

### ПОСТРОЕНИЕ 3D - ГРАФИКОВ ДЛЯ $V_{eu}$ ПРИ $X_{3eu}$

**Аннотация:** Рассматривается актуальный вопрос построения 3D - графиков  $V_{eu}$  получение на основе расчетных значений переменной  $X_3$ , а также переменных  $X_{1eu}$ ,  $X_{2eu}$ ,  $X_{4eu}$ ,  $X_{5eu}$  и  $X_{6eu}$ . Построенные 3D - графики  $V_{eu}$  дают наглядное представление как они изменяются в зависимости от двух переменных.

**Ключевые слова:** 3D - графики, расчетная переменная  $X_{3eu}$ , параметр  $V_{eu}$  характеризующий ВВП, Excel.

В представленной ниже статье рассмотрен вопрос расчета параметра  $V_{eu}$ , который можно представить в виде значения ВВП (GDP). Полученные расчеты изображены в виде 3D - графиков. При этом переменные могут быть как постоянными, уменьшаться, так и увеличиваться. Таким образом, в статье рассмотрена зависимость изменения  $V_{eu}$  от шести переменных, т.е.  $V_{eu} = f(X_{1eu}, X_{2eu}, X_{3eu}, X_{4eu}, X_{5eu}, X_{6eu})$ .

Итак, на рисунке 1 показан 3D - график  $V_{eu}$ , когда значения переменных были следующими  $X_{1eu}=0,2..0,1$ ,  $X_{2eu}=X_{3eu}=X_{4eu}=X_{5eu}=1$ ,  $X_{6eu}=0,1..1$ . Как видно из данного рисунка построенная поверхность уменьшается в 1,95 раз.

На следующем рисунке 2 изображенный 3D - график  $V_{eu}$  при переменных  $X_{1eu}=0,2..24$ ,  $X_{2eu}=X_{3eu}=X_{4eu}=1$ ,  $X_{5eu}=1..10$ ,  $X_{6eu}=0,1..1$  увеличивается в 1000 раз.

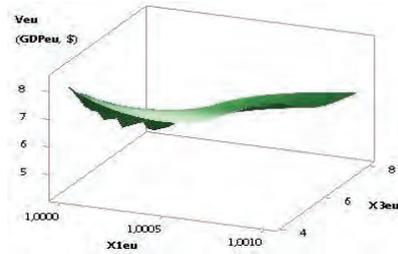


Рис. 1.  $V_{eu} = f(X_{1eu}, X_{2eu}, X_{3eu}, X_{4eu}, X_{5eu}, X_{6eu})$

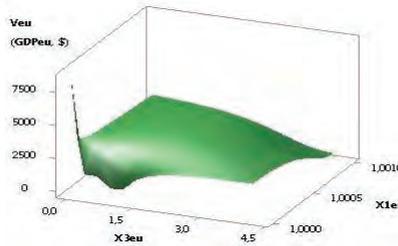


Рис. 2.  $V_{eu} = f(X_{1eu}, X_{2eu}, X_{3eu}, X_{4eu}, X_{5eu}, X_{6eu})$

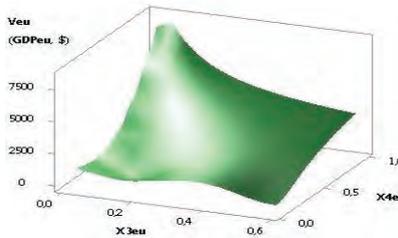


Рис. 3.  $V_{eu} = f(X_{1eu}, X_{2eu}, X_{3eu}, X_{4eu}, X_{5eu}, X_{6eu})$

На следующих двух рисунках 3 и 4 представлены 3D - графики  $V_{eu}$ , когда переменные были  $X_{1su}=1,7..24, X_{2eu}=X_{3eu}=1, X_{5eu}=1..10, X_{4eu}=X_{6eu}=0,1..1$  и  $X_{1su}=1,7..243, X_{2eu}=1, X_{3eu}=X_{5eu}=1..10, X_{4eu}=X_{6eu}=0,1..1$  соответственно. Как видим, построенные 3D - графики на рисунках 3 и 4 увеличиваются в обоих случаях в 1000 раз.

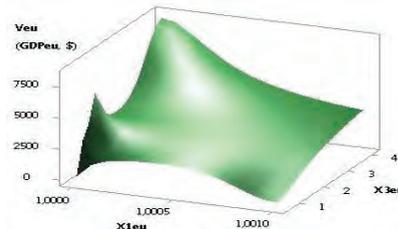


Рис. 4.  $V_{eu} = f(X_{1eu}, X_{2eu}, X_{3eu}, X_{4eu}, X_{5eu}, X_{6eu})$

Рассчитанные значения для 3D - графика  $V_{eu}$  на рисунке 5 при переменных  $X1_{su}=1,7..2,4, X2_{eu}=X3_{eu}=X5_{eu}=1..10, X4_{eu}=X6_{eu}=0,1..1$  увеличиваются в 1000 раз с 8,34 до 8338.

Из следующего рисунка 6 видно, что при переменных  $X1_{su}= 0,1..0,001, X2_{eu}=1..10, X3_{eu}= X4_{eu}= X5_{eu}= X6_{eu}=1$  значения  $V_{eu}$  остаются неизменными.

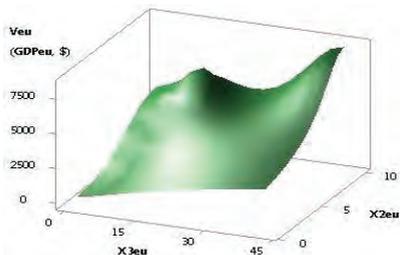


Рис. 5.  $V_{eu} = f(X1_{eu}, X2_{eu}, X3_{eu}, X4_{eu}, X5_{eu}, X6_{eu})$

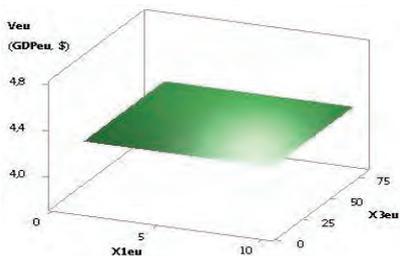


Рис. 6.  $V_{eu} = f(X1_{eu}, X2_{eu}, X3_{eu}, X4_{eu}, X5_{eu}, X6_{eu})$

© Э.А.Пиль, 2019

УДК 336.01

Э.А. Пиль

Академик РАН, д - р тех. наук, профессор  
Государственный университет аэрокосмического приборостроения  
г. Санкт - Петербург, РФ  
E - mail: epyle@rambler.ru

### ВАРИАНТЫ 3D - ГРАФИКОВ ДЛЯ $V_{eu}$ ПРИ $X3_{eu}$

**Аннотация:** Рассматривается актуальный вопрос построения 3D - графиков  $V_{eu}$  получение на основе расчетных значений переменной  $X3$ , а также переменных  $X1_{eu}, X2_{eu}, X4_{eu}, X5_{eu}$  и  $X6_{eu}$ . Построенные 3D - графики  $V_{eu}$  дают наглядное представление как они изменяются в зависимости от двух переменных.

**Ключевые слова:** 3D - графики, расчетная переменная  $X_{3eu}$ , параметр  $Ve_u$  характеризующий ВВП, Excel.

В представленной ниже статье рассмотрен вопрос расчета параметра  $Ve_u$ , который можно представить в виде значения ВВП (GDP). Полученные расчеты изображены в виде 3D - графиков. При этом переменные могут быть как постоянными, уменьшаться, так и увеличиваться. Таким образом, в статье рассмотрена зависимость изменения  $Ve_u$  от шести переменных, т.е.  $Ve_u = f(X_{1eu}, X_{2eu}, X_{3eu}, X_{4eu}, X_{5eu}, X_{6eu})$ .

Как видно из рисунков 1 и 2 были построены при  $X_{1su}=0,1..0,01, X_{2eu}= X_{3eu}=1..10, X_{4eu}=X_{5eu}= X_{6eu}=1$  и  $X_{1su}=0,1..0,01, X_{2eu}= X_{3eu}=1..10, X_{4eu}=0,1..1, X_{5eu}= X_{6eu}=1$  соответственно. Здесь на рис. 1 и 2 значения  $Ve_u$  остаются неизменными и равны 4,27.

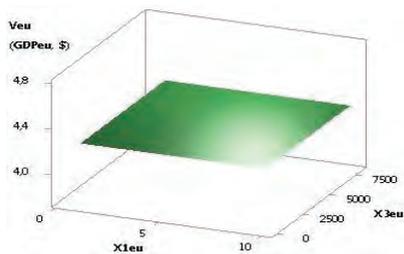


Рис. 1.  $Ve_u = f(X_{1eu}, X_{2eu}, X_{3eu}, X_{4eu}, X_{5eu}, X_{6eu})$

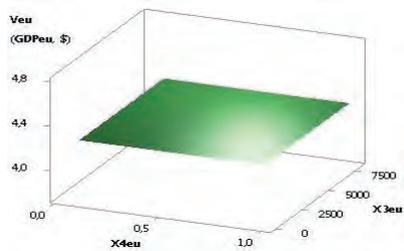


Рис. 2.  $Ve_u = f(X_{1eu}, X_{2eu}, X_{3eu}, X_{4eu}, X_{5eu}, X_{6eu})$

На следующих двух рисунках 3 и 4 представлены 3D - графики  $Ve_u$  при  $X_{1su}=0,1..0,01, X_{2eu}= X_{3eu}= X_{5eu}= 1..10, X_{4eu}=0,1..1, X_{6eu}=1$  и  $X_{1su}= 0,1..0,24, X_{2eu}= X_{3eu}= X_{4eu}=X_{5eu}= 1, X_{6eu}=1..0,1$  соответственно. Здесь на рисунке 3 3D - график  $Ve_u$  увеличивается в 1951,37 раз. На рисунке же 4 3D - график  $Ve_u$  увеличивается в 1,95 раз.

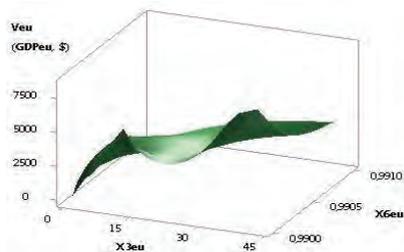


Рис. 3.  $Ve_u = f(X_{1eu}, X_{2eu}, X_{3eu}, X_{4eu}, X_{5eu}, X_{6eu})$

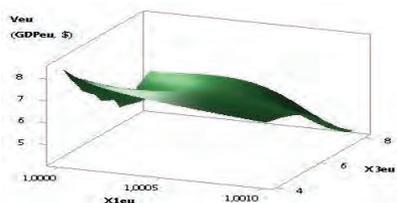


Рис. 4.  $V_{eu} = f(X1_{eu}, X2_{eu}, X3_{eu}, X4_{eu}, X5_{eu}, X6_{eu})$

Из рисунков 5 и 6 видно, что построенные зависимости  $V_{eu}$  при  $X1_{su}=0,1..0,001, X2_{eu}=X3_{eu}=X4_{eu}=1, X5_{eu}=X6_{eu}=1.0, 1$  и  $X1_{su}=0,1..0,01, X2_{eu}=X3_{eu}=1, X4_{eu}=X5_{eu}=X6_{eu}=1..0, 1$  уменьшаются в обоих случаях в 1000 раз.

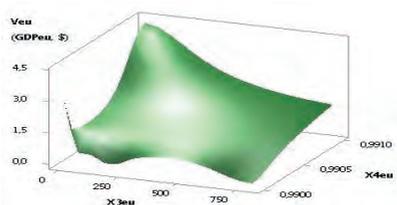


Рис. 5.  $V_{eu} = f(X1_{eu}, X2_{eu}, X3_{eu}, X4_{eu}, X5_{eu}, X6_{eu})$

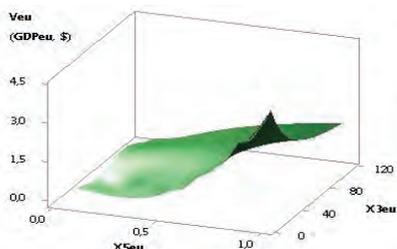


Рис. 6.  $V_{eu} = f(X1_{eu}, X2_{eu}, X3_{eu}, X4_{eu}, X5_{eu}, X6_{eu})$

© Э.А.Пиль, 2019

УДК 336.01

Э.А. Пиль

Академик РАН, д - р тех. наук, профессор

Государственный университет аэрокосмического приборостроения

г. Санкт - Петербург, РФ

E - mail: epyle@rambler.ru

### ВЛИЯНИЕ ПЕРЕМЕННОЙ $X3_{eu}$ НА 3D - ГРАФИКИ ДЛЯ $V_{eu}$

**Аннотация:** Рассматривается актуальный вопрос построения 3D - графиков  $V_{eu}$  получение на основе расчетных значений переменной  $X3$ , а также переменных  $X1_{eu}, X2_{eu}$ ,

X4eu, X5eu и X6eu. Построенные 3D - графики Veu дают наглядное представление как они изменяются в зависимости от двух переменных.

**Ключевые слова:** 3D - графики, расчетная переменная X3eu, параметр Veu характеризующий ВВП, Excel.

В представленной ниже статье рассмотрен вопрос расчета параметра Veu, который можно представить в виде значения ВВП (GDP). Полученные расчеты изображены в виде 3D - графиков. При этом переменные могут быть как постоянными, уменьшаться, так и увеличиваться. Таким образом, в статье рассмотрена зависимость изменения Veu от шести переменных, т.е.  $Veu = f(X1eu, X2eu, X3eu, X4eu, X5eu, X6eu)$ .

На рисунке 1 показан 3D - график для Veu при X1su = 1, X2eu = 1..0,1, X3eu = 8,03..1,14, X4eu = X5eu = X6eu = 1..0,1. Из этого рисунка видно, что значения 3D - графика для Veu уменьшаются в 1000 раз, что нецелесообразно использовать при развитии экономического кризиса, так как с такими переменными значениями будет невозможно выйти из него.

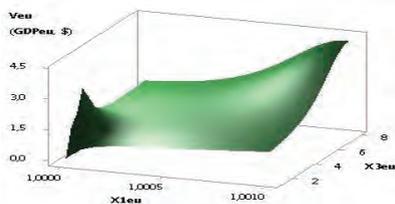


Рис. 1.  $Veu = f(X1eu, X2eu, X3eu, X4eu, X5eu, X6eu)$

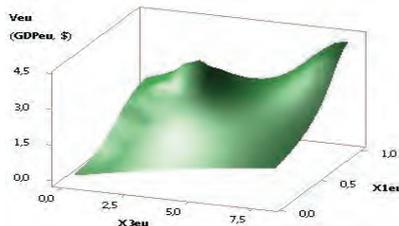


Рис. 2.  $Veu = f(X1eu, X2eu, X3eu, X4eu, X5eu, X6eu)$

Следующий рисунок 2 дает наглядное представление, что при значениях переменных X1su = X2eu = X4eu = X5eu = X6eu = 1..0,1, X3eu = 8,03..0,11 построенный 3D - график для Veu также уменьшается в 1000 раз. В этом случае также не рекомендуется применять данные значения переменных.

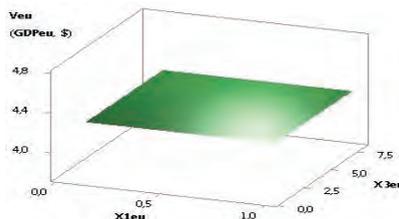


Рис. 3.  $Veu = f(X1eu, X2eu, X3eu, X4eu, X5eu, X6eu)$

На следующих двух рисунках 3 и 4 показаны 3D - графики для  $V_{eu} = f(X1_{eu}, X2_{eu}, X3_{eu}, X4_{eu}, X5_{eu}, X6_{eu})$ , когда переменные были  $X1_{su} = 1..0,1$ ,  $X2_{eu} = X4_{eu} = X5_{eu} = X6_{eu} = 1$ ,  $X3_{eu} = 8,03..0,8$  и  $X1_{su} = X2_{eu} = 1..0,1$ ,  $X3_{eu} = 8,03..0,01$ ,  $X4_{eu} = X5_{eu} = X6_{eu} = 1$  соответственно. Здесь на рисунках 3 и 4 значения 3D - графиков для  $V_{eu}$  не изменяются.

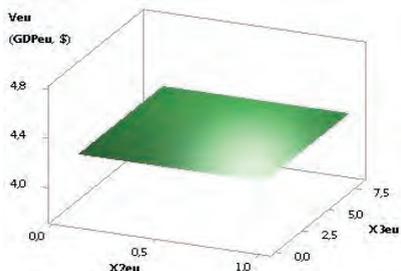


Рис. 4.  $V_{eu} = f(X1_{eu}, X2_{eu}, X3_{eu}, X4_{eu}, X5_{eu}, X6_{eu})$

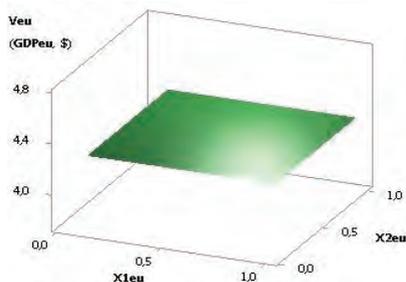


Рис. 5.  $V_{eu} = f(X1_{eu}, X2_{eu}, X3_{eu}, X4_{eu}, X5_{eu}, X6_{eu})$

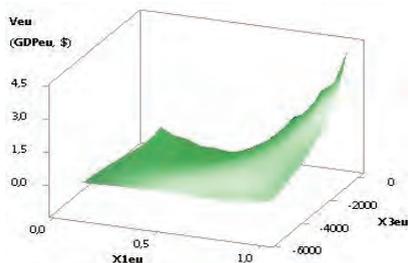


Рис. 6.  $V_{eu} = f(X1_{eu}, X2_{eu}, X3_{eu}, X4_{eu}, X5_{eu}, X6_{eu})$

Следующие два рисунка 5 и 6 были построены при  $X1_{su} = X2_{eu} = 1..0,1$ ,  $X3_{eu} = 8,03..0,001$ ,  $X4_{eu} = 1..0,1$ ,  $X5_{eu} = X6_{eu} = 1$  и  $X1_{su} = X2_{eu} = 0,1..0,1$ ,  $X3_{eu} = 8,03$ ,  $X4_{eu} = X5_{eu} = 1..0,1$ ,  $X6_{eu} = 1$ . Здесь на рисунке 5 построенный 3D - график для  $V_{eu}$  имеет постоянные значения, а на рисунке 6 уменьшается в 4,25 раза.

### ЗАВИСИМОСТЬ 3D - ГРАФИКОВ ПАРАМЕТРА $V_{eu}$ ОТ $X_{3eu}$

**Аннотация:** Рассматривается актуальный вопрос построения 3D - графиков  $V_{eu}$  получение на основе расчетных значений переменной  $X_3$ , а также переменных  $X_{1eu}$ ,  $X_{2eu}$ ,  $X_{4eu}$ ,  $X_{5eu}$  и  $X_{6eu}$ . Построенные 3D - графики  $V_{eu}$  дают наглядное представление как они изменяются в зависимости от двух переменных.

**Ключевые слова:** 3D - графики, расчетная переменная  $X_{3eu}$ , параметр  $V_{eu}$  характеризующий ВВП, Excel.

В представленной ниже статье рассмотрен вопрос расчета параметра  $V_{eu}$ , который можно представить в виде значения ВВП (GDP). Полученные расчеты изображены в виде 3D - графиков. При этом переменные могут быть как постоянными, уменьшаться, так и увеличиваться. Таким образом, в статье рассмотрена зависимость изменения  $V_{eu}$  от шести переменных, т.е.  $V_{eu} = f(X_{1eu}, X_{2eu}, X_{3eu}, X_{4eu}, X_{5eu}, X_{6eu})$ .

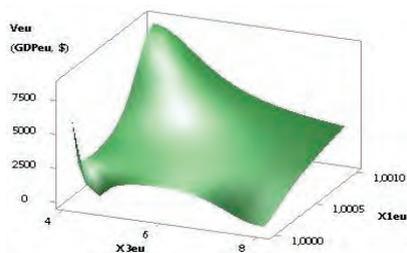


Рис. 1.  $V_{eu} = f(X_{1eu}, X_{2eu}, X_{3eu}, X_{4eu}, X_{5eu}, X_{6eu})$

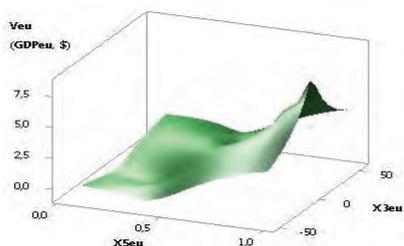


Рис. 2.  $V_{eu} = f(X_{1eu}, X_{2eu}, X_{3eu}, X_{4eu}, X_{5eu}, X_{6eu})$

Для построения двух 3D - графиков на рисунках 1 и 2 были использованы следующие значения переменных  $X_{1su} = 1$ ,  $X_{2eu} = X_{5eu} = 10..1$ ,  $X_{3eu} = 4,09..8,03$ ,  $X_{4eu} = 1$ ,  $X_{6eu} = 0,1..1$  и  $X_{1su} = X_{2eu} = 1$ ,  $X_{3eu} = 4,11..17,23$ ,  $X_{4eu} = 1$ ,  $X_{5eu} = 1..0,1$ ,  $X_{6eu} = 0,1..1$ . На рисунке 1 представленный 3D - график для  $V_{eu}$  уменьшается в 1960,88 раз, а на рисунке 2 3D - график для  $V_{eu}$  уменьшается в 27,05 раз.

Построенный 3D - график для  $V_{eu}$  на рисунке 3 при  $X_{1eu} = X_{2eu} = 1$ ,  $X_{3eu} = 8,03..0,04$ ,  $X_{4eu} = 1$ ,  $X_{5eu} = 1..10$ ,  $X_{6eu} = 1..0,1$  увеличивается в 1960,88 раз.

Из следующего рисунка 4 видно, что 3D - график для  $V_{eu}$  при переменных  $X_{1eu} = X_{2eu} = 1$ ,  $X_{3eu} = 8,03..0,006$ ,  $X_{4eu} = 1..0,1$ ,  $X_{5eu} = 1..10$ ,  $X_{6eu} = 1$ , увеличивается в 1951,37 раз.

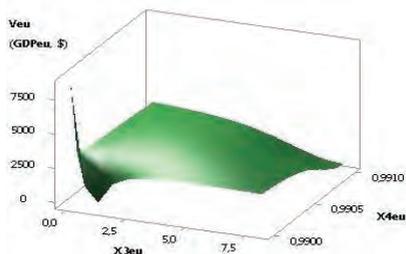


Рис. 3.  $V_{eu} = f(X_{1eu}, X_{2eu}, X_{3eu}, X_{4eu}, X_{5eu}, X_{6eu})$

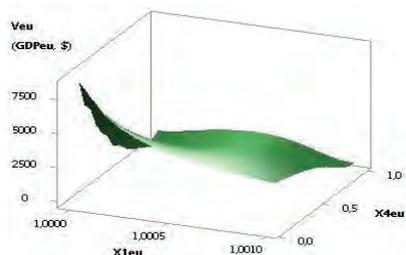


Рис. 4.  $V_{eu} = f(X_{1eu}, X_{2eu}, X_{3eu}, X_{4eu}, X_{5eu}, X_{6eu})$

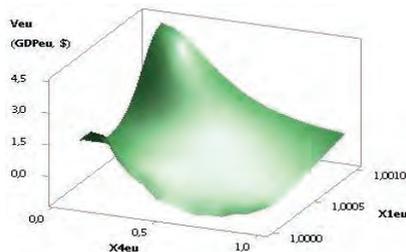


Рис. 5.  $V_{eu} = f(X_{1eu}, X_{2eu}, X_{3eu}, X_{4eu}, X_{5eu}, X_{6eu})$

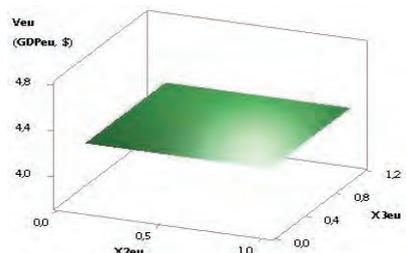


Рис. 6.  $V_{eu} = f(X_{1eu}, X_{2eu}, X_{3eu}, X_{4eu}, X_{5eu}, X_{6eu})$

На последних двух рисунках 5 и 6 были построены 3D - графики для  $V_{eu}$  при  $X_{1su} = X_{2eu} = 1$ ,  $X_{3eu} = 1,14$ ,  $X_{4eu} = 0,1..1$ ,  $X_{5eu} = 1..0,1$ ,  $X_{6eu} = 1$  и  $X_{1su} = 1$ ,  $X_{2eu} = 1..0,1$ ,  $X_{3eu} = 1,14..0,08$ ,  $X_{4eu} = 0,1..1$ ,  $X_{5eu} = X_{6eu} = 1$  соответственно. Здесь на рисунке 5 значения  $V_{eu}$  уменьшаются в 4,25 раза, а на рис. 6 значения 3D - графика не изменяются и равны 4,27.

© Э.А.Пиль, 2019

УДК 336.01

Э.А. Пиль

Академик РАН, д - р тех. наук, профессор

Государственный университет аэрокосмического приборостроения

г. Санкт - Петербург, РФ

E - mail: epyle@rambler.ru

### РАСЧЕТ $X_{3eu}$ И ПОСТРОЕНИЕ 3D - ГРАФИКОВ ДЛЯ $V_{eu}$

**Аннотация:** Рассматривается актуальный вопрос построения 3D - графиков  $V_{eu}$  получение на основе расчетных значений переменной  $X_3$ , а также переменных  $X_{1eu}$ ,  $X_{2eu}$ ,  $X_{4eu}$ ,  $X_{5eu}$  и  $X_{6eu}$ . Построенные 3D - графики  $V_{eu}$  дают наглядное представление как они изменяются в зависимости от двух переменных.

**Ключевые слова:** 3D - графики, расчетная переменная  $X_{3eu}$ , параметр  $V_{eu}$  характеризующий ВВП, Excel.

В представленной ниже статье рассмотрен вопрос расчета параметра  $V_{eu}$ , который можно представить в виде значения ВВП (GDP). Полученные расчеты изображены в виде 3D - графиков. При этом переменные могут быть как постоянными, уменьшаться, так и увеличиваться. Таким образом, в статье рассмотрена зависимость изменения  $V_{eu}$  от шести переменных, т.е.  $V_{eu} = f(X_{1eu}, X_{2eu}, X_{3eu}, X_{4eu}, X_{5eu}, X_{6eu})$ .

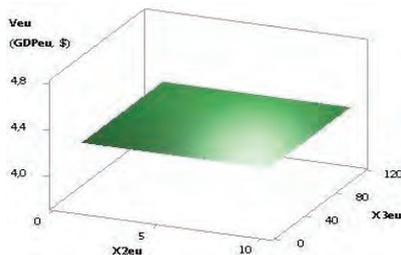


Рис. 1.  $V_{eu} = f(X_{1eu}, X_{2eu}, X_{3eu}, X_{4eu}, X_{5eu}, X_{6eu})$

На рис. 1 показан 3D - график для  $V_{eu}$  при  $X_{1su} = 1$ ,  $X_{2eu} = 1..10$ ,  $X_{3eu} = 8,03..113,78$ ,  $X_{4eu} = 1..0,1$ ,  $X_{5eu} = X_{6eu} = 1$ . Из этого рисунка видно, что значения 3D - графика остаются неизменными.

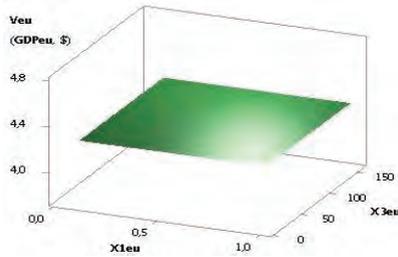


Рис. 2.  $V_{eu} = f(X_{1eu}, X_{2eu}, X_{3eu}, X_{4eu}, X_{5eu}, X_{6eu})$

Следующий рисунок 2 дает наглядное представление, что при значениях переменных  $X_{1su} = 1.0, 1.0, 1.124$ ,  $X_{2eu} = 1.10$ ,  $X_{3eu} = 8,03..80,26$ ,  $X_{4eu} = X_{5eu} = X_{6eu} = 1$  построенный 3D - график для  $V_{eu}$  также остаются неизменными.

На следующих двух рисунках 3 и 4 показаны 3D - графики для  $V_{eu} = f(X_{1eu}, X_{2eu}, X_{3eu}, X_{4eu}, X_{5eu}, X_{6eu})$ , когда переменные были  $X_{1su} = 1.10$ ,  $X_{2eu} = 1.0, 1$ ,  $X_{3eu} = 8,03..0,8$ ,  $X_{4eu} = X_{5eu} = X_{6eu} = 1$  и  $X_{1su} = 1.10$ ,  $X_{2eu} = X_{4eu} = X_{5eu} = X_{6eu} = 1$ ,  $X_{3eu} = 8,03..80,26$  соответственно. Здесь на рисунках 3 и 4 значения 3D - графиков для  $V_{eu}$  не изменяются и равны 4,27.

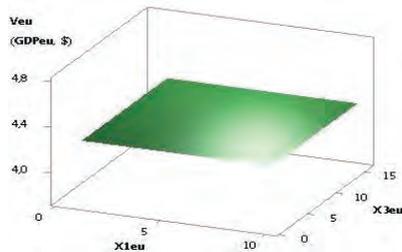


Рис. 3.  $V_{eu} = f(X_{1eu}, X_{2eu}, X_{3eu}, X_{4eu}, X_{5eu}, X_{6eu})$

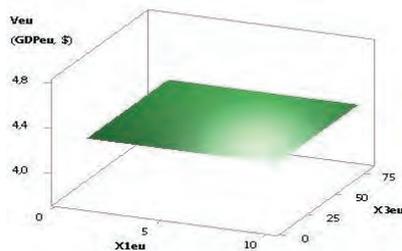


Рис. 4.  $V_{eu} = f(X_{1eu}, X_{2eu}, X_{3eu}, X_{4eu}, X_{5eu}, X_{6eu})$

Следующие два рисунка 5 и 6 были построены при  $X_{1su} = X_{2eu} = 1$ ,  $X_{3eu} = 0,58..2,8$ ,  $X_{4eu} = X_{6eu} = 0,1..1$ ,  $X_{5eu} = 1.0, 1$  и  $X_{1su} = X_{2eu} = 1$ ,  $X_{3eu} = 8,03..0,006$ ,  $X_{4eu} = X_{6eu} = 1.0, 1$ ,  $X_{5eu} = 1..10$ . Здесь на рисунке 5 построенный 3D - график для  $V_{eu}$  уменьшается в 27,05 раз, а на рисунке 6 увеличивается в 1960,88 раз.

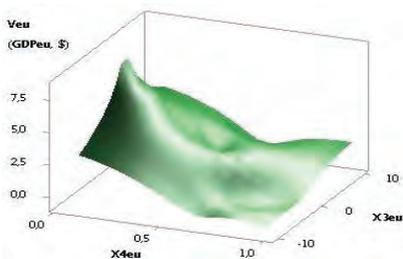


Рис. 5.  $Ve_u = f(X1_{eu}, X2_{eu}, X3_{eu}, X4_{eu}, X5_{eu}, X6_{eu})$

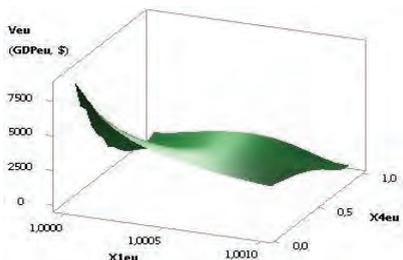


Рис. 6.  $Ve_u = f(X1_{eu}, X2_{eu}, X3_{eu}, X4_{eu}, X5_{eu}, X6_{eu})$

© Э.А.Пиль, 2019

УДК 336.01

**Э.А. Пиль**

Академик РАН, д - р тех. наук, профессор

Государственный университет аэрокосмического приборостроения

г. Санкт - Петербург, РФ

E - mail: epyle@rambler.ru

### ПОСТРОЕНИЕ 3D - ГРАФИКОВ ДЛЯ $Ve_u$ ПРИ $X3_{eu}$ И ИХ АНАЛИЗ

**Аннотация:** Рассматривается актуальный вопрос построения 3D - графиков  $Ve_u$  получение на основе расчетных значений переменной  $X3$ , а также переменных  $X1_{eu}$ ,  $X2_{eu}$ ,  $X4_{eu}$ ,  $X5_{eu}$  и  $X6_{eu}$ . Построенные 3D - графики  $Ve_u$  дают наглядное представление как они изменяются в зависимости от двух переменных.

**Ключевые слова:** 3D - графики, расчетная переменная  $X3_{eu}$ , параметр  $Ve_u$  характеризующий ВВП, Excel.

В представленной ниже статье рассмотрен вопрос расчета параметра  $Ve_u$ , который можно представить в виде значения ВВП (GDP). Полученные расчеты изображены в виде 3D - графиков. При этом переменные могут быть как постоянными, уменьшаться, так и

увеличиваться. Таким образом, в статье рассмотрена зависимость изменения  $Ve_u$  от шести переменных, т.е.  $Ve_u = f(X1_{eu}, X2_{eu}, X3_{eu}, X4_{eu}, X5_{eu}, X6_{eu})$ .

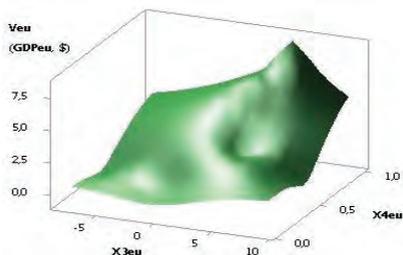


Рис. 1.  $Ve_u = f(X1_{eu}, X2_{eu}, X3_{eu}, X4_{eu}, X5_{eu}, X6_{eu})$

Для построения двух 3D - графиков на рисунках 1 и 2 были использованы следующие значения переменных  $X1_{su} = X2_{eu} = 1$ ,  $X3_{eu} = 4,11.. - 1,21$ ,  $X4_{eu} = X5_{eu} = 1..0,1$ ,  $X6_{eu} = 0,1..1$  и  $X1_{su} = X2_{eu} = 1$ ,  $X3_{eu} = 1,14..0,001$ ,  $X4_{eu} = 0,1..1$ ,  $X5_{eu} = 1..10$ ,  $X6_{eu} = 1..0,1$ . На рисунке 1 представленный 3D - график для  $Ve_u$  уменьшается в 27,05 раз, а на рисунке 2 3D - график для  $Ve_u$  увеличивается в 1960,55 раз.

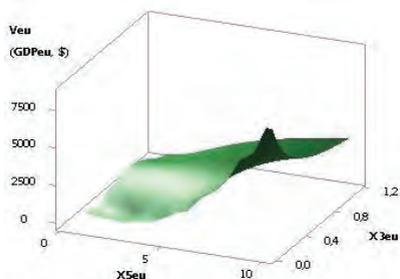


Рис. 2.  $Ve_u = f(X1_{eu}, X2_{eu}, X3_{eu}, X4_{eu}, X5_{eu}, X6_{eu})$

Построенный 3D - график для  $Ve_u$  на рисунке 3 при  $X1_{su} = 1$ ,  $X2_{eu} = 1..0,1$ ,  $X3_{eu} = 0,58.. - 0,09$ ,  $X4_{eu} = X6_{eu} = 0,1..1$ ,  $X5_{eu} = 1..0,1$ , уменьшается в 27,05 раз.

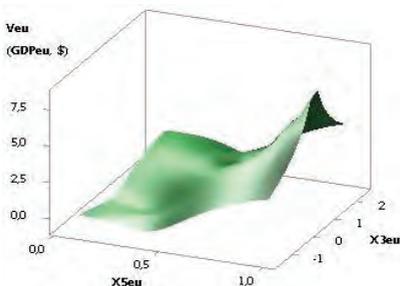


Рис. 3.  $Ve_u = f(X1_{eu}, X2_{eu}, X3_{eu}, X4_{eu}, X5_{eu}, X6_{eu})$

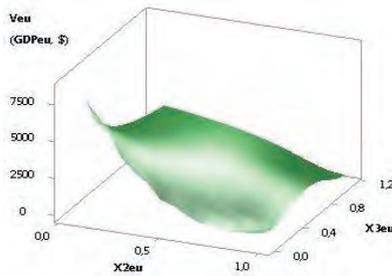


Рис. 4.  $Ve_u = f(X1eu, X2eu, X3eu, X4eu, X5eu, X6eu)$

Из следующего рисунка 4 видно, что 3D - график для  $Ve_u$  при переменных  $X1su = 1$ ,  $X2eu = X6eu = 1.0, 1$ ,  $X3eu = 1,14...0,0004$ ,  $X4eu = 0,1..1$ ,  $X5eu = 1..10$ , увеличивается в 1960,88 раз.

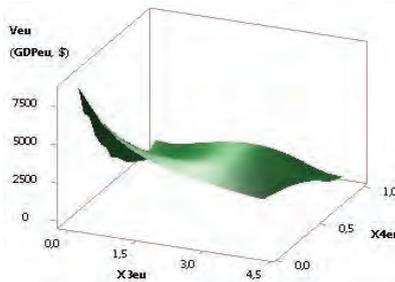


Рис. 5.  $Ve_u = f(X1eu, X2eu, X3eu, X4eu, X5eu, X6eu)$

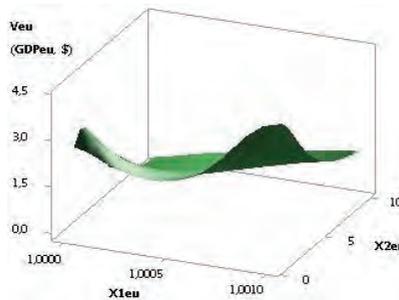


Рис. 6.  $Ve_u = f(X1eu, X2eu, X3eu, X4eu, X5eu, X6eu)$

На последних двух рисунках 5 и 6 были построены 3D - графики для  $Ve_u$  при  $X1su = 1$ ,  $X2eu = X4eu = 1.0, 1$ ,  $X3eu = 8,03..0,0001$ ,  $X5eu = 1..10$ ,  $X6eu = 0,1..1$  и  $X1su = 1$ ,  $X2eu = 1..10$ ,  $X3eu = 1,14..80257$ ,  $X4eu = 0,1..1$ ,  $X5eu = X6eu = 1.0, 1$  соответственно. Здесь на рисунке 5 значения  $Ve_u$  увеличиваются в 1000 раз, а на рис. 6 значения 3D - графика уменьшаются в 1000 раз.

### ПЕРЕМЕННАЯ $X_{3eu}$ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА 3D - ГРАФИКИ ДЛЯ ПАРАМЕТРА $Ve_u$

**Аннотация:** Рассматривается актуальный вопрос построения 3D - графиков  $Ve_u$  получение на основе расчетных значений переменной  $X_3$ , а также переменных  $X_{1eu}$ ,  $X_{2eu}$ ,  $X_{4eu}$ ,  $X_{5eu}$  и  $X_{6eu}$ . Построенные 3D - графики  $Ve_u$  дают наглядное представление как они изменяются в зависимости от двух переменных.

**Ключевые слова:** 3D - графики, расчетная переменная  $X_{3eu}$ , параметр  $Ve_u$  характеризующий ВВП, Excel.

В представленной ниже статье рассмотрен вопрос расчета параметра  $Ve_u$ , который можно представить в виде значения ВВП (GDP). Полученные расчеты изображены в виде 3D - графиков. При этом переменные могут быть как постоянными, уменьшаться, так и увеличиваться. Таким образом, в статье рассмотрена зависимость изменения  $Ve_u$  от шести переменных, т.е.  $Ve_u = f(X_{1eu}, X_{2eu}, X_{3eu}, X_{4eu}, X_{5eu}, X_{6eu})$ .

Итак, на рисунке 1 показан 3D - график  $Ve_u$ , когда значения переменных были следующими  $X_{1su} = 1$ ,  $X_{2eu} = 1.0, 1$ ,  $X_{3eu} = 1, 14..0,0004$ ,  $X_{4eu} = 0, 1..1$ ,  $X_{5eu} = 1..10$ ,  $X_{6eu} = 1.0, 1$ . Как видно из данного рисунка построенная поверхность увеличивается в 1960,88 раз. На следующем рисунке 2 изображенный 3D - график  $Ve_u$  при переменных  $X_{1su} = 1$ ,  $X_{2eu} = 1..10$ ,  $X_{3eu} = 4, 11.. - 120,86$ ,  $X_{4eu} = X_{5eu} = 1.0, 1$ ,  $X_{6eu} = 0, 1..1$  уменьшается в 27,04 раз.

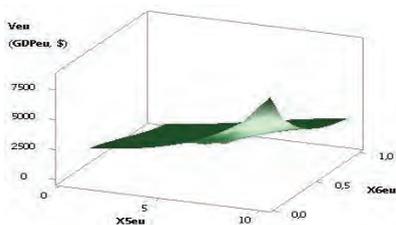


Рис. 1.  $Ve_u = f(X_{1eu}, X_{2eu}, X_{3eu}, X_{4eu}, X_{5eu}, X_{6eu})$

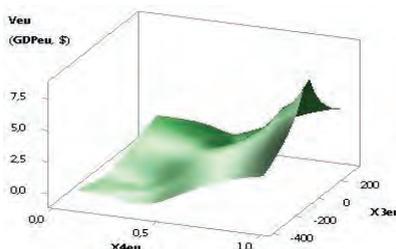


Рис. 2.  $Ve_u = f(X_{1eu}, X_{2eu}, X_{3eu}, X_{4eu}, X_{5eu}, X_{6eu})$

На следующих двух рисунках 3 и 4 представлены 3D - графики  $V_{eu}$ , когда переменные были  $X1_{eu} = 1$ ,  $X2_{eu} = X4_{eu} = X5_{eu} = 1..0,1$ ,  $X3_{eu} = 4,11.. - 0,01$ ,  $1$ ,  $X6_{eu} = 0,1..1$  и  $X1_{su} = 1$ ,  $X2_{eu} = X5_{eu} = 1..10$ ,  $X3_{eu} = 1,14..4,09$ ,  $X4_{eu} = 0,1..1$ ,  $X6_{eu} = 1..0,1$  соответственно. Как видим, построенный 3D - график на рисунке 3 уменьшается в 27,04 раз, а на рис. 4 увеличивается в 1960,88 раз.

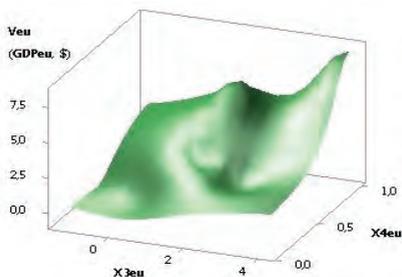


Рис. 3.  $V_{eu} = f(X1_{eu}, X2_{eu}, X3_{eu}, X4_{eu}, X5_{eu}, X6_{eu})$

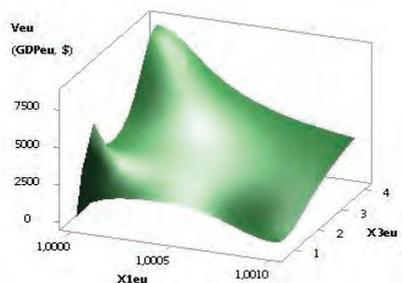


Рис. 4.  $V_{eu} = f(X1_{eu}, X2_{eu}, X3_{eu}, X4_{eu}, X5_{eu}, X6_{eu})$

Рассчитанные значения для 3D - графика  $V_{eu}$  на рисунке 5 при переменных  $X1_{su} = X4_{eu} = 1..0,1$ ,  $X2_{eu} = X5_{eu} = 1..10$ ,  $X3_{eu} = 8,03..0,06$ ,  $X6_{eu} = 1$  увеличиваются в 1951,37 раз с 4,27 до 8338,93. Из следующего рисунка 6 видно, что при переменных  $X1_{su} = 1..10$ ,  $X2_{eu} = X5_{eu} = 1..0,1$ ,  $X3_{eu} = 1,14.. - 0,85$ ,  $X4_{eu} = 0,1..1$ ,  $X6_{eu} = 1$  значения  $V_{eu}$  уменьшаются в 4,25 раза.

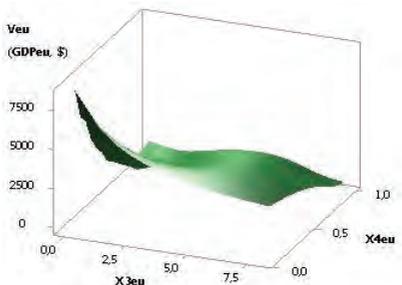


Рис. 5.  $V_{eu} = f(X1_{eu}, X2_{eu}, X3_{eu}, X4_{eu}, X5_{eu}, X6_{eu})$

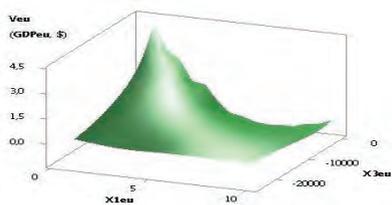


Рис. 6.  $V_{eu} = f(X1_{eu}, X2_{eu}, X3_{eu}, X4_{eu}, X5_{eu}, X6_{eu})$

© Э.А.Пиль, 2019

УДК 336.01

Э.А. Пиль

Академик РАН, д - р тех. наук, профессор  
 Государственный университет аэрокосмического приборостроения  
 г. Санкт - Петербург, РФ  
 E - mail: epyle@rambler.ru

### РАСЧЕТ $X3_{eu}$ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА 3D - ГРАФИКИ ДЛЯ ПАРАМЕТРА $V_{eu}$

**Аннотация:** Рассматривается актуальный вопрос построения 3D - графиков  $V_{eu}$  получение на основе расчетных значений переменной  $X3$ , а также переменных  $X1_{eu}$ ,  $X2_{eu}$ ,  $X4_{eu}$ ,  $X5_{eu}$  и  $X6_{eu}$ . Построенные 3D - графики  $V_{eu}$  дают наглядное представление как они изменяются в зависимости от двух переменных.

**Ключевые слова:** 3D - графики, расчетная переменная  $X3_{eu}$ , параметр  $V_{eu}$  характеризующий ВВП, Excel.

В представленной ниже статье рассмотрен вопрос расчета параметра  $V_{eu}$ , который можно представить в виде значения ВВП (GDP). Полученные расчеты изображены в виде 3D - графиков. При этом переменные могут быть как постоянными, уменьшаться, так и увеличиваться. Таким образом, в статье рассмотрена зависимость изменения  $V_{eu}$  от шести переменных, т.е.  $V_{eu} = f(X1_{eu}, X2_{eu}, X3_{eu}, X4_{eu}, X5_{eu}, X6_{eu})$ .

Рисунки 1 и 2 были построены при  $X1_{eu} = X2_{eu} = 1.0$ ,  $X3_{eu} = 1,14..0,00004$ ,  $X4_{eu} = 0,1..1$ ,  $X5_{eu} = 1..10$ ,  $X6_{eu} = 1$  и  $X1_{eu} = X2_{eu} = 1..10$ ,  $X3_{eu} = 8,03.. - 1208,6$ ,  $X4_{eu} = X5_{eu} = 1.0,1$ ,  $X6_{eu} = 1$  соответственно. Здесь на рис. 1 значения  $V_{eu}$  увеличиваются в 1951,37 раз, а на рис. 2 уменьшаются в 4,25 раза. В этом случае значения переменных для рис. 1 рекомендуется использовать для выхода страны из экономического кризиса.

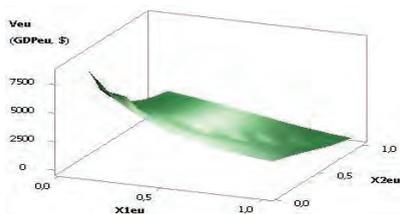


Рис. 1.  $V_{eu} = f(X1_{eu}, X2_{eu}, X3_{eu}, X4_{eu}, X5_{eu}, X6_{eu})$

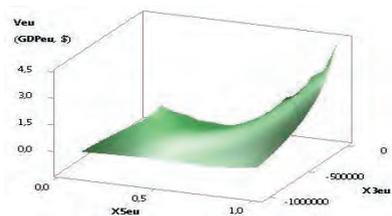


Рис. 2.  $V_{eu} = f(X1_{eu}, X2_{eu}, X3_{eu}, X4_{eu}, X5_{eu}, X6_{eu})$

На следующих двух рисунках 3 и 4 представлены 3D - графики  $V_{eu}$  при  $X1_{su} = X5_{eu} = 1..0,1$ ,  $X2_{eu} = 1..10$ ,  $X3_{eu} = ,$   $X4_{eu} = 0,1..1$ ,  $X6_{eu} = 1$  и  $X1_{su} = X5_{eu} = 1..10$ ,  $X2_{eu} = X4_{eu} = 1..0,1$ ,  $X3_{eu} = 8,03..0,001$ ,  $X6_{eu} = 1$  соответственно. Здесь на рисунке 3 3D - график  $V_{eu}$  уменьшается в 4,25 раза. На рисунке же 10 3D - график увеличивается в 1951,37 раз.

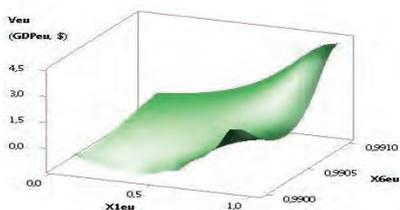


Рис. 3.  $V_{eu} = f(X1_{eu}, X2_{eu}, X3_{eu}, X4_{eu}, X5_{eu}, X6_{eu})$

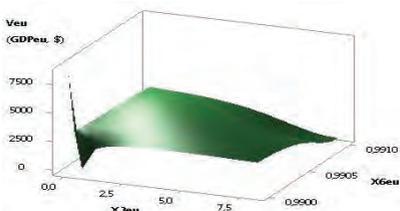


Рис. 4.  $V_{eu} = f(X1_{eu}, X2_{eu}, X3_{eu}, X4_{eu}, X5_{eu}, X6_{eu})$

Из последних рисунков 5 и 6 видно, были построенные зависимости  $V_{eu}$  при  $X1_{su} = X2_{eu} = X4_{eu} = 1..0,1$ ,  $X3_{eu} = 8,03..0,00001$ ,  $X5_{eu} = 1..10$ ,  $X6_{eu} = 1$  и  $X1_{su} = 0,9..0,8$ ,  $X2_{eu} = X3_{eu} = 1..10$ ,  $X4_{eu} = 0,1..1$ ,  $X5_{eu} = 1..0,1$ ,  $X6_{eu} = 1$ . Здесь на рис. 5 построенная зависимость  $V_{eu}$  увеличивается в 1951,37 раз, а на рис. 6 уменьшается в 4,25 раза.

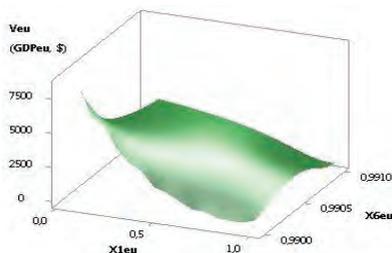


Рис. 5.  $V_{eu} = f(X1_{eu}, X2_{eu}, X3_{eu}, X4_{eu}, X5_{eu}, X6_{eu})$

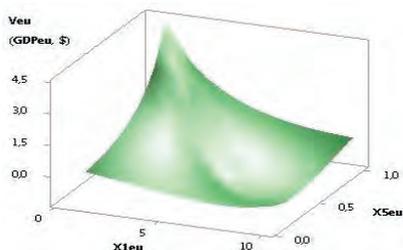


Рис. 6.  $Ve_u = f(X1e_u, X2e_u, X3e_u, X4e_u, X5e_u, X6e_u)$

© Э.А.Пиль, 2019

УДК - 33

**А.Г. Самойленко**

Студент 4 курса, ФГАОУ ВО СКФУ г. Ставрополь, РФ

E - mail: [elekoeva85@mail.ru](mailto:elekoeva85@mail.ru)

**Научный руководитель: И. В. Новикова**

доктор социологических наук, профессор ФГАОУ ВО СКФУ

г. Ставрополь, РФ

## **ПОНЯТИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА И ЕЕ МЕСТО В СИСТЕМЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ**

### **Аннотация**

В данной статье изложена сущность экономической безопасности, а также разница между понятиями «экономическая безопасность» и «национальная безопасность».

### **Ключевые слова**

Безопасность, страна, экономика, хозяйство, субъект, объект.

В основе национальной безопасности России лежит экономическая безопасность, которая является ее материальной базой. Благодаря экономической безопасности в нашей стране обеспечивается реализация независимой экономической политики, а также наблюдается невозможность различных стран глобальным образом повлиять на наше государство.

«Экономическая безопасность» и «национальная безопасность» – термины, возникшие относительно недавно. Понятие «национальная безопасность» более обширное, так как в него входят экологическая безопасность, оборонная, информационная безопасность.

Экономическая безопасность – это такое состояние национального хозяйства, способное обеспечивать постепенное развитие общества, его финансовую, социально - политическую стабильность, высокую обороноспособность в обстоятельствах воздействия отрицательных внешних и внутренних факторов, результативное управление, обеспечение экономических интересов на отечественном и мировом уровнях.

На экономическую безопасность влияет состояние социально - экономических взаимоотношений, формирование НТП.



Рисунок 1 – Составляющие материальной базы экономической безопасности

Система экономики страны в целом и ее элементы являются объектами экономической безопасности. Среди таких элементов можно выделить следующие: природные богатства, основные фонды, семья, недвижимость.

Экономическая безопасность страны состоит также и из субъектов: государство, законодательные органы власти, министерства и ведомства.

В любом государстве существуют угрозы безопасности – то, что отрицательно влияет как на целую страну, так и на общество и отдельно взятую личность.

В экономическую безопасность входят показатели экономической безопасности, среди которых можно выделить темпы роста ВВП, уровень и качество жизни, уровень безработицы, экономическая структура и др.

Чтобы в государстве экономическая безопасность положительно функционировала, необходимо создать меры по реализации экономической безопасности, например:

- спрогнозировать угрозы экономической безопасности;
- необходимо разработать законодательные акты по охране экономической безопасности страны;
- определить и устранить отрицательные черты в экономике;
- поддержать мобилизационные и стратегические ресурсы страны.

В экономическую безопасность входят 3 компонента. Один из них – независимость государства в хозяйстве, которая связывает экономики разных стран между собой. Хозяйственная независимость дает возможность стране принимать участие в мировой торговле, поддерживать конкурентоспособность страны на мировой арене.

Второй составляющей является устойчивость экономики государства, которая характеризуется охраной имущества, созданием условий для активной предпринимательской деятельности, ликвидацией тех условий, которые могут ослабить экономику.

Прогресс – это третий компонент экономической безопасности страны. Появление инноваций, их развитие, вложение в развивающиеся отрасли, модернизация производства, улучшение качества образовательных программ рабочих и сотрудников является ведущим моментом в государстве со стабильной экономикой.

Подводя итог можно сделать вывод, что экономическая безопасность России очень важна на современном этапе, подъем экономики благоприятно скажется для всей страны и

для мирового сообщества в условиях конкуренции и расширенного производства товаров и услуг.

### **Список использованной литературы**

1. Бабынина, Л. О. Европейский союз в поиске глобальной роли: политика, экономика, безопасность; под общ. ред. А. А. Громько, М. Г. Носова; Федер. гос. бюджет. учреждение науки, Ин - т Европы Рос. акад. наук., 2018.

Самойленко А.Г., Новикова И. В., 2019

**УДК336.1**

**Д.А. Сорокина**

магистрант, ИГЭУ, г. Иваново, РФ

E - mail: darina97\_06@mail.ru

### **ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ БИЗНЕС МОДЕЛЕЙ В СФЕРЕ УСЛУГ**

В данной статье рассмотрена особенность применения бизнес модели в сфере услуг. В современном мире в условиях сильнейшей конкурентной борьбы, экономического кризиса, ситуации высокого риска и неопределённости для предприятий всё важнее становится точное и эффективное управление ресурсами.

Задачи по увеличению эффективности деятельности предприятия хорошо решаются путём внедрения корпоративной информационной системы с реинжинирингом бизнес - процессов. Реинжиниринг бизнес - процессов - фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование бизнес - процессов для достижения максимального эффекта производственно - хозяйственной и финансово - экономической деятельности.[1] Ключевыми моментами реинжиниринга являются переориентация деятельности на бизнес - процессы и способ реализации изменений.[1]

Реинжиниринг применим не только в крупных хозяйственных структурах, банковских и финансовых институтов, но и успешно проводится в весьма малых компаниях или небольших подразделениях крупных корпораций. Так, например, в сфере услуг абсолютно преобладают малые и средние предприятия. Владельцы таких предприятий, имея, как правило, сеть небольших ателье, салонов и т.п. структур, сталкиваются с отсутствием персонализированной информации о клиентуре и персонале, проблемой неучтенной выручки и существенными потерями в расходных материалах. Между тем, настоящий хозяин должен знать все, что происходит с его собственностью.

В качестве объекта данного исследования, для примера, возьмем салон красоты, а предметом - экономические процессы, которые в нём протекают.

Целью исследования является применение методов функционального моделирования бизнес - процессов для увеличения планируемой прибыли.

Первым делом, при создании новой бизнес - модели, необходимо пройти следующие шаги и процедуры:

1. Определить цель моделирования.

Цель помогает обеспечить понимание структуры организации и динамики происходящих в ней процессов. На примере салона красоты, целью его моделирования является достижение понимания его функций и происходящих в нём процессов

## 2. Идентифицировать область моделирования.

Область позволяет установить границы для бизнес - модели.

3. Определить точку зрения бизнес - модели. В рассматриваемом салоне точкой зрения обладает управляющий этого салона.

В рассматриваемом салоне не структурирована, не систематизируется, не накапливается в базах данных, следовательно, отсутствует информация для статического и динамического, горизонтального (трендового) и вертикального анализа. Отсутствие такой информации не позволяет оптимизировать ценовую и маркетинговую политику в условиях сезонных колебаний спроса, которым подвержена сфера сервиса. Отсутствие оперативной информации по видам оказанных услуг (видам работ) влечет за собой невозможность корректного отражения в бухгалтерском учете расходных материалов. В этих условиях зачастую применяется метод списания материалов в процентах от выручки, что не является убедительным аргументом для налоговых служб. Необоснованное списание материалов квалифицируется при налоговых проверках как завышение затрат и занижение прибыли и сопровождается значительными финансовыми санкциями.

Таким образом, актуальность кардинального совершенствования внутрифирменного управления в сфере услуг вызвана не столько необходимостью перепроектирования бизнес - процессов в направлении клиентов, сколько необходимостью совершенствования информационной поддержки управления.

В настоящее время в сфере услуг исходными моментами хозяйственной деятельности являются непосредственное оказание услуги, оплата клиентом услуги, способ доведения услуги до потребителя и т.д., то есть в основе разделения хозяйственной деятельности на отдельные процессы лежит функциональный принцип.[2] При реинжиниринге отдельные рабочие процедуры объединяются в деловые процессы - бизнес - процессы. В услугах в качестве такового следует определить обслуживание клиента. Именно этот бизнес - процесс должен стать стартовым моментом моделирования, т.к. он непосредственно связан с генерированием доходов.

С точки зрения бизнес - процессов, необходимо отметить, что услуги, в отличие от товаров, исторически имеют более конкретную направленность на потребителя (клиента).[3] Учитывая стремление производящих компаний к сопровождению своих товаров определенной совокупностью услуг, усматривая в этом финансовую выгоду и укрепление конкурентных позиций, предложение услуг в последнее время равнозначно предложению товаров.

В этом смысле понимание бизнеса не как совокупности простейших задач, а как единого бизнес - процесса, в качестве которого может выступать обслуживание клиента, не сопровождается коренной ломкой управленческой структуры и сознания менеджеров. Т.е. услуги более органично вписываются в базовое понятие реинжиниринга, нежели хозяйственные структуры серийной индустрии.

Реинжиниринг с одновременным совершенствованием информационной поддержки управления на предприятиях сферы услуг позволит поднять на качественно новый уровень многие подсистемы менеджмента: организационный и финансовый менеджмент, контроль материальных и денежных потоков, управление затратами и налоговый менеджмент, маркетинг и управление персоналом.

Таким образом грамотно просчитанный и успешно реализованный реинжиниринг способствует успешному продвижению на рынке, следовательно, увеличению предпринимательских доходов. Оперативно отслеживаемая в рамках информационных систем информация о дебиторах и кредиторах позволяет снизить предпринимательские риски, избежать прямых потерь и упущенной выгоды, повысить ликвидность предприятия и оборачиваемость капитала. Полноценный анализ расходных статей позволяет оптимизировать затраты и увеличить рентабельность продаж.

### **Библиографический список**

1. Абдикеев, Н.М.; Данько, Т.П. и др. Реинжиниринг бизнес - процессов; Эксмо; Издание 2 - е, испр. - Москва, **2014**. - 590 с.
2. Гордин, В. Э. Менеджмент в сфере услуг / В.Э. Гордин, М.Д. Сущинская. - М.: Бизнес - пресса, **2017**. - 272 с.
3. Громов, А.И. Управление бизнес - процессами: современные методы. монография / А.И. Громов, А. Фляйшман, В. Шмидт. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 367 с.

© Д.А. Сорокина, 2019

**УДК 33**

**К. Г. Сосновских**

учитель

МБОУ «СШ №17»

г. Норильск, РФ

E - mail: kamelia.sosnovskikh@mail.ru

**С. С. Горбунов**

студент 4 курса

ФГБОУ ВО «Норильский государственный  
индустриальный институт»

г. Норильск, РФ

E - mail: Sergey.gorbunov.nsk@mail.ru

### **СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ**

**Ключевые слова:**

спрос, предложение

Чем регулируются цены в рыночной экономике? Соотношением спроса и предложения. Спрос и предложение – основополагающие понятия рыночной экономики. Целью данной работы является рассмотрение механизма развития спроса и предложения в современных условиях.

Спрос – это желание потребителя купить конкретный товар или услугу по конкретной цене в течение определенного периода времени, подкрепленное готовностью оплатить покупку. Отсюда спрос и цена взаимозависимы и взаимопротивоположны. Обоснуем

верность данного утверждения, приведа закон спроса: повышение цен обычно ведёт к снижению величины спроса, а снижение цен – к её увеличению.

Парной спросу категорией выступает предложение. Оно показывает желание и способность производителей (продавцов) поставлять на рынок товары или услуги по любой из возможных цен в данный период времени. Предложение изменяется в том же направлении, что и цены. Обоснуем верность данного утверждение, приведа закон предложения: повышение цен обычно ведёт к росту величины предложения, а снижение цен – к её уменьшению.

Существует и зависимость спроса и предложения: когда спрос растёт, то растёт и предложение, но – когда растёт предложение, не обязательно вырастет спрос. Почему же между этими категориями зачастую нет согласия? Дело в том, что предложение определяется производительными факторами: много сырья, высокая производительность, низкая себестоимость. В данных условиях можно изготовить больше. Но потребители руководствуются при покупке совсем иными интересами. Например, мы готовы продать клиенты 10 машин, но ему столько нет необходимости покупать. Ограниченный спрос – у потребителя, ведь он определен размером дохода, потребностями, модой. То есть на спрос и предложение влияют также и неценовые факторы. К неценовым факторам спроса относятся такие факторы как вкусы и предпочтения потребителей, число потребителей, денежные доходы населения, цены на сопряжённые товары, потребительские ожидания и другие. В свою очередь существуют и неценовые факторы предложения: цены на ресурсы, число продавцов, технология производства, цены на взаимозаменяемые товары, ожидания изменения цен и другие. Одним из правил, которое регулирует рыночные отношения, является следующее: чем более редок предмет, тем выше на него цена и, следовательно, меньше людей захотят его приобрести. То есть поскольку количество разных вещей ограничено, и их может не хватить на всех, то в системе рыночной экономики товары и услуги распределяются на основе их цен. Цены регулируют спрос, но они регулируют и предложение (рис. 1).

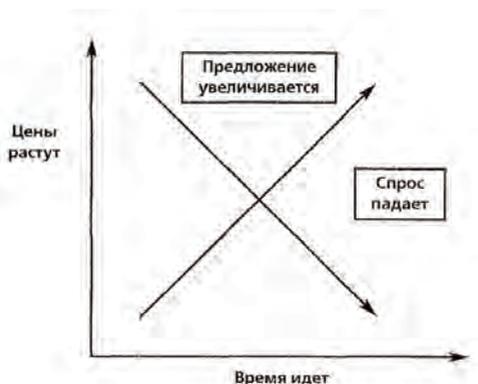


Рис. 1. Взаимосвязь цены, спроса и предложения

Степень чувствительности спроса (или предложения) на товар к изменению его цены называется *эластичностью спроса* (предложения). У разных товаров она неодинакова и

может быть измерена с помощью коэффициента эластичности. Коэффициент эластичности ( $E$  – elasticity) показывает, на сколько процентов меняется количество спроса (или предложения) на данный товар при изменении его цены на один процент. Если это отношение больше единицы, спрос считается эластичным, если меньше единицы – неэластичным (рис. 2).

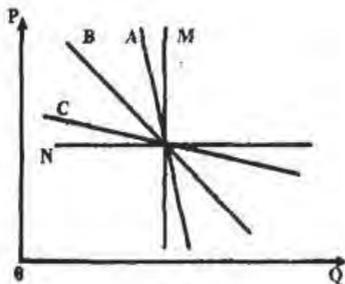


Рис. 2. Эластичность спроса

Эластичность спроса товаров имеет важное значение для практики, данный вопрос тщательно изучается и учитывается в рыночной стратегии любой фирмы.

Таким образом, у покупателей и продавцов не просто разные, а противоположные интересы: первые хотят подешевле купить, вторые – подороже продать. Как же им удастся удерживать баланс? Обе стороны к компромиссу толкает острая необходимость, так как никто по собственному желанию не отказывается от выгоды.

#### Список использованной литературы:

1. Литвинова О. В. статья «Идентификация и оценка факторов, влияющих на развитие розничного рынка» // Управление экономическими системами. 2011. — № 2. — URL <https://moluch.ru/archive/101/22941/>
2. Кобзева Т. Я., Ястин М. Д. Современный взгляд на проблемы спроса и предложения российского рынка // Молодой ученый. — 2015. — №21. — С. 397 - 402. — URL <https://moluch.ru/archive/101/22941/>

© К. Г. Сосновских, С. С. Горбунов, 2019

УДК 339.654 (470.56)

Е.С. Сумина  
магистрантка НИУ «БелГУ»,  
г. Белгород, РФ

### ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА В РАЗРЕЗЕ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

#### Аннотация

Эффективная внешнеэкономическая деятельность предприятий является залогом успешного восприятия конкурентами страны - экспортера на мировой арене. Именно с этой

позиции особенно актуальным становится исследование резервов роста экспортных возможностей экспортно - ориентированных предприятий путем оценки их экспортного потенциала и его эффективного использования в борьбе за конкурентную нишу на мировом рынке.

### **Ключевые слова**

Экспорт, экспортный потенциал, субъекта, экспорт субъекта, экспортный потенциал субъекта.

Формирование и развитие экспортного потенциала представляет собой сложный процесс, включающий внутриэкономические и внешнеэкономические составляющие на всех стадиях функционирования региона как сложной экономической системы.

Процессы распространения экспортной деятельности на региональный уровень требуют разработки соответствующей региональной политики. Так, в ходе эволюции внешнеторговой политики государства, в течение переходного периода наблюдался отход от практики жесткого вертикального управления развитием экспортного потенциала регионов к либерализации экспортной деятельности, к оперативно - хозяйственной самостоятельности субъектов экономических отношений. В этих условиях формируется потребность разработки региональной стратегии долгосрочного экономического роста, научно технического развития и международных экономических и торговых связей

В экономической литературе вопросы изучения такой категории как «экспортный потенциал», а также «потенциал» в целом, получили достаточно подробное освещение, при котором учитывается направленность и масштаб хозяйственных систем (потенциал страны, отрасли, регионального комплекса, корпорации). Большинство исследователей проблемы потенциала рассматриваются в связи с конкретными видами хозяйственной деятельности, ее специализацией, отраслевой структурой, видом предприятий.

Экономическая категория «экспортный потенциал» циркулирует в России сравнительно недавно, и в настоящее время нет точного определения или общепринятых методов оценки.

Некоторые авторы интерпретируют экспортный потенциал как способность государства и отдельно взятых фирм производить и поставлять конкурентоспособные товары и услуги на зарубежные рынки. Другие авторы определяют его как потенциальную способность данной страны экспортировать свои ресурсы или существующие продукты.

На разных уровнях экспортный потенциал имеет свои элементы и свои методы оценки. Специфика уровней заключается в том, что каждый нижний уровень определяет экспортный потенциал более высокого уровня. Благодаря этому ресурсу экспортный потенциал отрасли формируется за счет объединения потенциальных компаний в этом секторе, а потенциал страны основан на экспортном потенциале всех секторов российской экономики [6, с. 10].

На основании приведенной выше информации был сделан вывод о том, что для обоснования возможности количественного измерения экспортного потенциала

целесообразно разграничить его уровни. Соответствующий авторский подход показан на рис. 1.

Уровни экспортного потенциала	Краткая характеристика	Возможность измерения в количественном или стоимостном выражении	Примечания
Экспортный потенциал страны (национальной экономики)	Способность и возможность национальной экономики как совокупности различных отраслей создавать продукцию, определенная часть которой при соблюдении заданных условий может быть экспортирована в другие страны	Отсутствует	Разнородный состав элементов экспортного потенциала страны обуславливает возможность только описания его состава и качественных характеристик
Экспортный потенциал отрасли	Способность и возможность отрасли создавать продукцию, определенная часть которой при соблюдении заданных условий может быть экспортирована в другие страны	Отсутствует	Разнородный состав элементов экспортного потенциала отрасли обуславливает возможность только описания его состава и качественных характеристик
Экспортный потенциал организации	Способность и возможность организации создавать продукцию, определенная часть которой при соблюдении заданных условий может быть экспортирована в другие страны	Отсутствует, кроме случая специализации организации на производстве однородной продукции, часть которой отправляется на экспорт	Специализация организации дает возможность с той или иной степенью точности оценить ее экспортный потенциал количественно
Экспортный потенциал ресурса (продукции)	Определенная количественная или стоимостная оценка части ресурса (продукции), которая может быть экспортирована с учетом внутренних условий и внешних факторов	Имеется	Именно количественная или стоимостная оценка является характеристикой экспортного потенциала на данном уровне

Рис. 1. Уровни экспортного потенциала [8, с. 80].

Экспортный потенциал часто представляется как национальная конкурентоспособность, что позволяет нам оценить успешность продажи российской продукции на мировом рынке. Однако эта концепция не совсем верна, поскольку потенциальный экспортер государства предполагает последующие перспективы существования на внешнем рынке в зависимости от ресурсов страны и возможностей их привлечения.

Рассматривая подходы к концепции экспортного потенциала, можно обнаружить, что многие авторы определяют его по - разному. Все понятия можно условно разделить на три подхода: ресурсный, продуктивный и смешанный. Основные определения приведены на рис. 2.

Подходы	Авторы	Содержание
Ресурсный подход	Михайловский В.П.	Представлено возможность использования технологических, трудовых, интегральных, природных и других ресурсов территории в структуре мировых кооперационных связей
	Разумов П.Б.	Характеризуется совокупностью сбалансированных ресурсов, необходимых для организации и осуществления экспортной деятельности
	Камолов С.Г.	Определяется способностью экономической системы производить товары, технологию и услуги, конкурентоспособные на мировых рынках при достигнутом уровне развития ресурсов
Результативный подход	Сейфуллаева М.Э., Капильин В.М.	Определяется ресурсно-сырьевой базой и состоянием экономики, которые обеспечивают определенному региону научно-технологическое, промышленное, социально-культурное развитие, что непосредственно позволяет достичь высоких темпов роста экспортного производства
	Мелведев П. М.	Характеризуется способностью регионального производства (предприятий, отраслей и экономики региона в целом) реализовывать на зарубежных рынках конкурентоспособные товары и услуги
	Воробова Н. В.	Создавать и производить конкурентоспособную продукцию и услуги на экспорт продвигать их на внешнем рынке выгодно реализовывать и обеспечивать требуемый уровень обслуживания.
Смешанный подход	Варичев А.В.	Раскрывается на основе динамического подхода, которое может, определено не только совокупностью сбалансированных ресурсов, но и наличием системы управления, обеспечивающей функционирование внешнеэкономической составляющей конкретного региона и достаточный (для эффективной деятельности региона) уровень его развития.

Рис. 2. Подходы к определению понятия «экспортный потенциал» [5, с. 21]

Поэтому экспортный потенциал представляет собой целый комплекс, который включает в себя природные, капитальные, транспортные и коммуникационные, технологичные и трудовые ресурсы, а также тесно связан с концепцией конкурентоспособности и перспективами дальнейшего развития.

Чтобы реализовать потенциал, необходимы элементы, представленные на рис. 3.



Рис. 3. Элементы экспортного потенциала [1, с. 526]

Экспортный потенциал региона включает в себя частные потенциалы, представленные на рис. 4.

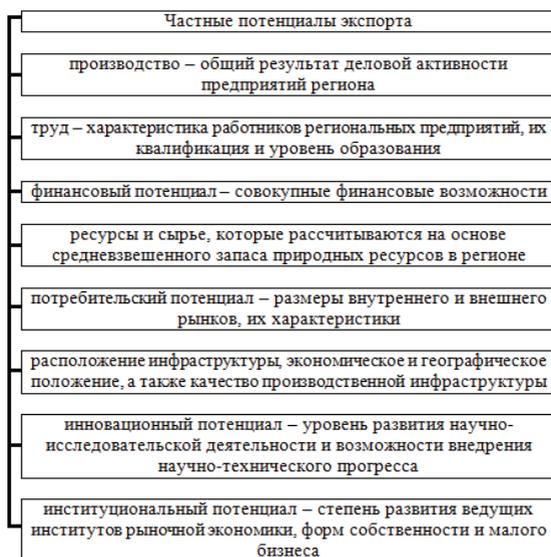


Рис. 4. Частные потенциалы экспорта [8, с. 84]

Эта структура экспортного потенциала региона отражает как возможность, так и реализацию возможности выхода на зарубежный рынок с конкурирующими продуктами.

В целом специалисты могут применять различные методы экономического, статистического и эконометрического анализа для прогнозирования и эмпирической оценки, в том числе сравнительный и факторный анализ.

Но, как уже отмечалось, традиционная методология, используемая всеми, отсутствует, и часто исследователи ограничиваются цитированием динамики экспорта и предвидят трансформацию его содержания, поскольку сталкиваются с тем фактом, что экспортный потенциал представляет собой скрытую величину, которую нельзя наблюдать непосредственно. Это требует, наряду с выявлением коммерческих тенденций, разработки целой системы показателей, которые уравнивают и дополняют друг друга. В этих рамках требуется анализ состояния внутреннего и внешнего рынка, включая как количественные, так и качественные аспекты.

Общие показатели, по которым рассматривается экспортный потенциал страны, включают:

- уровень, объем и характер производства, тенденции его развития;
- динамика экспорта;
- реальные и объективные экспортные возможности для расширения;
- эффективность существующих отношений с контрагентами;
- конкурентоспособность экспортируемой продукции и спрос на внешнем рынке;
- доля рынка, занимаемая для каждого типа продукта;
- емкость внутреннего и внешнего рынка [7, с. 68].

Однако на раннем этапе важно понять, как заполняется экспортная корзина государства, и что определяет его экспортную специализацию, для чего целесообразно рассмотреть теоретические подходы к формированию экспорта определенных товаров, разработанные учеными в более ранние периоды развития экономического мышления.

В России разрабатываются меры и реформы для поддержки развития экспортного потенциала. Основным проектом является российский экспортный центр, который в 2018 году разработал стратегию развития российского экспорта на ближайшие два года. В рамках этой стратегии основная проблема развития экспортного потенциала территории заключается в том, что государство является единственным экспортным регулятором [5, с. 19].

Кроме того, для повышения заинтересованности производителей экспортной продукции в развитии экспортного потенциала и его практической реализации государственная поддержка осуществляется методами тарифного и нетарифного регулирования, льготного налогообложения и кредитования, государственного страхования экспортных операций и другими средствами государственного регулирования. Особый интерес вызывает деятельность экспортных кредитных агентств (ЭКА), которая охватывает предоставление страховок или гарантий по различным направлениям.

Другой распространенный в мире способ поддержки экспорта связан с деятельностью агентств по продвижению экспорта (АПЭ), заключающаяся в помощи экспортерам в поисках рынков сбыта для производимой продукции, а также предоставление информации о том, какие продукты востребованы на различных экспортных рынках [3, с. 257].

Учитывая основные показатели экспортного потенциала России, следует отметить, что данные показатели увеличились по сравнению с 2018 годом, что свидетельствует о

стабильности роста и эффективности российской экономики. Основные виды экспортируемых товаров показаны на рис. 5.

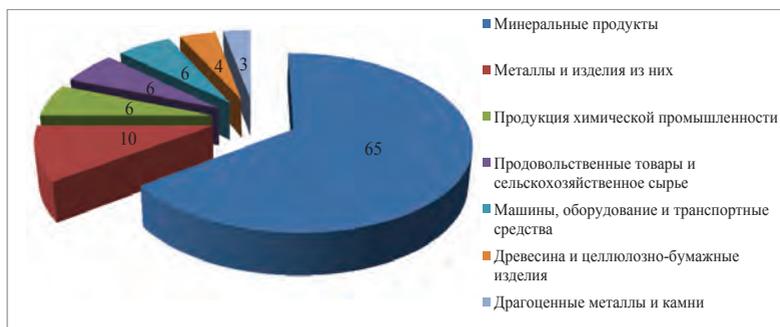


Рис. 5. Структура экспорта в России в 2018 г., % [7, с. 68]

Исходя из рис. 5, можно сделать вывод, что основную часть экспорта составляют минеральные продукты, а именно 65%. Металлы и изделия из них составляют около 10%. Продукты химической промышленности, продукты питания и сельскохозяйственное сырье, машины, оборудование и транспортные средства составляют в общей сложности 18%. Древесина и целлюлозно-бумажные изделия, а также драгоценные металлы и камни делятся на 4% и 3% соответственно [7, с. 71].

Таким образом, экспортный потенциал является важным элементом, отражающим динамику развития и конкурентоспособность страны. Благодаря этому потенциалу можно отслеживать показатели внешней торговли страны, а благодаря структурным элементам можно выявить слабые стороны. Экспортный потенциал, благодаря существующим в нем уровням, позволяет оценить потенциал не только страны, но и отдельных территорий или регионов.

#### Список использованной литературы:

1. Борисюк, Н.К. Развитие экспортного потенциала региона с целью его интеграции в мировое сообщество. Взаимодействие реального и финансового секторов в трансформационной экономике [Текст] / Н.К. Борисюк // Материалы Международной научной конференции. – Оренбург: ИПК ГОУ ОГУ, 2018. – С. 525 - 528.
2. Вертакова, Д.С. Теоретические аспекты развития экспортной деятельности [Текст] // ИнфоСЭД. – 2017. – № 2. – С. 123 - 128.
3. Демидок, Е.Н. Экспортные отношения в России – реалии современного общества [Текст] / Под ред. Е.Н. Демидок. – М.: Инфра, 2018. – С. 224 - 266.
4. Забанова, М.Э. Организация и стимулирование региональной внешнеэкономической деятельности. Как оздоровить местную экономику. Ориентиры для российских должностных лиц [Текст]. – М.: Инфра - М, 2015. – С. 69 - 86.
5. Козлова, Ю.С. Об экспортной ориентации ВЭС [Текст] // БИКИ. – 2017. – № 139. – С. 15 - 23.

6. Основные направления политики для развития экспортного потенциала предприятий страны [Текст] / В.А. Кухаренко, Ю.П. Шапоренко // Государственная экономика: теория и практика. – 2016. – № 9. – С. 8 - 13.

7. Основные направления развития экспортного потенциала страны [Текст] / Н.А. Потапова, А.О. Заковоротная // Вестник. – 2018. – № 4(85). – С. 64 - 70.

8. Пашкова, И.Г. Создание системы содействия экспорту в России [Текст] // Внешняя торговля. – 2017. – №3. – С. 78 - 85.

© Е.С. Сумина, 2019

УДК 004

**А.В. Трубачёва,**

Студентка 4 курса напр.

«Государственное и муниципальное управление»,

СКФУ г. Ставрополь

E - mail: a.ozdoe.a@yandex.ru

**Научный руководитель: В.А. Фурсов,**

проф., СКФУ, г. Ставрополь

## **ИНТЕРНЕТ - МАРКЕТИНГ,**

### **КАК НОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ТЕРРИТОРИЙ**

**Аннотация:** В данной статье рассматривается Интернет - маркетинг, как новый инструмент управления развитием территорий. Развитие мировой телекоммуникационной сети обеспечивает данному маркетингу несомненные преимущества, описываемые в статье. Также говорится о недостатках российской практики использования интернет - маркетинга.

**Ключевые слова:** Интернет, маркетинг, территория.

Интернет - маркетинг - это маркетинг на новом электронном рынке в условиях развитой структуры информационных и телекоммуникационных технологий и систем.

В последнее время развивается тенденция распространения технологий интернета в области организационных и управленческих процессов, особенно в сфере государственного управления, что во многом определяет эффективность регионального управления.

Региональный интернет - маркетинг — это деятельность по формированию электронной информационной среды, рынка региональных товаров, услуг и преимуществ, по усилению и продвижению привлекательных внутренних условий для получения внешних по отношению к нему ресурсов (финансовых, человеческих, производственных и пр.) [1].

Учитывая, что число пользователей интернета постоянно возрастает, интернет становится популярным средством коммуникации, обладая при этом рядом несомненных преимуществ. В частности, для него характерна высокая скорость распространения информации, возможность обратной связи, сравнительно невысокая стоимость по сравнению с традиционными средствами продвижения (печатные СМИ, телевидение, листовки и пр.). Данный вид маркетинга обеспечивает прозрачность и доступность

информации, дает возможность максимально сократить временные и материальные ресурсы на информационное обеспечение принятия управленческих решений. Кроме того, с его помощью можно найти информацию о любом городе практически из любой точки мира с минимальными затратами - интернет стирает географические границы.

Территории (страны, регионы, муниципальные районы, города) могут использовать различные возможностями маркетинга в Интернет. Самым распространенным коммуникационным инструментом является собственный сайт территории. Он позволяет обеспечить коммуникации с внутренними и внешними аудиториями. При этом, в ряде случаев имеет смысл создание сайтов по отдельным направлениям: экономика, инфраструктура, образование, здравоохранение, экспорт и т.п. Также территория может быть представлена на сторонних сайтах (тематические ресурсы по промышленности и туризму, сайты посвященные более широкому региону) и в социальных сетях.

В интернете территория может продвигать собственный имидж в целом, конкретные достопримечательности, инфраструктурные возможности, а также выдающихся людей или группы людей [3].

Процессы глобализации существенно расширяют географию партнерских связей регионов. Именно поэтому большинство органов управления регионов осознают необходимость поддержки серверов своих территорий для установления первоначальных контактов и привлечения инвестиций в экономику территории. Использование Интернет - маркетинга необходимо для обеспечения обмена информацией между различными структурами власти и потребителями ресурсов на территории, обратной связи для быстрого принятия управленческих решений.

Ярким примером эффективности регионального маркетинга являются рейтинги, которые позволяют судить о популярности веб - сайта территории в сравнении с другими сайтами, узнавать, какие сайты посещаются чаще. На основе полученных данных, можно сделать выводы о предпочтениях целевой аудитории, что позволит улучшить оформление и содержание информации в соответствии с потенциальными потребителями ресурсов территории, а также скорректировать ход реализации программы Интернет - маркетинга территории [2].

В России практика Интернет - маркетинга только начинает развиваться в должной мере. С одной стороны, большинство регионов в той или иной степени заявили о себе в сети Интернет. Это говорит о том, что приходит осознание необходимости развития данного вида маркетинга в стране, как эффективный способ маркетинга территории.

Но, с другой стороны, в российской интернет - практике форма подачи информации, ее содержательное наполнение часто одинаковы в разных городах. Сайты имеют единый шаблон, не учитывающий специфику региона. При этом на сайтах можно наблюдать несоответствие структуры предоставляемой информации запросам целевых групп потребителей. Очень часто информация является устаревшей, нет обновленных данных, актуальных на сегодняшний день, кроме того, существующие разделы официальных сайтов зачастую не предоставляют пользователю полной информации по предмету, встречаются вовсе не заполненные разделы. Все это свидетельствует о том, что Россия только начинает приспосабливаться к Интернет - маркетингу, как к новому инструменту управления развитием территорий.

Таким образом, можно говорить об активном развитии использования Интернет - маркетинга территорий. Он обеспечивает открытость и доступность субъектов управления для потребителей ресурсов региона, позволяет проводить мониторинг и своевременный анализ изменений, происходящих в регионе и за его пределами, способствует координации процесса управления, облегчает контроль. Все это позволяет региональным субъектам управления адаптироваться к меняющимся условиям внешней и внутренней среды в максимально короткие сроки, а значит, отвечать современным требованиям управления.

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

1. Векшинский А.А., Тывин Л.Ф. Интернет - маркетинг как новое направление в современной концепции маркетинга взаимодействия // Техничко - технологические проблемы сервиса. - 2017. - №2. - С. 103.
2. Кетова Н.П. Территориальный маркетинг. Учебное пособие / Южный федеральный университет. – Ростов н / Д., 2015, –72 с.
3. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. — СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт - Петербурге, 2015. — 376 с.

© А.В. Трубачёва, В.А.Фурсов, 2019

**УДК 332**

**В.В. Ушаков**

студент магистратуры РГЭУ (РИНХ)

г. Ростов - на - Дону, РФ

E - mail: ksyu.morgun.96@mail.ru

### **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ АНТИКРИЗИСНОГО ФИНАНСОВОГО УПРАВЛЕНИЯ В КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТА В Г. РОСТОВ - НА – ДОНУ**

#### **Аннотация**

Актуальность. Совершенствование системы антикризисного управления является одним из важных факторов повышения эффективности предоставления услуг средствами размещения, так как эти результаты во всевозрастающей степени зависят от нацеленности управленческой деятельности на достижение конечных результатов, повышение качества обслуживания, максимальное использование интенсивных факторов роста сервиса.

Цель. Предложить конкретные подходы управления системой антикризисного финансового управления организацией сферы гостеприимства.

Результат. В исследовании предложены три подхода к финансовому улучшению деятельности организации, которые можно применять в зависимости от уровня развития организации.

Выводы. Предложенные мероприятия позволят средствам размещения поддерживать высокую конкурентоспособность на рынке гостиничных услуг, увеличить количество клиентов, улучшить финансовую составляющую организации.

**Ключевые слова:** Антикризисное финансовое управление, рынок гостиничных услуг, методы управления, средства размещения, система антикризисного управления организацией, сфера гостеприимства.

С целью анализа деятельности рынка гостиничных услуг, рассмотрим мониторинг показателей деятельности средств размещения, проведенный порталом туризма г. Ростова - на - Дону (таблица 1) [3].

Таблица 1 – Деятельность средств размещения в период 2016 - 2018 гг.  
в г. Ростов - на - Дону

№	Показатели	2018 г.	2017 г.	2016 г.
1	Количество субъектов, оказывающих услуги, всего, ед.	153	124	114
2	Количество номеров в коллективном средстве размещения, ед.	3279	3199	3188
3	Количество койко - мест , ед.	6867	5752	5656
4	Степень загрузки номеров коллективных средств размещения, %	55,8	56	36,55
5	Число ночевков, ед.	763639	716192	490149
6	Количество размещенных лиц, всего, чел.	463281	429132	368591

Проанализировав статистические данные деятельности средств размещения г. Ростов - на - Дону в период 2016 - 2018 гг. (таблица 1), можно сделать вывод, что общее количество средств размещения увеличилось с 114 в 2016 г. до 153 в 2018г., также стремительно увеличилось и количество хостелов с 13 в 2016 г. до 31 в 2018г. Увеличение количества средств размещения в 2018 г. напрямую связано с проведением такого массового события, как ЧМ - 2018, а также с общим ростом экономики России. Степень загрузки номеров коллективных средств размещения увеличилось с 36,6 % в 2016 г. до 55,8 % в 2018 г, что говорит о увеличившемся спросе на гостиничные услуги в Ростовской области.

Проанализировав рынок предложений сферы гостеприимства, можно наблюдать рынок совершенной конкуренции среди гостиниц, отелей хостелов и т.д., это обуславливается тем, что:

- средства размещения имеют относительно одинаковый уровень сервиса;
- территориально расположены в центре города, создавая этим еще большую конкуренцию;
- оформлены в современном стиле;
- предлагают схожий номерной фонд;
- имеют аналогичную ценовую политику [2].

Проведя анализ рынка гостиничных услуг, целесообразно улучшение управления средствами размещения, а именно применения системы антикризисного управления организациями.

Система антикризисного управления предприятием – это ряд связанных элементов, которые направлены на защиту организации от кризисных ситуаций, прогнозирование появления негативных тенденций в развитии организации [4].

Система совершенствования системы антикризисного управления в практике осуществляется в четыре этапа: подготовительный этап; разработка мероприятий по оптимизации управления; внедрение мероприятий и контроль за их исполнением.

В мировой практике существует три подхода к улучшению финансового состояния организации, которые применяются в зависимости от уровня развития организации. Каждый из подходов позволяет не допустить банкротства средств размещения, предусматривая различные способы достижения этой цели [1].

Первый подход заключается в совершенствовании существующей системы антикризисного управления, второй включает экономический механизм оздоровления организаций, третий состоит в разработке стратегических антиципативных планов развития предприятий. Исходя из возможностей и своего финансового состояния, организация сама принимает решение, какой именно подход ей подходит.

Как показывает опыт практикующих отельеров, внедрение в практику управления отдельных решений не приносит ожидаемых результатов, необходимо внедрение комплексной системы антикризисного управления.

К мерам антикризисного управления относятся: смена руководства, выбор эффективных форм улучшения деятельности, управленческие и организационные улучшения.

В настоящее время, диагностику собственного финансового состояния проводят немногие организации. Этому препятствуют недостаток квалифицированных кадров, отсутствие необходимого технического, информационного и методического обеспечения процесса диагностирования, а также неоцененность руководителем важности и эффективности осуществления этой деятельности.

Таким образом, цель антикризисного управления состоит в своевременной диагностике появления нежелательных последствий в деятельности организации на ранних стадиях. Это позволяет своевременно отреагировать на проблему, воспользоваться механизмом защиты, возобновить платежеспособность, восстановить достаточный уровень финансовой устойчивости предприятия и сохранить предприятие.

#### **Библиографический список**

1. Бирюков Е.С. Развитие туризма в мире и его влияние на экономику. – М.: Экономика, 2017. – 168 с.
2. Конкуренция на рынке гостиничных услуг – режим доступа к изд.: <https://scienceforum.ru/2016/article/2016018651> (дата обращения: 25.11.2019).
3. Официальный Ростовский портал туризма города Ростова - на - Дону – [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://tourism.rostov-gorod.ru> – (дата обращения: 21.11.2019).
4. Родионова Н.В. Антикризисный менеджмент. - М.: «ЮНИТИ», 2015. – 223 с.

© В.В. Ушаков, 2019

**Д.Р. Фахреева**  
преподаватель ФГБОУ ВО «КГЭУ»,  
г. Казань, РФ  
E - mail: Diliara17\_91@mail.ru

**Н.Н. Фахреев**  
старший преподаватель ФГБОУ ВО «КГЭУ»,  
г. Казань, РФ  
E - mail: fakhreevnn@mail.ru

**Ф.Б. Айдогдыева**  
студентка ФГБОУ ВО «КГЭУ»,  
г. Казань, РФ  
E - mail: Feruza.bahtiyarowna@mail.ru

## **АВТОМАТИЗИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ДОКУМЕНТИРОВАНИИ БУХГАЛТЕРСКИХ ОПЕРАЦИЙ**

### **Аннотация**

Цель данной статьи исследовать автоматизированные системы в документировании бухгалтерских операций. Решение поставленных задач осуществлялось с применением общенаучных методов исследования. В результате выявлено, что в автоматизированных системах формируются первичные учетные документы.

### **Ключевые слова:**

Бухгалтерские операции, автоматизированные системы, документирование

Документирование – это запись информации на носителе по установленным правилам [1].

Документирование бухгалтерских операций – это запись информации на носителе, составляемой экономическим субъектом по установленным требованиям в ходе ведения им бухгалтерского учета.

Составление и оформление бухгалтерских документов рассматривалось в работах С.Н. Поленова, Т.И. Киселевича, И.В. Карасева. Использование автоматизированных систем в бухгалтерском учете исследовалось в работах Ж.Р.Скребкова, И.А. Роголева, Т.В. Белова. Однако ни один из этих авторов не изучал автоматизированные системы, используемые в документировании бухгалтерских документов. Цель данной работы исследовать данные автоматизированные системы.

Для документирования бухгалтерских операций используются следующие автоматизированные системы: «1С»; «БОСС - Бухгалтер». «Парус - Предприятие».

В системе 1С каждый документ имеет свою структуру. Всем документам в данной системе автоматически присваивается порядковый номер, дата и время его создания. Помимо автоматической нумерации в 1С предусмотрена уникальность номеров, которая не позволит запутаться и создать документы с одинаковыми номерами. Ко всем документам в 1С составлены макеты, которые содержат всю информацию, внесенную в документ. Эти макеты необходимы для составления печатной формы документа.

Система «БОСС - Бухгалтер» имеет все необходимые инструменты для ведения бухгалтерского и налогового учета, а также создания отчетности. Программа удобна для осуществления учета производственных затрат. В данной программе удобно формировать отчетную документацию.

В системе «Парус - Предприятие» документарные разделы обеспечивают регистрацию и хранение любой первичной (базовой) документации, являющейся основанием для учета, хранения и перемещения денежных средств или товарно - материальных ценностей [2].

Таким образом, во всех рассмотренных системах ведется составление и оформление первичных учетных документов. Значение первичных документов проявляется в том, что они выступают основанием для формирования бухгалтерских записей, а также обеспечивают точность, бесспорность и достоверность учетных данных и возможности их контроля. Поэтому автоматизированные системы, формируя первичные учетные данные, позволяют вести учет бухгалтерской информации.

### **Список использованной литературы**

1. ГОСТ Р 7.0.97 - 2016. Национальный стандарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно - распорядительная документация. Требования к оформлению документов. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_216461/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_216461/) (дата обращения: 25.11.2019).

2. Парус8 Бухгалтерия URL: <http://cparus.ru/programs/enterprise/parus-8/account.html> (дата обращения: 25.11.2019).

© Д.Р.Фахреева, Н.Н. Фахреев, Ф.Б.Айдогдыева 2019

**УДК 2964**

**Фролова А.В.,**

студентка бакалавриата, 4 курс,

Институт Экономики и Управления

Научный руководитель:

**Новикова И.В.,**

профессор кафедры

государственного и муниципального управления

ФГАОУ ВО «Северо - Кавказский федеральный университет»,

Россия, г. Ставрополь

E - mail: [foanastasia98@mail.ru](mailto:foanastasia98@mail.ru)

### **БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИИ: РОССИЙСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ**

*Аннотация: В статье рассматривается опыт российских и зарубежных территорий по вопросу формирования бренда. Приводятся примеры успешного и неудачного брендинга на примере Кавказских Минеральных вод в Ставропольском крае, Вологодской области – российский опыт, а также зарубежный опыт создания бренда территории на примере зарубежных городов – Нью - Йорк и Афины.*

*Ключевые слова: маркетинг территории; брендинг территории; имидж территории; российский и зарубежный опыт брендинга территорий.*

На сегодняшний день территориальный брендинг, являясь частью маркетинга территорий, оказывает большое влияние на социально - экономическое развитие не только отдельных регионов, но и страны в целом. С помощью брендинга регионов создается не только их имидж, но и возможность быть конкурентоспособными. Идет борьба регионов за привлечение ресурсов на свою территорию.

За рубежом развитию привлекательности территории, ее бренда, уделяется достаточное внимание. Так, например, Париж, Барселона, Нью - Йорк – города, которые давно подтвердили свою территориальную привлекательность, разработав свой собственный бренд.

Что касается России, если раньше она считалась «имиджевой пустыней», то в настоящее время брендинг территорий имеет место быть. Важно понимать, что создание системы брендинга территории – это скачек к ее развитию. Но, к сожалению, органами законодательной и исполнительной власти, как носителей форм и методов государственного регулирования и координации маркетинга, еще не до конца разработана система развития привлекательности территорий, так как это принципиально новое и еще не до конца изученное явление [1].

Основными проблемами брендинга территории в России являются проблема региональной идентичности, когда акцент делается на административно - территориальном центре, но не регионе в целом, а также поверхностный подход заказчиков бренда к его реализации.

Однако, в России есть города с успешным применением технологий брендинга. Так, например, Кавказские - Минеральные воды с достаточно развитой системой брендов (горы, минеральные источники, многовековые сооружения), Тульская область («Тульский пряник», «Тульский самовар») и др.

Чтобы понять механизм работы брендинга территории, рассмотрим основные понятия.

Маркетинг территории – это деятельность в интересах региона, внутренних его субъектов, а также внешних субъектов, во внимании которых заинтересована данная территория [1].

Брендинг территории, являясь эффективной технологией маркетинга территории, представляет собой процесс целенаправленного формирования бренда, включает в себя поиск, выражение и развитие местной идентичности.

Целью брендинга является формирование уникальных свойств территории, которые могут быть полезны для дальнейшего ее социально - экономического развития. Брендинг включает в себя мероприятия по исследованию, формированию, развитию и продвижению особенностей территории.

Рассмотрим подробнее примеры удачного и не совсем удачного применения технологий брендинга территорий в России и за рубежом.

Так, удачным примером является территория Кавказских - Минеральных вод – группа особо охраняемых эколого - курортных регионов федерального значения, расположенных в Ставропольском крае. В настоящее время, помимо развития такого территориального

продукта, как минеральные воды, используется кластерный подход, когда в рамках ограниченной территории сосредоточены предприятия и организации, занимающиеся разработкой, производством, продвижением и распространением туристского продукта. В Стратегии социально - экономического развития СКФО до 2025 года особое внимание уделено развитию горнолыжного кластера [3]. На данный момент были созданы точки роста туристского кластера – всесезонные туристско - рекреационные комплексы: «Архыз» в Карачаево - Черкесской Республике, «Эльбрус» в Кабардино - Балкарской Республике и «Ведучи» в Чеченской Республике. Несмотря на то, что у курортов СКФО есть ближайший конкурент – г. Сочи с «Красной поляной», – это не принижает имеющейся ценности данной территории, не сокращает количество туристов, ежегодно и по несколько раз в год посещать курорты Северного Кавказа [4].

Неудачным примером развития привлекательности территории является бренд Ульяновской области. В данном случае можно наблюдать ошибку региональных властей, заказчиков бренда, которые не понимали всех нюансов применения технологий брендинга территорий.

Для Ульяновской области компанией «Stas Marketing» была разработана концепция бренда, включающая в себя слоган «Ульяновск. К взлету готов», логотип (стилизованная синяя буква «У») и стремящийся вверх самолет. Данный пример говорит о региональной идентичности, когда акцент делается на административно - территориальный центр, но не на регион в целом. Стоит отметить, что распространенная ошибка не только при создании бренда Ульяновской области, но и других регионов – ограниченность бренда территории созданием только слогана и логотипа. Помимо того, что эффективный бренд должен быть привлекательным, он должен приносить доход территории [1].

Рассмотрим опыт брендинга территорий в мировой практике. Стоит отметить, что бренд территории – это отчасти ассоциация у людей с конкретным территориальным продуктом. Например, Париж – романтика, Милан – стиль и мода, Лондон – истинный аристократизм. До сих пор слоган «I love New York» является знаменитым и популярным во всем мире.

Рассмотрим брендинг территории на примере Нью - Йорка. Как было отмечено ранее, самым распространенным и запоминающимся брендом города является слоган «I love New York». Конечно, в настоящее время данную технологию создания бренда используют в большинстве городов, как за рубежом, так и в России. Однако, именно слоган Нью - Йорка оказался наиболее успешным в свое время и до сих пор является успешным территориальным продуктом для коммерциализации. Так, глубокое распространение получили одежда и аксессуары с логотипом «I love New York», которые можно приобрести в любом городе. Основной задачей брендинга территории являлось привлечение как внутренних, так и внешних туристов. Для более успешного продвижения бренда города был создан специальный комитет «NYC&Company», объединивший в себе туризм, экспортные бренды, политику, бизнес и инвестиции, культуру и людей. Задачей комитета стала, прежде всего, развитие бренда территории и отдельных элементов комитета, основанное на взаимовыгодном сотрудничестве [2].

Как не совсем удачный пример брендинга территории можно представить Афины. Во время проведения Летних Олимпийских игр в 2004 году предполагалось, что данное мероприятие станет настолько масштабным и грандиозным, что повысит имидж

территории. Так и получилось, имидж был продемонстрирован с лучшей стороны, но эффект длился не так долго.

Данный пример говорит о распространенной ошибке многих городов, создающих свой имидж, бренд территории. Ошибка заключалась в том, что недостаточно просто провести мероприятие, пусть даже столь масштабное. Возможность попасть в СМИ – не значит создать бренд территории. Поэтому, при создании бренда необходимо строить долгосрочные (стратегические) цели, а местные власти должны способствовать разработке мероприятий по улучшению характеристики города, по выявлению его уникальности и идентичности, чтобы в дальнейшем это могло не только привлекать туристов, но и приносить доход [2].

Таким образом, подводя итог, стоит сказать, что тема брендинга территорий набирает популярность, увеличивается количество научных исследований данного явления. Для более успешного формирования бренда территории необходимо учитывать как успешный, так и не удачный опыт применения технологий брендинга. Обязательно должно присутствовать участие органов государственной власти и органов местного самоуправления, которые помогут за счет формирования четкого набора атрибутов города сформировать позитивное восприятие его как у местного населения, так и у гостей.

#### **Список использованной литературы**

- 1) Агафонов Н.С., Брендинг территорий в России: проблемы и возможности // Международный научный журнал «Молодой ученый», 2019. №14 (252). С. 79 - 81
- 2) Динни К., Брендинг территории. Лучшие мировые практики / Под ред. Кейта Динни; пер. с англ. Веры Сечной. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 336 с.
- 3) Долгова И.В., Бренд «Курорты Северного Кавказа»: кластерный подход к позиционированию и продвижению // Вестник экспертного совета. 2017. №2 (9). С.104 - 113
- 4) Сайт межрегионального центра общественных инициатив [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://xn--hlahg5a.xn--plai/page6611924.html> – (дата обращения 23.11.2019)

© Фролова А.В., 2019 г.

**УДК 336.647 / .648**

**Самарина Е. А.**

доцент, к.э.н., г.Уфа, ГОУ ВО УГНТУ

**Хамадиева Э. И.**

студентка магистратуры, г.Уфа, ГОУ ВО УГНТУ,

[ms.khamadieva@mail.ru](mailto:ms.khamadieva@mail.ru)

#### **УПРАВЛЕНИЕ СОБСТВЕННЫМ КАПИТАЛОМ КОМПАНИИ**

*Аннотация.* В статье рассматриваются методические аспекты использования собственного капитала, а также особое внимание обращается наиболее эффективным

способам управления собственным капиталом компании. Проведен анализ системы управления собственным капиталом ПАО «НК «Лукойл» за 2016 - 2018 гг.

*Ключевые слова:* собственный капитал, заемный капитал, оптимальная структура, финансовый леверидж, рентабельность собственного капитала.

В условиях экономического кризиса крупные компании стремятся к росту благосостояния, жесткие параметры кризиса заставляют их все больше и больше сосредоточивать усилие на вопросах управления источниками финансирования коммерческой деятельности, в том числе собственным капиталом. Актуальность тематики статьи заключается в том, что систематизацией теоретических положений о сущности и структуре капитала можно прийти к выводам относительно проблемы и возможности увеличения рыночной стоимости компании посредством оптимизации структуры ее капитала.

Позиция многих авторов такова, что собственный капитал представляет собой величину вложения собственников, изменившуюся под воздействием фактов хозяйственной деятельности, в виде стоимости активов, не обремененных обязательствами, используемыми обществом с целью получения доходов [3, с.125].

Необходимость управления собственным капиталом определена не только внутренними предпосылками, т.е. стремлением к улучшению финансовых результатов деятельности предприятия для роста благосостояния ее собственников, но и зависимостью компании от внешней экономической среды, которая оценивает деятельность предприятия со стороны и образует систему хозяйственных взаимосвязей с ним.

Авторами Чараевой М.В. и Евстафьевой Е.М. [7, с.301] проведен анализ источников финансирования капитала в зависимости от титула собственности (табл.1).

Таблица 1 - Сравнительный анализ источников финансирования в зависимости от титула собственности

Источники финансирования по принадлежности компании	Преимущества	Недостатки
Собственный капитал	Простая процедура привлечения	Ограниченный объем привлечения капитала
	Низкий уровень финансового риска	По сравнению с альтернативными заемными источниками – стоимость привлечения выше
	Прибыль можно полностью пустить на развитие организации	
	Поддерживается высокая финансовая устойчивость компании	Нет возможности увеличить рентабельность собственного капитала
	Риски банкротства низки	
Заемные средства	Налоговая нагрузка снижается	Финансовые риски возрастают

	Компания имеет возможность проводить активную инвестиционную политику	Активы, сформированные за счет заемных источников, генерируют меньшую прибыль
	Достигается эффект финансового рычага, если процент по кредитам ниже рентабельности активов	Высокая зависимость стоимости от конъюнктуры финансового рынка и финансового положения конкретного предприятия
	Широкие возможности привлечения	Уровень кредитоспособности падает

Анализ приведенной в таблице информации дает возможность увидеть, что у коммерческой компании, пользующейся лишь собственными источниками финансирования, финансовая устойчивость высока, но это ограничивает возможности ее развития. Компании, использующие заемный капитал, обладают более высоким финансовым потенциалом развития, так как у них есть возможность сформировать дополнительные объемы активов. Также у них выше вероятность роста экономической рентабельности, но такой компании присущи более высокие финансовые риски и угроза наступления банкротства.

Автор Лебединская О.Г. финансовую политику компании называет основным фактором увеличения темпов ее финансового потенциала в условиях рынка с его жесткой конкурентной борьбой [4, с.97]. Как выделяет автор, огромный смысл имеют показатели, описывающие экономическое состояние компании (такие, как рентабельность, ликвидность, финансовая независимость). Оценка собственного капитала считают основой для расчета большинства из них.

Банковскими структурами и другими инвесторами расценивается ситуация как более надежная в случае, когда удельный вес собственных средств в структуре совокупного капитала свыше 50 %, так как это снижает финансовые риски. Получая заемные средства под более низкий процент, чем рентабельность активов, компании располагают возможностью для расширения производства и повышения доходности собственного капитала.

Проанализирована эффективность управления собственным капиталом на примере одного из крупнейших нефтяных компаний РФ ПАО «НК «Лукойл». Аналитический процесс требует особого внимания анализу показателей, характеризующих рыночную устойчивость компании. Они дают представление о степени зависимости акционерного общества от кредиторов и займодавцев.

Таблица 1 – Структура пассивов ПАО «НК «Лукойл» в 2018 г., %

Показатель	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Изменение (2018 / 2016), (+, -)
Удельный вес собственного капитала в общей валюте баланса	68,05	64,63	45,87	- 22,18
Удельный вес заемного капитала в общей валюте баланса	31,95	35,37	54,13	22,18

Плечо финансового рычага (отношение заемного и собственного капитала – коэффициент финансового левериджа)	0,47	0,55	1,18	0,71
---	------	------	------	------

Исходя из таблицы 1 можно сказать, что компания снизила свою финансовую устойчивость. Уменьшение доли собственного капитала к концу 2018 года составило 22,18 % (с 68,05 до 45,87 %). Одновременно на ту же величину увеличилась доля заемного капитала. Коэффициент финансового риска также вырос, тем самым, снижая привлекательность компании для кредиторов.

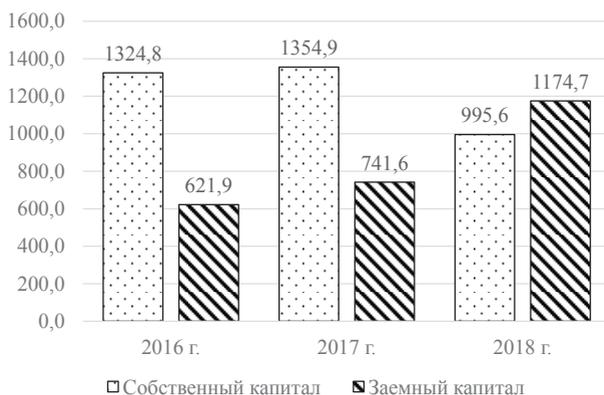


Рисунок 1 –Динамика собственного и заемного капитала ПАО «НК «Лукойл» за 2016 - 2018 гг., млрд. руб.

Компанию можно считать финансово неустойчивым, так как к концу 2018 года заемный капитал превышает собственный, что, в свою очередь, доказывает неплатежеспособность ПАО «НК «Лукойл».

Рассмотрим динамику источников формирования собственного капитала ПАО «НК «Лукойл» в таблице 2.

Таблица 2 – Динамика источников формирования собственных средств ПАО «НК «Лукойл» за 2016 - 2018 гг., тыс. руб.

	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Изменение (2018 / 2016), (+, -)
Уставный капитал	21264	21264	18750	- 2514
Переоценка внеоборотных активов	175	12	2	- 173
Добавочный капитал	12624929	12624929	0	- 12624929
Резервный капитал	3191	3191	2813	- 378

Нераспределенная прибыль	1312189531	1342277120	995541836	- 316647695
Всего собственного капитала	1324839090	1354926516	995563401	- 329275689

Данные таблицы говорят о том, что за последние годы наблюдается сокращение собственного капитала за счет всех статей данного раздела баланса, особенно за счет уменьшения нераспределенной прибыли и добавочного капитала. По динамике изменения собственного капитала можно в обобщенном виде сделать заключение о постепенном снижении эффективности производственной и коммерческой деятельности компании.

Процесс финансового управления капиталом требует не только оптимизации структуры именно собственного капитала, есть необходимо формирования показателя целевой структуры совокупного капитала [2, с.217]. Данный оптимизационный процесс оптимизации основывается на трех критериях.

1. Критерии максимизации уровня рентабельности. Производятся многовариантные расчеты с использованием финансового леввериджа.

2. Критерии минимизации стоимости капитала. Оптимизационный процесс основан на предварительной оценке стоимости собственного и заемного капитала при разных условиях его привлечения и осуществлении многовариантных расчетов средневзвешенной стоимости капитала.

3. Критерии минимизации финансового риска. Метод связан с процессом дифференцированного выбора источников финансирования различных составных частей активов компании. Оптимизация структуры производится в зависимости от отношения собственников или менеджеров к финансовым рискам.

Оценка эффективности управления собственным капиталом проводится на основе анализа его рентабельности. Данный показатель представляет собой соотношение величины чистой прибыли к среднегодовой стоимости собственного капитала.

На рисунке 2 показана динамика рентабельности собственного капитала.

Динамика анализируемого показателя заставляет делать противоречивые выводы относительно снижения эффективности использования капитала. Если даже снижается финансовая устойчивость, падает платежеспособность, эффективность использования собственного капитала (рентабельность) повышается.

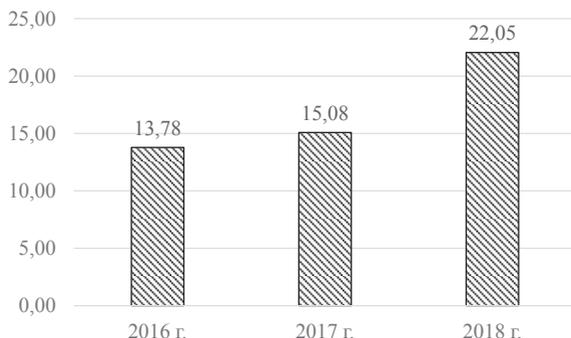


Рисунок 2 – Динамика рентабельности собственного капитала, %

Можно сделать заключение о том, что использование механизма финансового левеиджа дает положительные результаты.

Коэффициент финансового левеиджа является тем рычагом, который вызывает положительный или отрицательный эффект, получаемый за счет соответствующего его дифференциала. При положительном значении дифференциала любой прирост коэффициента финансового левеиджа будет вызывать еще больший прирост коэффициента рентабельности собственного капитала, а при отрицательном значении дифференциала прирост коэффициента финансового левеиджа будет приводить к еще большему темпу снижения коэффициента рентабельности собственного капитала [6, с.22].

Следовательно, финансовый рычаг становится главной причиной как повышения суммы и уровня прибыли на собственный капитал, так и появления финансового риска потери этой прибыли. Применение данных методик оценки эффективности использования собственного капитала способствует пониманию причин тех или иных изменений его рентабельности и принятию более взвешенных решений в процессе управления собственным капиталом организации.

Таким образом, целесообразно сделать вывод о том, что с учетом критериев оптимальности многие организации могут достичь необходимых уровней финансовой устойчивости, обеспечивая высокую степень развития, снижая факторы риска, повышая стоимость организации и выводя производство на более эффективные уровни.

#### **Список использованной литературы**

1. Василенко М.Е., Шакина Д.Д. Собственный капитал организации и особенности его аудита // КНЖ. 2018. №2 (23). С.130 - 132.
2. Глушков В. Л. Проблемные аспекты управления собственным капиталом компании // Бизнес в законе. 2014. №1. – С.215 - 218.
3. Кыштымова Е.А., Лытнева Н.А., Борисова И.А. Развитие методики анализа состава и структуры собственного капитала в управлении коммерческим предприятием // Научные записки ОрелГИЭТ. 2016. № 1. С. 125–133.
4. Лебединская О.Г. Роль собственного капитала в развитии современного бизнеса в условиях экономического кризиса / О.Г Лебединская // Экономика и Право. – 2015. – №7. – С. 95 - 100.
5. Макарова С.Г. Управление структурой капитала российских компаний в периоды экономических кризисов // Аудит и финансовый анализ. – 2016. – № 1. – С. 254–264.
6. Салимова Ф.Н., Сахаутдинова Е.Т. Проблемы и особенности управления собственным капиталом предприятий // Современная экономика. Сборник статей XI Международной научной конференции. Издательство: ИД Плутон. – 2017. – С.20 - 23.
7. Чараева М.В., Евстафьева Е.М. Аналитические основы управления собственным капиталом коммерческого предприятия // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2018. – Т. 11, № 3. – С. 299 – 312.

© Хамадиева Э.И., 2019

## ОПРЕДЕЛЕННЫЙ ИНТЕГРАЛ В ЗАДАЧАХ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ

### Аннотация

Рассмотрены случаи использования экономического приложения определенного интеграла для вычисления объема выпускаемой продукции (с применением функции Кобба - Дугласа), среднего времени для изготовления единицы изделия, при решении задач финансового характера.

### Ключевые слова:

Экономического приложения определенного интеграла, производственная функция Кобба - Дугласа, модель изменения затрат, варианты распределения доходов.

С давних лет учёные - математики стремятся каждое физическое явление представить в виде математической модели. При выявлении подходящей формулы можно посчитать необходимую величину того или иного события. Наилучшим и самым совершенным инструментом при работе с функциями является интеграл. В отличие от обычного интеграла, представляющего из себя особую функцию, интеграл определенный является числом, равным пределу интегральных сумм. В процессе моделирования множества процессов, явлений и событий определенный интеграл дает достаточно богатый и широкий математический аппарат [1], [2], [6].

Актуальность темы заключается в том, что экономические процессы – это весомая часть жизни общества современного мира, а способность их контролировать, прогнозировать и понимать даёт возможность положительно влиять как на микроэкономическую, так и макроэкономическую ситуацию.

Определенным интегралом функции  $y=f(x)$  непрерывной на отрезке  $[a,b]$  называется предел интегральной суммы при стремлении числа элементарных отрезков к бесконечности, а длины наибольшего из них к нулю, то есть

$$\int_a^b f(x)dx = \lim_{\substack{n \rightarrow \infty \\ \max|\Delta x_i| \rightarrow 0}} \sum_{i=1}^n f(\xi_i)\Delta x_i \quad (1)$$

Определенный интеграл применяется во многих сферах жизни. Так, в геометрии – это вычисление объема тела вращения, длина дуги кривой, вычисление площади поверхности вращения и простое вычисление площадей фигур. В физике с помощью него можно вычислить пройденный путь при известной скорости, потенциальную и кинетическую энергии в поле силы, а также работу переменной силы. И даже в биологии интеграл нашел свое место. С его помощью в этой науке можно вычислить численность популяции и её биомассу, среднюю длину пролета или пробега.

Но более активно вычисления при использовании определенного интеграла применяются в экономической сфере деятельности и сфере финансов. Используя

определенный интеграл, можно решить множество задач в экономике, такие как определение излишков потребителя, оценка последствий введения поговарного налога, нахождение объема производимой продукции, функция Кобба - Дугласа, среднее время изготовления изделия, нахождение капитала по известным чистым инвестициям и так далее. В финансовой сфере определенный интеграл помогает вычислить коэффициент Джинни, излишки производителя и потребителя, измерить выпуск оборудования при постоянном темпе роста.

Рассмотрим применение определенного интеграла в функции Кобба - Дугласа. Сама по себе производственная функция Кобба - Дугласа – это модель, которая показывает зависимость объема производства от создающих его факторов производства – капитала и труда. Сама производственная функция выглядит следующим образом:

$$Q = A \times L^\alpha \times K^\beta, \quad (2)$$

где  $Q$  – объем производства;

$A$  – технологический коэффициент;

$L$  – труд;

$K$  – капитал;

$\alpha$  – коэффициент эластичности по труду;

$\beta$  – коэффициент эластичности по капиталу.

$A, \alpha, \beta$  – неотрицательные константы;  $\alpha + \beta \leq 1$ .

Если в производственной модели Кобба - Дугласа расценивать затраты труда как линейную зависимость от времени, а затраты труда считать постоянными, то функция примет следующий вид:  $f(t) = (\alpha t + \beta)e^{\gamma t}$ . В таком случае объем производства за определенный временной показатель  $T$  будет равен:

$$Q = \int_0^T (\alpha t + \beta)e^{\gamma t} dt. \quad (3)$$

Предположим, что требуется найти объем выпускаемой продукции, который предприятие произвело за 4 года, если модель Кобба - Дугласа имеет вид  $f(t) = (1 + t)e^{3t}$ .

Применяя формулу (2), получим, что объем производства равен:

$$Q = \int_0^4 (1 + t)e^{3t} dt \quad (4)$$

Для того, чтобы вычислить определенный интеграл, воспользуемся методом интегрирования по частям.

Пусть  $u = 1 + t, du = dt; dv = e^{3t} dt, V = \frac{1}{3}e^{3t}$ . Тогда получим, что

$$Q = \frac{1}{3}(1 + t)e^{3t} dt \Big|_0^4 - \frac{1}{3} \int_0^4 e^{3t} dt = \frac{1}{3}(1 + t)e^{3t} - \frac{1}{9}e^{3t} \Big|_0^4 = 252859,1(y.e).$$

Таким образом, объем выпуска продукции предприятия в четырехлетней ретроспективе равен 252859,1 условных (денежных) единиц.

Применяя определенный интеграл, также можно найти среднее время, необходимое для изготовления единицы изделия.

Пусть изменение времени, затрачиваемого на изготовление единицы изделия, задано функцией  $t=t(x)$ , где  $t$  - затраты времени, а  $x$  – порядковый номер изделия в партии. В таком

случае среднее время  $t_{cp}$ , затраченное на изготовление единицы изделия в период освоения от  $x_1$  до  $x_2$  изделий находится при помощи теоремы о среднем:

$$t_{cp} = \frac{1}{x_2 - x_1} \int_{x_1}^{x_2} t(x) dx \quad (5)$$

А функция изменения временных затрат на изготовление изделий  $t=t(x)$  принимает следующий вид:

$$t = ax^{-b}, \quad (6)$$

где  $a$  – временные затраты на изделие;

$b$  – показатель производственного процесса ( рассмотрено в [3]).

Пусть, к примеру, модель изменения затрат времени на производство изделия представлена функцией  $t = 80 x^{-\frac{1}{2}}$ (ч). Нужно найти среднее время, необходимое для освоение единицы изделия в период освоения от  $x_1=40$  до  $x_2=60$ .

Решая эту задачу, воспользуемся формулой (4). Получим, что:

$$t_{cp} = \frac{1}{60 - 40} \int_{40}^{60} 80x^{-\frac{1}{2}} dx = \frac{80}{20} \int_{40}^{60} \frac{dx}{\sqrt{x}} = 4 \times 2\sqrt{x} \Big|_{40}^{60} = 8\sqrt{x} \Big|_{40}^{60} \approx 11,4 \text{ (ч)}.$$

Примером финансового приложения определенного интеграла является вычислением коэффициента Джини.

Коэффициент Джини – это количественный показатель, отражающий степень неравенства различных вариантов распределения доходов [5]. Иначе говоря, этот показатель отражает степень распределения богатства в обществе и необходим для анализа его социально - экономического строения.

При исследовании кривой Лоренца (графика, отражающего степень неравенства в распределении дохода в отрасли или обществе, а также степени неравенства в распределении богатства) можно оценить степень неравенства в распределении доходов населения (рисунок 1).

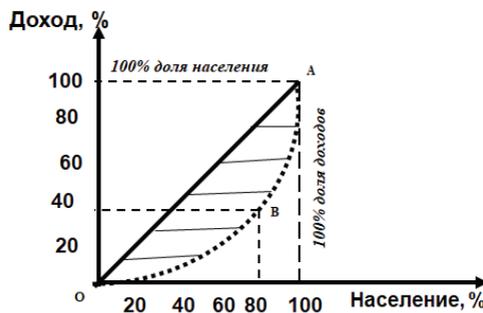


Рисунок 1. Кривая Лоренца

При равномерном распределении доходов кривая Лоренца выпрямляется в биссектрису OA. Из этого следует вывод, что чем меньше площадь заштрихованной фигуры, тем равномернее богатство в обществе распределено и наоборот.

По словам Ляликовой Е.Р., «чем выше неравенство в распределении доходов, тем больше коэффициент приближается к единице (абсолютное неравенство). И чем выше равенство в распределении доходов, тем меньше данный коэффициент. При абсолютном равенстве он достигает нуля.» [2].

Коэффициентом Джини является отношение площади фигуры OAB к площади треугольника OAC, то есть:

$$K_J = \frac{S_{OAB}}{S_{\Delta OAC}}$$

Получаем, что:

$$K_J = \frac{S_{OAB}}{S_{\Delta OAC}} = \frac{\frac{1}{2} - S_{OBAC}}{\frac{1}{2}} = 1 - 2 \int_0^1 f(x) dx, \quad (7)$$

где  $S_{\Delta OAC} = \frac{1}{2}$ ,  $S_{OBAC} = \int_0^1 f(x) dx$ .

Допустим, что в государстве Z кривая Лоренца описывается уравнением  $y = 1 - \sqrt[3]{x + 1}$ , где  $y$  – доля доходов населения,  $x$  – доля населения. Вычислим коэффициент Джини, применяя формулу (7):

$$K_J = 1 - 2 \int_0^1 (1 - \sqrt[3]{x}) dx = 1 - 2(x - \frac{x^4}{4}) \Big|_0^1 = 1 - 2(1 - \frac{4}{5}) = 1 - 0,4 = 0,6.$$

Исходя из вычисленного выше, делаем вывод, что коэффициент Джини в стране Z равен 0,6. Это означает, что в государстве наблюдается заметное неравенство в распределении богатства.

Таким образом, рассмотрены приложения определенного интеграла, применяемые повсеместно – от биологических процессов до процессов в макроэкономической среде. В сравнительно новых исследованиях задач экономики, связанных с использованием аппарата нечеткой логики, определенный интеграл применяется для дефаззификации (от англ. *fuzzy* – нечеткий) непрерывных нечетких множеств (см. [4]) Представленные выше примеры применения приложений определенного интеграла дают представление о значимости определенного интеграла в разнообразных задачах общественной жизни.

### Список используемой литературы

1. Зарвирова М.С., Хаджиназарова А.С., Родина Е.В. Роль определенного интеграла в экономике // Современные наукоемкие технологии. – 2014. – № 5 - 2. – С. 156 - 158 /
2. Ляликова Е. Р. Геометрические приложения определенного интеграла в задачах о добавочной выгоде производителя и потребителя и при нахождении коэффициента Джини // Молодой ученый. — 2015. — №23. — С. 8 - 13. — URL <https://moluch.ru/archive/103/23903/> (дата обращения: 27.10.2019).
3. Ситун А.Е. Определенный интеграл в экономических задачах // Учебное пособие. – 2005г. - с. 34 - 35 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU\\_Edition/335.pdf](https://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/335.pdf) (дата обращения 25.10.2019г) /
4. Царькова Е.В. Информационно - математическое обеспечение задач «цифровой» экономики в нечетких условиях // Правовая информатика. – 2019. – № 1. – С. 18 - 28.

5. Коэффициент Джини. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.economicportal.ru / ponyatiya - all / koefficient - dzhini.html](http://www.economicportal.ru/ponyatiya-all/koefficient-dzhini.html) (дата обращения 27.10.2019г).

6. Приложение определенного интеграла в экономике. [[Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https:// works.doklad.ru / view / aMOrZ3b \\_ vo4.html](https://works.doklad.ru/view/aMOrZ3b_vo4.html) (дата обращения 27.10.2019г).

© Хорунжий В.А., 2019

© Царькова Е.В., 2019

УДК - 33

**Широкова Е. Д.**

Студентка 2 - го курса Философского факультета,  
направления «Реклама и связи с общественностью»,

МГУ имени М. В. Ломоносова,

г. Москва.

[lizashirokova@gmail.com](mailto:lizashirokova@gmail.com)

## ПРОФЕССИИ БУДУЩЕГО

### **Аннотация.**

The labor market is constantly changing nowadays. Some professions, which were in demand approximately 5 - 7 years ago , now are unnecessary and low - paid. Moreover, some occupations in the field of IT, for example, which were unknown in 2000 , are becoming fast - growing.

I would like to examine the issue of what knowledge and skills a person should possess to find a desirable job with a high salary in the new world . I propose to get acquainted with forecasts of BBC, Forbes, Skolkovo and other sources to find out of whom headhunters will hunt in Russia and in the world in the nearest future.

**Ключевые слова:** рынок труда, профессии, навыки.

**Key words:** labor market, professions, skills.

Before talking about professions of the future I would like to point that there are a lot of professions which have become outdated . On account of the rapid development of technologies, digitalization of society such professions as *an accountant, an economist, a journalist , a sports analyst , a statistician* are unpopular and low - paid. In spite of this Christopher Pissarides, Nobel Laureate in Economics, in a lecture on Human Capital after the Fourth Industrial Revolution, said that there are very few areas where robots will not replace humans any time soon . These are *health care, education, hospitality, real estate, home improvement and personal services*. In these fields the value of human labor will not fail, it will continue to grow.

At the same time, in the nearest future previously unknown professions will appear. A lot of science and research centers, universities and sociologists provide different lists of professions of the future . I would like to tell you about the most unbelievable specializations which will be popular in 20 - 30 years.

1. Virtual reality designer.

Experts predict a significant growth in the market of VR devices. In the next 7 - 8 years, it should exceed the point of 45 billion dollars. Millions of people will spend most of their free time

in virtual reality, which will be designed by new generation designers. They will create virtual offices for remote negotiations, museums, municipal institutions and much more.

## 2. Bioethics.

It is the human who defends the rights of the people in terms of moral standard .

Bioethics can solve such problems :

- protecting the rights of patients (including HIV - infected, psychiatric patients, children and other patients with limited competence);
- health equity;
- relationships to wildlife (environmental aspects of the development of biomedical technologies);
- conducting experiments on humans and animals;
- human cloning

## 3. A science artist.

It is a person who applies scientific knowledge and data in his creative practice. Thanks to the active interpenetration of art in other areas, Science Art has already become a separate type of contemporary art, in which artists use the achievements of science and are often scientists themselves. Art objects illustrate practical examples of the interaction of science and technology with art in the modern world and relate to the theme of conceptual design and innovative development.

## 4. Mind fitness trainer .

It is a specialist who creates programs for the development of individual cognitive skills (for example, memory, concentration, reading speed, oral counting and others) depending on the characteristics of the psycho type and the goals of the person. As you know, the final quality of training depends not only on the volume of knowledge, but also on individual abilities for their qualitative assimilation. It is these abilities that the mind fitness trainer should develop. By the way, with the advent of artificial intelligence, the question of the mandatory development to the maximum of one's own capabilities can become a key for the survival of mankind as a species.

## 5. Space guide.

Scientists say that by the beginning of the 2030s space tourism will cease to be a rarity and will become quite affordable for wealthy people. In this regard, guides will be in demand, which will accompany travelers on flights to the stars. And if at the initial stage they can become astronauts, then in the future the specialty may appear even in ordinary universities.

In the future, specialists will increasingly need to replenish their personal competencies, acquire new skills that will be relevant and in demand in a rapidly developing world. Among the predicted actual skills:

- systemic thinking
- environmental thinking
- programming / robotics / artificial intelligence
- work in the face of uncertainty intersectoral
- communication customer focus and work with people
- project management
- multiculturalism and multilingualism.

In conclusion, I would like to point that to be in demand in the labor market is not very difficult, you need just follow trends , update your knowledge and improve skills.

### **Bibliography:**

1. Atlas of new professions by Skolkovo. [https:// www.skolkovo.ru / public / media / documents / research / sedec / SKOLKOVO \\_ SEDeC \\_ Atlas.pdf](https://www.skolkovo.ru/public/media/documents/research/sedec/SKOLKOVO_SEDeC_Atlas.pdf)
2. Educational forum admission navigator. [https:// propostuplenie.ru / article / 12 - professij - buduschego - k - kotorym - nuzhno - gotovitsya - uzhe - sejchas /](https://propostuplenie.ru/article/12-professij-buduschego-k-kotorym-nuzhno-gotovitsya-uzhe-sejchas/)
3. IQ Consultancy forum. [https:// www.iqconsultancy.ru / articles / kakie - professii - budut - vostrebovany - cherez - 5 - 7 - let /](https://www.iqconsultancy.ru/articles/kakie-professii-budut-vostrebovany-cherez-5-7-let/)

© Широкова Е., 2019

**УДК 330**

**А.В. Яндринская**

студентка 2 курса магистратуры  
ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского»  
г. Саратов, РФ  
E - mail: annanet96@mail.ru

## **ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ КОМПАНИИ**

### **Аннотация**

В данной статье рассмотрены основные источники внешней и внутренней информации, которые необходимы для финансового планирования компании.

### **Ключевые слова**

Финансовое планирование, внешняя информация, внутренняя информация.

Финансовое планирование представляет собой совокупность взаимосвязанных решений по управлению процессами формирования, перераспределения и использования финансовых ресурсов, реализующихся в детализированных финансовых планах организации. [2]

Планирование финансовых процессов является частью общего плана развития. Оно представляет собой задокументированную взаимосвязь действий по формированию и использованию денежных резервов. Главная задача финансового планирования – закрепление устойчивого и экономически оправданного баланса между активами (имуществом) и пассивами (источниками доходов) организации.

Основопологающая цель финансового планирования в бизнесе – это определение оптимальных путей развития, достижимого путём повышения конкурентоспособности, прибыльности и стабильности роста, которые реализуются благодаря целесообразному использованию денежных средств, полученных от производственной, инвестиционной или иной деятельности.

Несомненно, финансовое планирование – один из жизненно важных сегментов управления организацией, которому нужно уделять пристальное внимание. Качество проведения финансового планирования напрямую зависит от используемой информации.

Информационное обеспечение финансового планирования деятельности любой компании представляет собой систему сбора и обработки внешней и внутренней информации.

Внешняя информация дает возможность изучать развитие внешней среды предприятия, состояние рынка и его инфраструктуру, поведение покупателей и поставщиков, действия конкурентов, меры государственного регулирования, в том числе законодательные. Иными словами внешняя информация предназначена для обеспечения руководства необходимыми сведениями о состоянии среды, в которой оно действует.

Можно выделить основные источники внешней информации:

- издания, публикации, сообщения официальных органов власти;
- отчеты информационно - аналитических агентств и консалтинговых компаний;
- средства массовой информации и рекламы (газеты и журналы, телевидение и радио);
- публикуемые годовые отчеты клиентов, партнеров и контрагентов;
- личные контакты с клиентурой, партнерами и контрагентами и др.

Внутренняя информация предназначена для анализа и оценки финансового состояния организации при принятии различного рода управленческих, инвестиционных, организационных, административных и иных решений. [1]

Источниками данной информации могут быть:

- финансовая (бухгалтерская) отчетность;
- статистическая отчетность;
- налоговая отчетность;
- оценочные расчеты по проводимым операциям;
- результаты внутренних исследований;
- акты ревизий и проверок и др.

Как показывает опыт стран с устоявшейся рыночной экономикой, эффективное управление предполагает широкое использование данных бухгалтерской отчетности в процессе финансового планирования деятельности хозяйствующих субъектов и прогнозирования их развития, контроля за количественными и качественными показателями хозяйственной деятельности. Поэтому финансовую отчетность организации в условиях рынка следует рассматривать как главный источник информации для расчета показателей о результатах деятельности хозяйствующих субъектов и их финансовом положении, на базе которых вырабатываются обоснованные управленческие решения.

В настоящее время ускорение научно - технического прогресса предъявляет все более высокие требования к информационному обеспечению. Эффективность этого вида деятельности во многом предопределяет эффективность управления организацией в целом.

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

1. Новашина Т.С., Карпунин В.И., Волнин В.А. Финансовый менеджмент. Под ред. доц. Новашиной Т.С. / М., Московская финансово - промышленная академия, 2005 – 254 с.
2. Финансовое планирование и прогнозирование: учеб. пособие / [Е.А. Разумовская, М.С. Шуклин, В. И. Баженова, Е.С. Панфилова]; под общ. ред. Е.А. Разумовской; М - во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун - т. – Екатеринбург: Изд - во Урал. ун - та, 2017. – 284 с.

© А.В. Яндринская, 2019



ФИЛОСОФСКИЕ НАУКИ

**Н.И. Клейн  
А.Е. Холодкина**

Кузбасский государственный технический университет  
имени Т. Ф. Горбачёва в г. Прокопьевске  
E - mail: kleyn.96@mail.ru

**Научный руководитель: А.В. Мальшева**  
Кузбасский государственный технический университет  
имени Т. Ф. Горбачёва

### **ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ВЫГОРАНИЕ КАДРОВ В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ КузГТУ (ПФ) В Г. Прокопьевске**

**Ключевые слова:** выгорание, проблема, преподаватель, руководство, работа.

**Аннотация:**Статья посвящена проблеме профессионального выгорания кадров в вузах.

**Keywords:**burnout, problem, teacher, leadership,work.

**Annotation:**The article is devoted to the problem of professional burnout in universities.

Актуальной проблемой нынешнего работника филиала КузГТУ – деятельность на изнашивание, большие перегрузки, напряжение, результатом является профессиональное выгорание кадров, утомление и безразличие.

Нередко, в погоне за должностью и деньгами многие работающие думают, что подходят к своей миссии, но придя к собственной мечте, человек эмоционально измотан и не испытывает счастья.

Профессиональное выгорание – отрицательное положение сотрудника, развивающееся на фоне неизменного стресса в обстоятельствах высококлассной работы и ведущее к ненормальному и экспансивному ослаблению персоны.

Участие филиала КузГТУ в небольшой степени связано с уровнем профессионального формирования преподавателей, которые дают учебные и методические указания. Работник, привлеченный к деятельности в филиале, обязан соблюдать требования:

- 1) Владеть навыками эффективного преобразования по предмету;
- 2) Обладать профессионализмом и подвижностью во всех областях данной деятельности;
- 3) Владеть полным учебно - методическим оснащением по изучаемым предметам;
- 4) Умение быстро вовлекаться в развитие индивидуальности обучающегося;

В ходе деятельности любой человек испытывает нагрузки, вида – физиологические, чувственные, психические, без них никак не состоится жизнедеятельность передового сотрудника. Впрочем, при небольшом постоянном усилии организм сам справляется со стрессом. Природная перезагрузка совершается стремительно, никак не иницируя значительных искажений в существовании человека, однако работник подвержен сильным нагрузкам регулярно, отрицательные условия запечатлеются, накапливаются в очень большом числе. Без саморазрядки негатив давит на сознание, изматывает человека, и, как следствие, наступает профессиональное выгорание.

Более предрасположенными к профессиональному выгоранию представлены такие группы лиц, как: начальство (43 % ); энергичные специалисты (40 % ); рабочие, занимающиеся ежедневными скучными вопросами (20 % ); сотрудники в годах (пожилые) (22 % ); творческие персоны (35 % ); клерки в области торговли (28 % ); начинающие, не обладающие навыком(5 % ).

Предпосылки профессионального выгорания:

- Отрицательная, негативная обстановка в коллективе;
- Малооплачиваемая деятельность, недоступность высококлассного роста, формирования продвижения по службе;
- Перегрузка трудом либо, наоборот, наличие независимого времени, никак не заполненного рабочими процессами;
- Однообразие трудового дня;
- Пониженная самоорганизация;
- Деятельность, связанная с неизменным общением с малознакомыми людьми;
- Систематическая замена управляющего звена, перемены прямых обязанностей работников.

Одной из проблем выгорания кадров является задержка заработной платы. Если возникает такая ситуация, то лучше сразу сообщить об этом работникам и объяснить причины проблемы с выплатами.

Следующей проблемой может быть невозможность карьерного продвижения. Для того чтобы предотвратить такую ситуацию, необходимо проводить беседы о перспективах карьерного развития, рассматривая при этом примеры, как многие специалисты смогли добиться карьерного продвижения.

В основной массе это связано с общим пессимизмом в учреждении, негодованием результатами деятельности, высказываемым сотрудниками. Пропадает уверенность на вероятность что - то изменить собственными силами.

Постепенное формирование выгорания у работников имеет возможность послужить причиной к специфическому выгоранию. Сигналами этого, выгорания считается присутствие у множества сотрудников подобных психоэмоциональных признаков, поведенческих проявлений, характерных синдрому выгорания.

Предложения государственной власти, что следует делать для того, чтобы уменьшить профессиональное выгорание кадров:

1. внедрить в дисциплины и тренинги программы для повышения толерантности к стрессу, разрешения конфликтов, сохранения психологического здоровья;
2. рационально распределять нагрузку;
3. способствовать профессиональному развитию преподавателей, что включает в себя путь профессионального развития и карьерного роста;
4. гарантировать безопасность и оборудование рабочего места;
5. не загружать преподавателя не нужной документацией;
6. разработать форму мотивации работников, в том числе поощрения преподавателей;
7. предоставить преподавателям психологическую помощь, создавая место для отдыха.
8. отслеживать условия труда преподавателей, соблюдение работодателем трудового законодательства и других положений, касающихся особых условий труда.

Сделаем вывод, что важными основами профессионального выгорания являются нередкие смены начальства, частые организационные изменения, инциденты среди начальства и подчиненными, повышенная строгость к работникам, недостаток беспристрастного балла результативности деятельности и малоэффективная концепция мотивировки и стимулирования работников.



Опираясь на диаграмму, можно сделать следующие выводы:

1. Профессиональное выгорание говорит о желании людей, опыт работы которых превышает 5 лет пройти повышение квалификации (82 %).
2. Люди, работающие до года, в основном довольны своей работой (75 %), а с опытом думают о смене работы (98 %).
3. По графику мы видим противоречие в ответах на 3 и 4 вопросы, которые нам говорят о том, что опытные работники в принципе готовы сменить работу, но пока такого случая не представилось, согласны работать на прежней.
4. В процессе работы увеличивается количество потребностей:
  - Материальное обеспечение рабочего места
  - Личностный рост
  - Саморазвитие;
 в связи с этим показатель удовлетворенности жизнью падает с 63 % до 45 %.
5. С ростом квалификации, опыта работы, профессиональных качеств работник предъявляет большие требования к заработной плате. Поэтому показатель удовлетворенности заработной платы сокращается вслед за увеличением опыта работы с 75 % до 36 %.

#### Список используемой литературы:

1. Самоукина Н. В. Эффективная мотивация персонала при минимальных финансовых затратах. — М.: Вершина, 2007.

2. Мартынова Т. Н., Бусовикова О. П. Сибирская психология сегодня: Сб. науч. трудов. — Вып. 2. — Кемерово: Кузбассвуиздат, 2003.
3. Бойко В. В. Энергия эмоций в общении: взгляд на себя и на других: учебное пособие / В. В. Бойко. - М.: Наука, 2003. – 154 с.
4. Боровикова С. А. Психологическое обеспечение профессиональной деятельности: учебное пособие / С. А. Боровикова; – М.: Просвещение, 2004. – 151 с.

© Н.И. Клейн, А.Е. Холодкина 2019



ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

## КУЛЬТУРА И КАЧЕСТВО РЕЧИ СОТРУДНИКОВ ОРГАНОВ СЛЕДСТВИЯ

### Аннотация

Анализируются основные проблемные аспекты культуры речи сотрудников органов следствия. На первый план выдвигаются проблемы уместности и качества речи. Особое внимание уделяется специфике реализации речевой культуры на разных уровнях коммуникации.

### Ключевые слова

культура речи, юридическая риторика, речевой этикет, профессиональная коммуникация

Культура речи понимается сегодня прежде всего как «умение использовать в конкретной ситуации такие языковые средства, которые позволяют обеспечить наибольший эффект в достижении коммуникативных задач. Это употребление единственно нужных слов и грамматических конструкций в каждом конкретном случае» [1, с. 18]. Основными показателями культуры речи: точность, правильность, чистота речи. В рамках обозначенных параметров речевая культура сотрудников органов следствия проявляется в умении точно, сообразно коммуникативной ситуации и в соответствии с нормами литературного языка выражать мысли, при этом избегая жаргонных, диалектных и просторечных слов: «Высшим уровнем культуры речи является речевое мастерство, заключающееся в умении ясно (доходчиво), логично и убедительно раскрывать мысли, в богатстве словаря и разнообразии грамматических конструкций» [1, с. 21].

Культура речи, как и любая культура, требует постоянного внимания, заботы, усилий. Однако в ситуации постоянного дефицита времени и ресурсов организма в состоянии высокого эмоционального напряжения и повышенной ответственности, обычных для деятельности сотрудника органов следствия, такие усилия не всегда предпринимаются в должном объеме. Однако следователь должен не только обладать высокой речевой культурой, но и демонстрировать ее. При этом необходимо учитывать специфику коммуникативного пространства, обусловленную конкретной сферой общения.

Как мы отмечали в других работах [2, гл. 9], коммуникативное пространство сотрудника органов следствия представлено тремя сферами: личной, профессиональной, публичной.

*Личное пространство* регламентировано сложившимися традициями в конкретной микрогруппе: супруги, семья, близкие друзья. В этом пространстве человек в наибольшей степени естественен, в наименьшей степени связан культурными ограничениями. Здесь действуют свои ритуалы, поведенческие стереотипы и речевые клише. На этом уровне даже обценная лексика может восприниматься как нейтральная, а не инвективная.

*Профессиональное пространство* регламентировано нормами делового общения и традициями профессионального взаимодействия служителей закона. Здесь не обойтись без

жаргона, который не только позволяет существенно экономить речевые средства и поддерживать высокую скорость коммуникативной акции и реакции, но и обеспечивает границы «своего круга». Речь на этом уровне требует контроля, но допускает некоторые вольности, например, в постановке ударения (*осужденный* вместо *осуждённый*, *ходатайство* вместо *ходатайство* и т.п.), в выборе лексических средств (*терпило* вместо *потерпевший*, *барaban* вместо *информатор* и т.п.), в регистре общения (обращение на ТЫ вместо на ВЫ и т.п.). В данной сфере качество речи часто неизбежно приносится в жертву эффективности взаимодействия.

*Публичное пространство* общения такие вольности исключает. На этом уровне сотрудник следственных органов выступает уже не как индивидум со своим интимным кругом и профессиональными возможностями и предпочтениями, а как официальное лицо, представляющее не только профессиональное сообщество служителей закона, но и в целом институт государства (разумеется, в пределах своих функций и полномочий). Здесь речевое поведение строго регламентировано нормами современного русского литературного языка как государственного языка Российской Федерации, а любое отклонение (произвольное или непроизвольное) от нормы воспринимается как коммуникативная неудача. Проникновение в официальную речь (как устную, так и письменную) элементов личного или профессионального коммуникативного пространства также воспринимается как речевая девиация. И наоборот: «Уважительное отношение к языку, чистая, правильная, богатая речь юриста — это в определенной мере показатель его уважения к нашим законам» [1, с. 24].

Владение культурной речи — показатель профессионального уровня, профессиональной пригодности сотрудников органов следствия, поскольку в их повседневной профессиональной деятельности язык является главным «инструментом», а значит необходимо обеспечить высокое качество речи.

Общая риторика предъявляет к качеству речи следующие требования:

1. Точность — коммуникативное качество речи, проявляющееся в использовании слов в полном соответствии с их значением.
2. Ясность — качество речи, обеспечивающее адекватное понимание сказанного.
3. Логичность — соответствие законам логики.
4. Простота — безыскусственность, естественность, отсутствие вычурности, «красивостей» слога.
5. Чистота — устранение из нее слов нелитературных, диалектных, жаргонных, просторечных, вульгарных.
6. Живость — отсутствие шаблонов; выразительность, образность, эмоциональность.
7. Благозвучие — соответствие требованиям приятного для слуха звучания, подбор слов с учетом их звуковой стороны.
8. Уместность — соответствие слов и выражений целям и условиям общения.
9. Правильность — соответствие принятым языковым нормам.

Однако вполне очевидно, что, например, такое качество речи, как живость, не соответствует специфике юридического подстиля официально - делового стиля, активно оперирующего шаблонами и штампами, но исключая выразительность, образность, эмоциональность. Из приведенного перечня для юридической риторики актуальны только

следующие качества речи: точность, логичность, уместность, чистота, правильность. Именно эти качества и необходимо развивать в процессе лингвистической подготовки и повышения квалификации сотрудников органов следствия.

### Список использованной литературы

1. Ивакина Н.Н. Основы судебного красноречия (риторика для юристов). - М., 2007.
2. Этика следственной деятельности [Электронный ресурс] : учебник для вузов / под ред. А. М. Багмета. М., 2018.

© А.Н. Долгенко, 2019

УДК 811.161.1

**Т.Н. Медведева**

канд. филол. наук, доцент СГУ,

г. Саратов, РФ

E - mail: ya.tnm2012@yandex.ru

## ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДЛОГОВ В ЗНАЧЕНИИ ДИРЕКТИВА И ЛОКАТИВА В РУССКОЙ РАЗГОВОРНОЙ И ДИАЛЕКТНОЙ РЕЧИ

### Аннотация

Актуальность данной работы обусловлена отсутствием исследований, сопоставляющих частотные и семантические характеристики предлогов в русской разговорной и диалектной речи. Цель исследования – сопоставить репертуар свободных предложных синтаксем, количество их употреблений, их сочетаемость и выражаемые ими значения в текстах русской разговорной и диалектной речи. В ходе исследования применялись метод сплошной выборки, статистический метод, сравнительно - сопоставительный анализ.

### Ключевые слова:

Разговорная речь, диалектная речи, предлог, синтаксема, сочетаемость, словосочетание, лексема, синтаксис

Самыми частотными значениями предлогов в составе предложных синтаксем в русской разговорной и диалектной речи являются следующие значения: **директив** (направление движения или ориентированного действия) и **локатив** (местонахождение).

Перечисленные значения обнаруживают наиболее яркие особенности при функционировании в диалектной речи.

Предложные синтаксеммы, имеющие пространственное значение, образуют между собой оппозиции по двум признакам: (1) по указанию на положение пространственного объекта по отношению к движущемуся объекту (начало пути, конец пути, место нахождения) и (2) по указанию на точку, часть пространственного объекта, относительно которой определяется положение движущегося или пребывающего где - либо объекта (лицевая, оборотная, внутренняя поверхность и т.п.). Первые два члена этих оппозиций представляют

собой выражение значения директива, третий член – значение локатива. Названным оппозициям соответствует местоименная формула «откуда – куда – где» и ряды параллельных форм:

С + *род.* – НА + *вин.* – НА + *предл.*;

ИЗ – В + *вин.* – В + *предл.*;

ОТ – К / ДО – У / ВОЗЛЕ / ОКОЛО / ПРИ;

ИЗ – ЗА – ЗА + *вин.* – ЗА + *твор.*;

ИЗ – ПОД – ПОД + *вин.* – ПОД + *твор.*

Наиболее распространенными из перечисленных параллельных рядов предложных синтаксем являются первые два ряда (поскольку предлоги В, НА, С входят в число наиболее частотных). В современном русском литературном языке установилась четкая дифференциация в употреблении предлогов, составляющих эти ряды: предлоги В, ИЗ специализируются для выражения отношения к *внутренней стороне* предмета и сочетаются с названиями объектов, имеющих глубину, большую протяженность или внутреннее полое пространство; предлоги НА, С выражают отношение к *поверхности* предмета и употребляются с наименованиями плоских или высоких объектов.

Однако в ряде случаев закреплённость того или иного предлога за каким-либо существительным носит условный характер: *работа В мастерской, но НА заводе, НА фабрике; жить В Крыму, В Сибири, но НА Кавказе; быть В саду, но НА кладбище.*

В особом положении находятся существительные, обозначающие населенные пункты. Известная неопределенность пространственной конфигурации населенного пункта позволяет осмыслять его и как плоский, и как объемный объект.

В современном русском литературном языке при наименованиях городов преимущественно употребляются предлоги В, ИЗ, тогда как в памятниках древнерусской письменности в конструкциях с глаголом, означающим движение в пространстве, при зависимом существительном – наименовании города часто выступали предлоги НА, С; например: «*Тое же осени съеха съ Москвы Кипреянь митрополить на Киевь*»; «*И бишася с ними на Колмогорах*».

Такое функционирование предлогов НА, С сохраняется в диалектной речи. Так, в мегорском говоре Вологодской области при выражении члена пространственной оппозиции, соответствующего местоимениям куда и где, наблюдается параллельное употребление предлогов В и НА в сочетании с названиями населенных пунктов, относящихся к мегорскому региону (*Голодово, Гора, Лема, Мегра, Палтога, Понизовье, Пустошь*): *у нас на Понизовье – у нас в Понизовье; был на Палтоге – был в Палтоге.*

При названиях населенных пунктов, не входящих в мегорский регион (*Калуга, Киев, Крым, Москва, Мурманск* и др.), употребляется только предлог В: *учится в Москве; ездила в Польшу.*

Что же касается члена оппозиции, соответствующего местоимению откуда, то при названиях населенных пунктов в мегорском говоре отмечен только предлог С. Это относится как к пунктам, входящим в мегорский регион, так и к прочим населенным пунктам: *приезжали с Палтоги, с Ошты, с Водлицы, с Кондуи; приехал с Петрозаводска; приехал с Киева.*

Вообще для мегорского говора, как и для всех русских говоров западной зоны, характерно устойчивое употребление предлога С в соответствии с предлогом ИЗ литературного языка.

Часть нарицательных существительных, которые встретились с предлогом С в директивном значении в мегорском говоре, сочетается с этим предлогом и в литературном языке: *ушла с дороги; слезла с печки*; однако в большинстве случаев в данном значении предлог С имеет место там, где в литературном языке выступает ИЗ: *Я с Вытегорского района, а она была с Бабаевского района; С избы никуда не выходили; Вот с этой конторы - то надо было к озеру, письмо туды снести*.

© Т.Н. Медведева, 2019

УДК 1751

А.С. Мостовая

студентка 5 курса СКФУ, г. Ставрополь, РФ

E - mail: ansara.potyemky.101@gmail.com

## СПЕЦИФИКА ЛЕКСИЧЕСКИХ ПЕРЕВОДЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ В ТЕКСТАХ ОФИЦИАЛЬНО - ДЕЛОВОГО СТИЛЯ

### Аннотация

В статье рассматриваются особенности лексических трансформаций в переводе текстов канцелярского подстиля официально - делового стиля. Проведенный анализ перевода отчетной документации показал наличие еще не изученной области знаний.

### Ключевые слова

Лексическая трансформация, конкретизация, модуляция, генерализация, технический текст

В процессе перевода отчетной документации по тематике «Распределение электрической энергии» были использованы следующие релевантные для подробного изучения лексические трансформации:

1) конкретизация – ИЯ: «*A survey was carried out to determine the popular brands in Ethiopian market. The following was discovered...*»;

ПЯ: «*В целях выявления популярных фирм на рынке Эфиопии был проведен опрос. Определены следующие торговые марки...*».

В данном отрывке мы видим трансформационный прием конкретизации на лексическом уровне. Конкретизацией называется замена слова или словосочетания ИЯ с более широким предметно - логическим значением словом и словосочетанием ПЯ с более узким значением [1, с. 126].

В процессе перевода была применена данная трансформация, чтобы создать логическое отношение включения между переводимыми и исходными лексическими единицами языка. Таким образом, генерализованное понятие выражается единицей исходного языка, конкретизированное значение этой единицы формируется с помощью единицы ПЯ.

2) модуляция – ИЯ: «*I actively participated in this event which brought together all industry players*»;

ПЯ: «*Я принял активное участие в мероприятии, в котором были все представители сферы производства*».

Модуляция применяется при необходимости замены слов ИЯ (исходного языка) единицей ПЯ (переводящего языка); в процессе модуляции значение единицы ПЯ выводится из семантики единицы ИЯ [1, с. 126]. Руководствуясь данным определением, мы провели прием смыслового развития.

3) транскрипция – ИЯ: «*Mr Akiama, Mr Kaoide*»;

ПЯ: «*мистер Акиама, мистер Каоиде*».

Транскрипция и транслитерация – это способы перевода лексической единицы оригинала путем воссоздания ее формы с помощью букв ПЯ. Транскрипция является воспроизведением звуковой формы исходной единицы, а транслитерация – графической [1, с. 126].

Таким образом, мы передали имена собственные на переводящий язык, руководствуясь данным определением. Использование данного вида трансформации полностью оправдано наличием в ПЯ устойчивого словосочетания, репрезентирующего не только значение, но и структуру, и состав исходной оригинальной лексической единицы.

4) Следующая рассматриваемая трансформация – генерализация:

ИЯ: «*We may have to still wait for some time before we will succeed in purchasing some of the meters*»;

ПЯ: «*Возможно, нам придется подождать до того, как мы приобретем электросчетчики*».

Генерализацией называется замена единицы ИЯ, имеющей более узкое значение, единицей ПЯ с более широким значением, т.е. преобразование, обратное конкретизации [1, с. 127].

Применив лексическую трансформацию генерализацию, мы сохранили интенцию автора совершить действие и выразили авторскую неуверенность в приобретении объекта в первой части предложения: «*нам придется подождать до того, как*». Таким образом, предложение не утратило авторской семантической насыщенности.

#### Список использованной литературы:

1. Комиссаров, В.Н. Теория перевода. Лингвистические аспекты: Учебник для ВУЗов / В.Н. Комиссаров. - М.: Альянс, 2013. - 253 с.

© А.С. Мостовая, 2019

УДК 811.111

**Е.Д. Плиса**

магистрант, НИУ «БелГУ», г. Белгород, РФ

E - mail: plisa.catherine2012@gmail.com

Научный руководитель: к.ф.н., доц. **Е.Н. Морозова**

НИУ «БелГУ», г. Белгород, РФ

### **ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ИМИДЖА СТРАНЫ В СОВРЕМЕННЫХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПЕЧАТНЫХ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЯХ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ (НА ПРИМЕРЕ РОССИИ)**

Интеграция информационного потока в эпоху глобализации создает условия применения средств массовой информации для политической борьбы и создания определенного образа

мышления у людей. СМИ позволяют воздействовать на сознание народа, тем самым формируя определенный образ того или иного государства.

В век информации Россия все чаще стала мелькать на первых полосах известных изданий, как Великобритании, так и США. В основном все публикации посвящены политике. Как правило, данные статьи имеют отрицательный характер. Также имеются и статьи носящие как нейтральный, так и положительный характер.

Все статьи, издаваемые в Великобритании можно разделить на четыре основных блока:

- Политические новости
- Экономические новости
- Спортивные новости
- Новости о культуре

Внешняя политика является наиболее обсуждаемой темой во всем мире. Именно данный блок оказывает наибольшее влияние на формирование конкретного образа нашей страны у народов других государств. Все зависит от СМИ, и то, как они осветят то, или иное событие, так и читатели будут ассоциировать нашу страну, либо с союзником, либо с врагом.

Все чаще способность СМИ манипулировать массовым сознанием и задавать определенные установки используется для воздействия на политическое мировоззрение людей [1, с. 21].

Последние несколько лет Россия очень часто стала упоминаться в статьях посвященных вооруженному конфликту в Сирии. Образ РФ противопоставлен тому, который представлен в наших периодических изданиях. Во - первых, журналисты заявляют, что втягивание России в военный конфликт в Сирии, примеры (1) – (2), носит отнюдь не мирный характер, а является одним из способов покончить с оппозицией на сирийской земле и пригрозить неприятелям.

В данном примере (1), чтобы выставить страну в невыгодном свете, автор использует негативно окрашенную военную лексику (*hit, rebels, militants, terrorists*) и слово с отрицательной приставкой (*anti - Assad*).

(1) “But Moscow – possibly stung by criticism from the US and elsewhere protesting that it was hitting anti - Assad rebels rather than the ISIS targets it was claiming – changed the way it described targets, referring to “militants” and “terrorists”, applies to rebels opposed to Assad, rather than just than just Isis” [The Guardian].

Употребление устойчивых военных и политических выражений (*aerial intervention, Assad regime, special forces*) в примере (2), говорит о том, что автор относится с настороженностью к действиям России в урегулировании конфликта между Сирийским правительством и боевиками.

(2) “While Russia's aerial intervention on behalf of the Assad regime has been very public its special forces have also been operating in secret on the ground”.

Зачастую нашей стране приходится слышать упреки в подделывании отчетов и видео - доказательств в борьбе с терроризмом в Сирии. Выступления Минобороны РФ подвергаются жесткой критике и ставятся под сомнение, того же мнения придерживаются и зарубежные СМИ.

Более того, согласно докладу Atlantic Council, Amnesty International были представлены доказательства того, что Россия и власти Сирии наносили удары по больницам в других частях Сирии специально. И автор подтверждает это при помощи наречия *deliberately*, пример (3).

(3) “In addition to this report from Idlib, a March 3, 2016 report by Amnesty International would go on to present evidence that Syria and Russia were deliberately targeting hospitals elsewhere in Syria” [The Atlantic Council].

Британский журналист Патрик Уинтур (Patrick Wintour), в своей статье (пример 4), использует такие стилистические средства метонимию (*Russia*), а также метафору (*to increase pressure*), поднимая вопрос об оказании давления на президента Асада со стороны России.

(4) “Russia expected to increase pressure on Syrian president” [The Guardian].

Без сомнения, Россия в последнее несколько лет стала часто упоминаться в статьях касающихся происходящей ситуации на Украине. За последние 4 года вооруженный конфликт в Сирии стала занимать первые полосы зарубежных газет, некогда принадлежавших Украине. Так или иначе, произошли и изменения в отношениях некогда двух дружных стран. На сегодняшний день отношения России и Украины далеки от тех, что связывали их раньше, все это находит отражение в сегодняшних публикациях. Как правило, Россия обвиняется в жестокости по отношению к соседним государствам. Так, возвращение полуострова Крым на историческую родину вызвало бурный поток дискуссий в СМИ. Кроме того, зарубежные журналисты определили данный процесс, как аннексию и в своих статьях стали применять данное определение.

«Аннексия – это захват, насильственное присоединение страны или части ее к другой стране» [2].

Сложный вопрос взаимоотношений Украины и России нашел отклик и на первых полосах англоязычных газет. Данная проблема взволновала и журналиста издания The Guardian Софи Пинкхэм (Sophie Pinkham). В своей публикации “How annexing Crimea allowed Putin to claim he had made Russia great again”, пример (5), она использует метафору *made Russia great again*, чтобы показать, как процесс присоединения Крыма к России позволил Путину объявить, что он вновь сделал нашу страну великой державой, пример (5).

(5) “How annexing Crimea allowed Putin to claim he had made Russia great again” [The Guardian].

Как уже говорилось ранее, если верить англоязычным публикациям, Российская Федерация и Украина, две культурно близкие страны, но политические связи между ними подорваны, с того самого момента, как Кремль присоединил к территории России Крымский полуостров в 2014 году.

Использование эпитетов *political ties*, *dire straits*, метонимии *Moscow*, а также слова с негативно - семантическим компонентом *annexed*, в примере (6), говорит о натянутых отношениях между Россией и Украиной, тем самым внушая страх и недоверие к государству, который при помощи силы отнимает территории, некогда принадлежавшие своей «младшей сестре».

(6) “Russia and Ukraine are culturally close but political ties between the countries have been in dire straits since Moscow annexed the Crimean peninsula in 2014” [The Guardian].

Также, как и примере указанном выше, автор использует лексику с негативно - семантическим компонентом (*collapsed, seizure*), а также метонимию *Moscow*. Отношения между Украиной и Россией потерпели крах после оккупации Москвой Крыма в 2014 году, пример (7).

(7) “Relations between Ukraine and Russia collapsed following Moscow’s seizure of Crimea in 2014” [The Guardian].

Подводя итог вышесказанному, необходимо отметить, что британские СМИ поставили цель создать негативный образ России и упорно идут к ней. К сожалению, их цель может быть полностью достигнута при условии, что в статьях англоязычных СМИ будет расставлен акцент на вооруженных конфликтах, в которых Россия принимает непосредственное участие. Исходя из этого, можно сделать вывод, что исследование англоязычного медиа пространства показало преобладание отрицательно окрашенных доминант имиджа страны с мощным ядерным потенциалом. Языковыми средствами создания имиджа, как правило, выступают негативно окрашенная лексика, слова с отрицательной приставкой, устойчивые военные и политические выражения, метонимии, лексика с негативно - семантическим компонентом, но наибольшей популярностью пользуются эпитеты и метафоры, что объясняется приданием образности и экспрессивности тексту.

### Список использованной литературы

1. Ермоленко Г.М. Медиаобраз В.В. Путина в текстах англоязычных СМИ // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2013. – 3 (13). – С. 21 - 28.

2. Словарь русского языка: В 4 - х т. / РАН, Институт лингвистических исследований; Под ред. А. П. Евгеньевой. – 4 - е изд., стер. – М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999.

3. Ewen MacAskill Russian claims on Syria airstrikes 'inaccurate on grand scale', says report // The Guardian. – 2016. – 5 апреля [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.theguardian.com/world/2016/apr/05/russian-claims-syria-airstrikes-inaccurate-report> (дата обращения: 26.11.2019).

4. Patrick Wintour Russia expected to increase pressure on Syrian president // The Guardian. – 2016. – 15 марта [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.theguardian.com/world/2016/mar/15/russia-expected-increase-pressure-syrian-president-bashar-al-assad-vladimir-putin> (дата обращения: 26.11.2019).

5. Ukraine drops out of Eurovision // Taipei Times. – 2019. – 1 марта [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.taipetimes.com/News/world/archives/2019/03/01/2003710642> (дата обращения: 26.11.2019).

6. Ukraine riles Moscow as it announces head of new independent Orthodox church // The Guardian. – 2018. – 15 декабря [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.theguardian.com/world/2018/dec/15/ukrainian-priests-rile-moscow-with-moves-to-set-up-independent-orthodox-church> (дата обращения: 26.11.2019).

© Е.Д. Плиса, Е. Н. Морозова, 2019

## КОГНИТИВНЫЙ МЕХАНИЗМ СТАНОВЛЕНИЯ ГРАММЕМЫ ПРОШЕДШЕГО ВРЕМЕНИ РУССКОГО ГЛАГОЛА

### Аннотация

Статья находится в русле когнитивной лингвистики: сквозь призму взаимосвязи языка и мышления анализируется становление одной из граммем категории времени. Выявлено, что основными когнитивными механизмами грамматической репрезентации времени являются обобщение и абстрагирование: именно эти процессы характеризуют когнитивное становление граммема прошедшего времени русского глагола в результате уменьшения количества форм и расширения диапазона их значений.

### Ключевые слова

Когнитивная лингвистика, концепт «время», грамматическая категория времени, граммема прошедшего времени.

Когнитивная лингвистика, отражающая новый этап изучения сложных отношений языка и мышления, относится к числу приоритетных направлений современного языкознания. Базовым понятием когнитивной лингвистики является концепт. В современной научной литературе можно найти множество разных определений данного понятия [1], квинтэссенцией которых выступает толкование концепта как результата мыслительной деятельности человека [2]. Одним из важнейших концептов можно считать концепт «время», который в русском языке выражается разными средствами – грамматическими и лексическими. Нас интересует грамматическая репрезентация концепта «время».

Грамматически передаваемый концепт «время» – это концепт, лежащий в основе становления морфологической категории времени и выражаемый определенными грамматическими формами. Рассмотрим становление граммема прошедшего времени, проанализировав когнитивный механизм ее структурных и семантических изменений.

В древнерусском языке было четыре формы прошедшего времени: две простые (аорист и имперфект) и две сложные (перфект и плюсквамперфект).

Аорист обозначал законченное действие, целиком отнесенное в прошлое, протекающее как один непрерывный акт: *И исполчишася Русь, и бысть сѣча велика, и одолѣ Святославъ, и бѣжааша грѣци. – И исполчились русские, и была жестокая битва, и одолел Святослав, а греки бежали* (Повесть временных лет). Имперфект образовывался в основном от глаголов несовершенного вида и обозначал длительное или повторяющееся в прошлом, но незавершенное в своем течении действие: *А древляне живяху звѣриньскимъ образом. – А древляне жили звериньымъ образом* (Повесть временных лет).

Плюсквамперфект обозначал такое действие в прошлом, которое предшествовало другому действию в прошлом: *На пятое лѣто помяну (Олег) конь, от него же бяхуть рекли волхви умерети. – На пятый год вспомнил (Оле) коня, от которого, как говорили прежде волхвы, он должен был умереть* (Повесть временных лет). Перфект называл такое

действие в прошлом, результат которого продолжается и в момент речи: *Конь умерль есть, а я живь*. – *Конь мой мертв, а я жив* (Повесть временных лет).

Разрушение древнерусской системы прошедших времен заключается в том, что вместо четырех форм постепенно устанавливается одна, по происхождению восходящая к перфекту, который принял на себя функции всех исчезнувших форм прошедшего времени, поскольку употреблялся человеком в процессе познания окружающей действительности чаще, чем другие формы.

Укрепление видовых отношений в русском глаголе приводило к тому, что выражение различий в протекании действия в плане прошлого переходило к виду, следствием чего является палитра прямых и переносных значений современной грамматики прошедшего времени. Формы прошедшего времени глаголов совершенного вида выражают перфектное и аористическое значения. Перфектное употребление характеризуется тем, что действие относится к прошлому, а его результат – к настоящему: *Татьяна сильно похудела*. В аористическом значении глаголы называют действие в прошлом без указания на его результат: *Татьяна села на диету*. Формы прошедшего несовершенного вида выступают в имперфектном значении, передавая прошедшее действие в процессе его протекания: *Татьяна усиленно худела с помощью жесткой диеты*. Транспозиция в большей степени характерна для прошедшего времени совершенного вида, при этом глаголы употребляются либо в контексте будущего (*Ну всё, я пропал*), либо в контексте обобщенного настоящего (*Бывает ведь так: уехал родной человек, и мир перестает существовать*).

Итак, можно сделать вывод, что основными когнитивными механизмами грамматического выражения времени являются обобщение и абстрагирование: именно эти процессы, происходящие в мышлении человека, характеризуют когнитивное становление грамматики прошедшего времени русского глагола в результате уменьшения количества форм и расширения диапазона их значений.

### Список использованной литературы:

1. Краткий словарь когнитивных терминов под общей редакцией Е.С. Кубряковой. М.: Филологический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, 1997. 245 с.
2. Пометелина С.М. Когнитивная природа становления грамматической категории времени русского глагола // Вестник Сибирского государственного университета путей сообщения: Гуманитарные исследования. 2019. № 1. С. 77–83.

© С.М. Пометелина, 2019

УДК 81 - 2

**Н. В. Худoley**

кандидат культурологии, доцент КрасГАУ,  
г. Красноярск, РФ  
E - mail: nvkkaf@mail.ru

### ОБЩЕЕ В СТРУКТУРЕ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ РЕЧЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

**Аннотация:** В статье описаны общие компоненты речевой деятельности – цель, предмет, условия, результат, а также приведены общие характеристики различных видов речевой деятельности – чтения, письма, аудирования, говорения.

**Ключевые слова:** виды речевой деятельности, коммуникативное намерение, речевая задача.

Речь – это способ формирования и формулирования мысли посредством языка в процессе речевой деятельности [2, с. 27]. Язык – это средство осуществления речевой деятельности. Для успешной реализации речевой деятельности важны цель, предмет, условия, результат. Любая речевая деятельность *целенаправленна*, хотя цель может и не осознаваться исполнителем в речевом общении. Особенно это относится к устным видам общения, зачастую имеющим импульсивный характер. Поэтому целесообразнее говорить не о цели, а о коммуникативном намерении применить речевые механизмы для того, чтобы сообщить о чем - то, что - то узнать, выразить свои чувства или словом воздействовать на поведение или речь другого человека. *Предметом* речевой деятельности является мысль, формулируемая при помощи языка или воспринимаемая в устной или письменной форме, а *результатом* – тот вывод, к которому приходит говорящий, сопоставляя результат своего речевого поступка с коммуникативным намерением.

Акцент на речевой деятельности при обучении иностранному языку подразумевает, во - первых, обязательное усвоение иноязычных речевых средств не просто в списках слов или в правилах, но и в непосредственной связи с той или иной речевой задачей – конкретизацией коммуникативного намерения в определенных условиях. Во - вторых, язык, как средство выражения мысли, должен сохранять эту функцию даже на самых начальных этапах обучения: бессмысленное повторение неизвестных слов или фраз, а также озвучивание непонятого текста противоречат естественному стремлению говорящего – понимать, что он говорит и с какой целью, следовательно, такая работа неэффективна. В - третьих, осуществление речевой деятельности предполагает выбор способа, под которым подразумевается определенный вид речевой деятельности [1, с. 18].

Умение человека понимать родную речь и хорошо говорить на русском языке вовсе не означает, что он сможет так же успешно говорить и понимать речь собеседника на иностранном языке, выучив достаточное количество иноязычных слов и грамматических конструкций. Поэтому для адекватного решения речевых задач на иностранном языке в том или ином виде речевой деятельности необходима тренировка механизмов речи для адаптации их к функционированию в новых условиях. Обучаемые учатся осмысленному употреблению и пониманию иноязычных речевых средств с учетом собственной речевой задачи и конкретной ситуации общения, т.е. обучаются именно коммуникации на иностранном языке. Обучение иноязычной коммуникации строится с учетом следующих принципов:

1) Грамотный отбор наиболее употребительного языкового материала в соответствии со сферой, формой, видами и ситуациями общения, заявленными как конечные цели обучения;

2) Обязательная комплексная тренировка всех речевых механизмов: зрения, слуха, памяти (кратковременной, оперативной и долговременной), органов артикуляции и письма. Выполнение различных упражнений на соответствующие виды речевой деятельности – чтение, аудирование, письмо, говорение;

3) Связь выполняемых упражнений не только с условиями и задачами конкретной учебной ситуации, но и с условиями и коммуникативной задачей определенной ситуации общения. Обучаемые должны научиться ориентироваться в ситуации общения, оценивать

известные и неизвестные факторы речевой ситуации и быть лично заинтересованными в результате речевого действия [1, с. 19].

Каждый отдельный вид речевой деятельности имеет свои специфические структурные особенности. Говорение, аудирование (восприятие речи на слух), чтение и письмо относятся к самостоятельным видам речевой деятельности. Говорение и аудирование как способы решения речевых задач реализуют устное общение, а чтение и письмо представляют собой виды письменного общения.

Аудирование и говорение на родном языке обычно развиваются на основе естественных психофизиологических способностей слышать и произносить звуки, в то время как чтение и письмо даже на родном языке требуют специального обучения в зрительном декодировании и письменном кодировании. Поэтому исторически слушание и говорение относятся к первичным видам речевой деятельности, а чтение и письмо – к вторичным.

По направленности психофизиологических процессов человека на прием или передачу речевого сообщения аудирование и чтение относят к рецептивным видам речевой деятельности (от «*reception*» - прием, восприятие), в то время как говорение и письмо – к продуктивным видам (от «*production*» - производство).

По способу взаимодействия коммуникантов в процессе передачи информации общение бывает непосредственным, предполагающим устное речевое взаимодействие двух или более людей в одном месте и одновременно, а также опосредованным, которое может осуществляться в устной форме как с использованием дополнительных технических средств (телефон, радио, ТВ и т.п.), так и без них, а также в письменной форме с использованием дополнительных средств (бумаги, пишущего инструмента и т.п.) [1, с. 20].

Таким образом, несмотря на наличие общих компонентов осуществления речевой деятельности – цели, предмета, условий, результата – обучение различным видам речевой деятельности на иностранном языке должно осуществляться с учетом их структурной специфики.

#### **Список литературы:**

1. Базина М. П. Английский язык как учебный предмет и средство общения: Учеб. пособие. – М.: ЧеРо. 1999. – 112 с.
2. Зимняя И. А. Психологические аспекты обучения говорению на иностранном языке. – М.: Просвещение, 1978. – 158 с.

© Н. В. Худoley, 2019

## СОДЕРЖАНИЕ

### ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Т.С. Абраамян, А.С. Вдовина, Е.В. Фенин КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РЕГИОНОВ РОССИИ	6
А.А. Акимова АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ НА ПРИМЕРЕ АО «УК «КУЗБАССРАЗРЕЗУГЛЬ»	11
Т.Э. Алехина ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ РАСТЕНИЕВОДСТВА	14
В.Б. Андреев, А.Е. Махметова, Е.В. Краснянская ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В ОРГАНИЗАЦИИ	17
Атмурзаева Ф.М., Брянцева В. С., Гусаров А.А. АНАЛИЗ МЕЖБЮДЖЕТНЫХ ТРАНСФЕРТОВ НА СУБФЕДЕРАЛЬНОМ УРОВНЕ НА ПРИМЕРЕ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ	20
Атмурзаева Ф.М., Брянцева В. С., Гусаров А.А. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕЖБЮДЖЕТНЫХ ОТНОШЕНИЙ В РФ	22
В.И. Борисов КЛАССИФИКАЦИЯ МЕТОДОВ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧИ МНОГОКРИТЕРИАЛЬНОЙ ОПТИМИЗАЦИИ	24
А.Р. Брускина К ВОПРОСУ О РАЗВИТИИ АВИАЦИОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИИ	26
А.Р. Брускина РОЛЬ АВИАЦИОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ	29
А.Я. Валеева ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ	32
Виговская О.Н. МЕТОДИКА ВЫЯВЛЕНИЯ И ОЦЕНКИ УГРОЗ ПРЕДПРИЯТИЯ	35

<p>Воитов А.Я., Кесян С. В.          Voitov Al. Y., Kesyan S. V.          СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МСФО (IAS) 12 И ПБУ 18 / 02          «УЧЕТ РАСЧЕТОВ ПО НАЛОГУ НА ПРИБЫЛЬ»          COMPARATIVE CHARACTERISTICS OF IAS 12 AND PBU 18 / 02          «ACCOUNTING FOR INCOME TAX CALCULATIONS»</p>	41
<p>Ворона А.О., Шатунова П.С.          СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОДХОДОВ          К РАСЧЕТУ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ</p>	45
<p>М.У. Галиев          ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ РФ          В ОТНОШЕНИИ ФОРМИРОВАНИЯ СБЕРЕЖЕНИЙ</p>	49
<p>Григорян Г. С.          ПРИНУДИТЕЛЬНЫЕ РАСХОДЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СУБЪЕКТА,          КОТОРЫЕ НЕ УЧИТЫВАЮТСЯ В ЦЕЛЯХ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ</p>	53
<p>А.М. Дедюлина          МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО:          СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ          В РЕГИОНАХ СЕВЕРО - КАВКАЗСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА</p>	56
<p>Доюнова Ф. С. - М.          ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ          В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ</p>	59
<p>Дракина В.В.          ПРОБЛЕМЫ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ          НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДОХОДОВ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В РФ</p>	62
<p>Дранко М.И., Пушкарь О. М.          РОЛЬ МЕЖБЮДЖЕТНЫХ ТРАНСФЕРТОВ          В ЭКОНОМИКЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ</p>	64
<p>Дранко М. И., Пушкарь О. М.          ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ          ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЙОНИРОВАНИЯ РОССИИ</p>	66
<p>Дударев А. В.          СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НЕМАТЕРИАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ          ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ</p>	68
<p>Евсеева А. Г., Евсеев П.В.          ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА          РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ)</p>	71
<p>Е.О. Евстигнеева          МЕТОД ЭКСПЕРТНЫХ ОЦЕНОК          В ПРОГНОЗИРОВАНИИ</p>	72

А.В.Жданова РЕГУЛИРОВАНИЕ РОССИЙСКИХ И ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ	74
А.Э. Жданова ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННО - ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА	80
А.Э Жданова ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТОВ ГОСУДАРСТВЕННО - ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В СУБЪЕКТАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	82
Завьялова Л. П., Филимонова Н.Н. Zavyalova Lidia, Filimonova Nadezda МЕТОДЫ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ И ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ METHODS OF BUDGETING AND FINANCIAL PLANNING AT THE ENTERPRISE	85
Завьялова Л. П., Филимонова Н.Н. Zavyalova Lidia, Filimonova Nadezda КОНТРОЛЛИНГ РИСКОВ RISK CONTROLLING	88
Зугумова А. А. РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ	91
А.И. Иванова, А.А. Новикова МАРКЕТИНГ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ	93
В.А Ильичева ВЛИЯНИЕ МАТЕРИАЛЬНОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ СОТРУДНИКОВ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ НА СРЕДНЕЕ МАКСИМАЛЬНОЕ ВРЕМЯ ОЖИДАНИЯ ЗАЯВИТЕЛЕЙ В ОЧЕРЕДИ	99
Исаева А.М. СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	101
Ишбулдина Д.А. ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ	103
Р.А. Кенчешаов АНАЛИЗ СТИЛЕЙ РУКОВОДСТВА ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ	106
Коваленко Е.В. ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА	109

А.В. Корень, В.Е. Бабий АНАЛИЗ ПРИЧИН И ПОСЛЕДСТВИЙ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ НАЛОГОВЫХ РЕЖИМОВ	113
Д.М. Литовченко ФИНАНСОВАЯ ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ НА УРОВНЕ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ	115
Н.В. Лихолетова N. V. Likholetova САМОЗАНЯТОЕ НАСЕЛЕНИЕ КАК НОВЫЙ ИСТОЧНИК ДОХОДА В БЮДЖЕТ ГОСУДАРСТВА SELF - EMPLOYED POPULATION AS A NEW SOURCE OF INCOME TO THE STATE BUDGET	117
Локтионова М.А. ОЦЕНКА МЕТОДОВ ФОРМИРОВАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИЙ	119
Лядова М.А. ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО И НАЛОГОВОГО УЧЕТА ТОВАРОВ В ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ	122
Минеева В.М., Галиуллина Г.Ф., Султанова Л.М. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР ЗА ВЕДЕНИЕ НЕЛЕГАЛИЗОВАННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	126
Р.А. Накусов ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СЕТИ ИНТЕРНЕТ В МАРКЕТИНГОВЫХ ЦЕЛЯХ	135
Е.Ю. Павленко ПРОБЛЕМЫ РАЗРАБОТКИ И РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ	138
Э.А. Пиль ПОСТРОЕНИЕ 3D - ГРАФИКОВ ДЛЯ $V_{eu}$ ПРИ $X_{3eu}$	142
Э.А. Пиль ВАРИАНТЫ 3D - ГРАФИКОВ ДЛЯ $V_{eu}$ ПРИ $X_{3eu}$	144
Э.А. Пиль ВЛИЯНИЕ ПЕРЕМЕННОЙ $X_{3eu}$ НА 3D - ГРАФИКИ ДЛЯ $V_{eu}$	146
Э.А. Пиль ЗАВИСИМОСТЬ 3D - ГРАФИКОВ ПАРАМЕТРА $V_{eu}$ ОТ $X_{3eu}$	149
Э.А. Пиль РАСЧЕТ $X_{3eu}$ И ПОСТРОЕНИЕ 3D - ГРАФИКОВ ДЛЯ $V_{eu}$	151

Э.А. Пиль ПОСТРОЕНИЕ 3D - ГРАФИКОВ ДЛЯ $V_{eu}$ ПРИ $X_{3eu}$ И ИХ АНАЛИЗ	153
Э.А. Пиль ПЕРЕМЕННАЯ $X_{3eu}$ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА 3D - ГРАФИКИ ДЛЯ ПАРАМЕТРА $V_{eu}$	156
Э.А. Пиль РАСЧЕТ $X_{3eu}$ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА 3D - ГРАФИКИ ДЛЯ ПАРАМЕТРА $V_{eu}$	158
А.Г. Самойленко ПОНЯТИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА И ЕЕ МЕСТО В СИСТЕМЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ	160
Д.А. Сорокина ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ БИЗНЕС МОДЕЛЕЙ В СФЕРЕ УСЛУГ	162
К. Г. Сосновских, С. С. Горбунов СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ	164
Е.С. Сумина ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА В РАЗРЕЗЕ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	166
А.В. Трубачёва ИНТЕРНЕТ - МАРКЕТИНГ, КАК НОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ТЕРРИТОРИЙ	172
В.В. Ушаков СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ АНТИКРИЗИСНОГО ФИНАНСОВОГО УПРАВЛЕНИЯ В КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТА В Г. РОСТОВ - НА – ДОНУ	174
Д.Р. Фахреева, Н.Н. Фахреев, Ф.Б. Айдогдыева АВТОМАТИЗИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ДОКУМЕНТИРОВАНИИ БУХГАЛТЕРСКИХ ОПЕРАЦИЙ	177
Фролова А.В. БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИИ: РОССИЙСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ	178
Самарина Е. А., Хамадиева Э. И. УПРАВЛЕНИЕ СОБСТВЕННЫМ КАПИТАЛОМ КОМПАНИИ	181
Хорунжий В.А. ОПРЕДЕЛЕННЫЙ ИНТЕГРАЛ В ЗАДАЧАХ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ	187
Широкова Е. Д. ПРОФЕССИИ БУДУЩЕГО	191

А.В. Яндринская  
ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ  
ДЛЯ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ КОМПАНИИ 194

### **ФИЛОСОФСКИЕ НАУКИ**

Н.И. Клейн, А.Е. Холодкина  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ВЫГОРАНИЕ КАДРОВ  
В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
НА ПРИМЕРЕ КузГТУ (ПФ) В Г. Прокопьевске 196

### **ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ**

А.Н. Долгенко  
КУЛЬТУРА И КАЧЕСТВО РЕЧИ  
СОТРУДНИКОВ ОРГАНОВ СЛЕДСТВИЯ 201

Т.Н. Медведева  
ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДЛОГОВ  
В ЗНАЧЕНИИ ДИРЕКТИВА И ЛОКАТИВА  
В РУССКОЙ РАЗГОВОРНОЙ И ДИАЛЕКТНОЙ РЕЧИ 203

А.С. Мостовая  
СПЕЦИФИКА ЛЕКСИЧЕСКИХ ПЕРЕВОДЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ  
В ТЕКСТАХ ОФИЦИАЛЬНО - ДЕЛОВОГО СТИЛЯ 205

Е.Д. Плиса  
ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ИМИДЖА СТРАНЫ  
В СОВРЕМЕННЫХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ  
ПЕЧАТНЫХ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЯХ  
ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ (НА ПРИМЕРЕ РОССИИ) 206

С.М. Пометелина  
КОГНИТИВНЫЙ МЕХАНИЗМ СТАНОВЛЕНИЯ  
ГРАММЕМЫ ПРОШЕДШЕГО ВРЕМЕНИ РУССКОГО ГЛАГОЛА 210

Н. В. Худoley  
ОБЩЕЕ В СТРУКТУРЕ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ РЕЧЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 211



**OMEGA SCIENCE**  
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР  
ИННОВАЦИОННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

<http://os-russia.com>  
[mail@os-russia.com](mailto:mail@os-russia.com)  
+7 (347) 299-41-99  
г. Уфа, ул. М. Гафури 27/2

---

**Международные и Всероссийские научно-практические конференции**

По итогам конференций издаются сборники статей, которым присваиваются УДК, ББК и ISBN. В приложении к сборнику будет приказ о проведении конференции и акт о результатах ее проведения

**Всем участникам высылается индивидуальный сертификат, подтверждающий участие в конференции.**

В течение 5 рабочих дней после проведения конференции сборники и сертификаты размещаются на сайте <http://os-russia.com>

**Сборники статей размещаются в научной электронной библиотеке [elibrary.ru](http://elibrary.ru) по договору № 981-04/2014К от 24.04.2014 г.**

Публикация от 70 руб. за 1 страницу. Минимальный объем 3 страницы

С информацией и полным списком конференций Вы можете ознакомиться на нашем сайте <http://os-russia.com>

---



**СИМВОЛ НАУКИ**

ISSN 2410-700X

**Международный научный журнал «Символ науки»**

Свидетельство о регистрации СМИ № ПИ ФС77-61596

Договор о размещении журнала в НЭБ ([elibrary.ru](http://elibrary.ru)) №153-03/2015

Договор о размещении в "КиберЛенинке" №32509-01

Периодичность: ежемесячно

Формат: издается в печатном виде формата А4.

Стоимость и минимальный объем: 150 руб. за стр. Минимум – 3 стр.

Публикация и рассылка печатных экземпляров в течение 10 дней

---



научный  
электронный журнал  
**МАТРИЦА  
НАУЧНОГО  
ПОЗНАНИЯ**

ISSN 2541-8084

**Научный электронный журнал «Матрица научного познания»**

**Размещение в НЭБ ([elibrary.ru](http://elibrary.ru)) по договору №153-03/2015**

Периодичность: ежемесячно

Стоимость и минимальный объем: 150 руб. за стр. Минимум – 3 стр.

Формат: электронное научное издание

Публикация: в течение 7 рабочих дней

Эл. версия: сайт издателя, [e-library.ru](http://e-library.ru)

Научное издание

**ПРОБЛЕМЫ  
И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ  
ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЙ НАУКИ**

Сборник статей  
Международной научно-практической конференции  
28 ноября 2019 г.

В авторской редакции

Издательство не несет ответственности за опубликованные материалы.

Все материалы отображают персональную позицию авторов.

Мнение Издательства может не совпадать с мнением авторов

Подписано в печать 02.12.2019 г. Формат 60x84/16.

Печать: цифровая. Гарнитура: Times New Roman

Усл. печ. л. 12,82. Тираж 500. Заказ 459.



**OMEGA SCIENCE**  
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР  
ИННОВАЦИОННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Отпечатано в редакционно-издательском отделе  
Международного центра инновационных исследований

**OMEGA SCIENCE**

450076, г. Уфа, ул. М. Гафури 27/2

<https://os-russia.com>

[mail@os-russia.com](mailto:mail@os-russia.com)

+7 960-800-41-99

+7 347-299-41-99



## ПОЛОЖЕНИЕ

о проведении  
28 ноября 2019 г.

### Международной научно-практической конференции «ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЙ НАУКИ»

В соответствии с планом проведения  
Международных научно-практических конференций  
Международного центра инновационных исследований «Omega science»

1. Международная научно-практическая конференция является механизмом развития и совершенствования научно-исследовательской деятельности на территории РФ, ближнего и дальнего зарубежья

**2. Цель конференции:**

- 1) Пропаганда научных знаний
- 2) Представление научных и практических достижений в различных областях науки
- 3) Апробация результатов научно-практической деятельности

**3. Задачи конференции:**

- 1) Создать пространство для диалога российского и международного научного сообщества
- 2) Актуализировать теоретико-методологические основания проводимых исследований
- 3) Обсудить основные достижения в развитии науки и научно-исследовательской деятельности.

**4. Редакционная коллегия и организационный комитет.**

Состав организационного комитета и редакционной коллегии (для формирования сборника по итогам конференции) представлен в лице:

- 1) Алиев Закир Гусейн оглы, доктор философии аграрных наук, профессор РАЕ, академик РАПВХН и МАЭП
- 2) Агафонов Юрий Алексеевич, доктор медицинских наук, доцент
- 3) Алдакушева Алла Брониславовна, кандидат экономических наук, доцент
- 4) Алейникова Елена Владимировна, доктор государственного управления, профессор
- 5) Бабаян Анжела Владимировна, доктор педагогических наук, профессор
- 6) Башшева Зиля Вагизовна, доктор филологических наук, профессор
- 7) Байгузина Люза Закиевна, кандидат экономических наук, доцент
- 8) Ванесян Ашот Саркисович, доктор медицинских наук, профессор
- 9) Васильев Федор Петрович, доктор юридических наук, доцент, член РАЮН
- 10) Винецкая Анна Вячеславовна, кандидат педагогических наук, доцент
- 11) Вельчинская Елена Васильевна, профессор, доктор фармацевтических наук, академик Академии Наук Высшего Образования Украины
- 12) Габрус Андрей Александрович, кандидат экономических наук
- 13) Галимова Гузалия Абкадировна, кандидат экономических наук, доцент
- 14) Гетманская Елена Валентиновна, доктор педагогических наук, доцент
- 15) Грузинская Екатерина Игоревна, кандидат юридических наук, доцент
- 16) Гулиев Игбал Адилевич, кандидат экономических наук, доцент
- 17) Датий Алексей Васильевич, доктор медицинских наук, профессор
- 18) Долгов Дмитрий Иванович, кандидат экономических наук, доцент, академик Международной академии социальных технологий (МАС), профессор РАЕ, заслуженный работник науки и образования РАЕ
- 19) Екшикеев Тагер Кадырович, кандидат экономических наук, доцент
- 20) Епхиева Марина Константиновна, кандидат педагогических наук, доцент, профессор РАЕ
- 21) Закиров Мунавир Закиевич, кандидат технических наук, профессор
- 22) Иванова Нионила Ивановна, доктор сельскохозяйственных наук, профессор,
- 23) Калужина Светлана Анатольевна, доктор химических наук, профессор
- 24) Куликова Татьяна Ивановна, кандидат психологических наук, доцент
- 25) Курманова Лилия Рашидовна, доктор экономических наук, профессор
- 26) Киракосян Сусана Арсеновна, кандидат юридических наук, доцент
- 27) Киркимбаева Жумагуль Слямбековна, доктор ветеринарных наук, профессор

- 28) Кленина Елена Анатольевна, кандидат философских наук, доцент
- 29) Козлов Юрий Павлович, доктор биологических наук, профессор, президент Русского экологического общества, действительный член РАЕН и РЭА, почетный работник высшей школы МО РФ
- 30) Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент
- 31) Кондрашкин Андрей Борисович, доктор экономических наук, кандидат технических наук, профессор
- 32) Конопацкова Ольга Михайловна, доктор медицинских наук, профессор
- 33) Ларионов Максим Викторович, доктор биологических наук, профессор
- 34) Маркова Надежда Григорьевна, доктор педагогических наук, профессор
- 35) Мухаммадеева Зинфира Фанисовна, кандидат социологических наук, доцент
- 36) Песков Аркадий Евгеньевич, кандидат политических наук, доцент
- 37) Половня Сергей Иванович, кандидат технических наук, доцент
- 38) Пономарева Лариса Николаевна, кандидат экономических наук, доцент
- 39) Почивалов Александр Владимирович, доктор медицинских наук, профессор
- 40) Прошин Иван Александрович, доктор технических наук, доцент
- 41) Симонович Надежда Николаевна, кандидат психологических наук
- 42) Симонович Николай Евгеньевич, доктор психологических наук, профессор, академик РАЕН
- 43) Сирик Марина Сергеевна, кандидат юридических наук, доцент
- 44) Смирнов Павел Геннадьевич, кандидат педагогических наук, профессор
- 45) Старцев Андрей Васильевич, доктор технических наук, профессор
- 46) Сукиасян Асатур Альбертович, кандидат экономических наук, доцент
- 47) Танаева Замфира Рафисовна, доктор педагогических наук, доцент
- 48) Терзиев Венелин Кръстев, доктор экономических наук, доктор военных наук профессор, член-корреспондент РАЕ
- 49) Чиладзе Георгий Бидзинович, доктор экономических наук, доктор юридических наук, профессор, член-корреспондент РАЕ
- 50) Шилкина Елена Леонидовна, доктор социологических наук, профессор
- 51) Шляхов Станислав Михайлович, доктор физико-математических наук, профессор
- 52) Шошин Сергей Владимирович, кандидат юридических наук, доцент
- 53) Юрова Ксения Игоревна, кандидат исторических наук, доцент
- 54) Юсупов Рахимьян Галимьянович, доктор исторических наук, профессор
- 55) Янгиров Азат Вазирович, доктор экономических наук, профессор
- 56) Ярুলлин Рауль Рафаэлович, доктор экономических наук, профессор, член-корреспондент РАЕ

#### 5. Секретариат конференции

В целях решения организационных задач конференции секретариат конференции включены:

- 1) Асабина Катерина Сергеева
- 2) Агафонова Екатерина Вячеславовна
- 3) Зырянова Мария Александровна
- 4) Носков Олег Николаевич
- 5) Ганеева Гузель Венеровна
- 6) Тюрина Наиля Рашидовна

#### 6. Порядок работы конференции

В соответствии с целями и задачами конференции определены следующие направления конференции

- |   |                                   |
|---|-----------------------------------|
| Секция 01. Физико-математические науки    | Секция 12. Педагогические науки   |
| Секция 02. Химические науки               | Секция 13. Медицинские науки      |
| Секция 03. Биологические науки            | Секция 14. Фармацевтические науки |
| Секция 04. Геолого-минералогические науки | Секция 15. Ветеринарные науки     |
| Секция 05. Технические науки              | Секция 16. Искусствоведение       |
| Секция 06. Сельскохозяйственные науки     | Секция 17. Архитектура            |
| Секция 07. Исторические науки             | Секция 18. Психологические науки  |
| Секция 08. Экономические науки            | Секция 19. Социологические науки  |
| Секция 09. Философские науки              | Секция 20. Политические науки     |
| Секция 10. Филологические науки           | Секция 21. Культурология          |
| Секция 11. Юридические науки              | Секция 22. Науки о земле          |

#### 7. Подведение итогов конференции.

В течение 5 рабочих дней после проведения конференции подготовит акт с результатами ее проведения

В течение 10 рабочих дней после проведения конференции участник конференции может по ее итогам, подготовить сертификаты участникам конференции

**Директор**  
**МЦИИ Омега Сайнс**  
**к.э.н., доцент**



*Сукиасян А. А.*



## АКТ

по итогам Международной научно-практической конференции

### «ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЙ НАУКИ»

состоявшейся 28 ноября 2019

1. Международную научно-практическую конференцию признать состоявшейся, цель достигнутой, а результаты положительными.

2. На конференцию было прислано 250 статей, из них в результате проверки материалов, было отобрано 218 статей.

3. Участниками конференции стали 327 делегата из России, Казахстана, Армении, Узбекистана, Китая и Монголии.

4. Все участники получили именные сертификаты, подтверждающие участие в конференции.

5. По итогам конференции издан сборник статей, который постатейно размещен в научной электронной библиотеке eLibrary.ru по договору № 981-04/2014К от 24 апреля 2014г.

6. Участникам были предоставлены авторские сертификаты для сборников статей Международной научно-практической конференции.

Директор  
МЦИИ Омега Сайнс  
к.э.н., доцент



*Сукиасян А. А.*