

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



23 2019
ЧАСТЬ IV

16+

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 23 (261) / 2019

Издается с декабря 2008 г.

Выходит еженедельно

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Редакционная коллегия:

Ахметова Мария Николаевна, доктор педагогических наук
Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук
Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук
Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук
Абдрасилов Турганбай Курманбаевич, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)
Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук
Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук (Казахстан)
Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук (Азербайджан)
Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук
Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук
Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук
Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук
Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук
Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук
Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук
Жураев Хусниддин Олтинбоевич, кандидат педагогических наук (Узбекистан)
Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения
Искаков Руслан Маратбекович, кандидат технических наук (Казахстан)
Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)
Калдыбай Кайнар Калдыбайулы, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)
Кенесов Асхат Алмасович, кандидат политических наук
Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук
Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук
Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)
Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)
Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук
Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук
Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук
Матвиенко Евгений Владимирович, кандидат биологических наук
Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук
Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук
Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук
Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук (Казахстан)
Паридинова Ботагоз Жаппаровна, магистр философии (Казахстан)
Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук
Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук
Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук
Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук
Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук
Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры
Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук (Узбекистан)
Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук
Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

Международный редакционный совет:

Айрян Заруи Геворковна, кандидат филологических наук, доцент (Армения)
Арошидзе Паата Леонидович, доктор экономических наук, ассоциированный профессор (Грузия)
Атаев Загир Вагитович, кандидат географических наук, профессор (Россия)
Ахмеденов Кажмурат Максutowич, кандидат географических наук, ассоциированный профессор (Казахстан)
Бидова Бэла Бертовна, доктор юридических наук, доцент (Россия)
Борисов Вячеслав Викторович, доктор педагогических наук, профессор (Украина)
Велковска Гена Цветкова, доктор экономических наук, доцент (Болгария)
Гайич Тамара, доктор экономических наук (Сербия)
Данатаров Агахан, кандидат технических наук (Туркменистан)
Данилов Александр Максимович, доктор технических наук, профессор (Россия)
Демидов Алексей Александрович, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Досманбетова Зейнегуль Рамазановна, доктор философии (PhD) по филологическим наукам (Казахстан)
Ешиев Абдыракман Молдоалиевич, доктор медицинских наук, доцент, зав. отделением (Кыргызстан)
Жолдошев Сапарбай Тезекбаевич, доктор медицинских наук, профессор (Кыргызстан)
Игисинов Нурбек Сагинбекович, доктор медицинских наук, профессор (Казахстан)
Кадыров Кутлуг-Бек Бекмурадович, кандидат педагогических наук, декан (Узбекистан)
Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)
Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Россия)
Колпак Евгений Петрович, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)
Кожурбаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Кыят Эмине Лейла, доктор экономических наук (Турция)
Лю Цзюань, доктор филологических наук, профессор (Китай)
Малес Людмила Владимировна, доктор социологических наук, доцент (Украина)
Нагервадзе Марина Алиевна, доктор биологических наук, профессор (Грузия)
Нурмамедли Фазиль Алигусейн оглы, кандидат геолого-минералогических наук (Азербайджан)
Прокопьев Николай Яковлевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Прокофьева Марина Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Казахстан)
Рахматуллин Рафаэль Юсупович, доктор философских наук, профессор (Россия)
Ребезов Максим Борисович, доктор сельскохозяйственных наук, профессор (Россия)
Сорока Юлия Георгиевна, доктор социологических наук, доцент (Украина)
Узаков Гулом Норбоевич, доктор технических наук, доцент (Узбекистан)
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры (Россия)
Хоналиев Назарали Хоналиевич, доктор экономических наук, старший научный сотрудник (Таджикистан)
Хоссейни Амир, доктор филологических наук (Иран)
Шарипов Аскар Калиевич, доктор экономических наук, доцент (Казахстан)
Шуклина Зинаида Николаевна, доктор экономических наук (Россия)

На обложке изображен *Михаил Васильевич Ломоносов* (1711–1765), первый русский учёный-естествоиспытатель. Точнее, персонаж фильма «Михайло Ломоносов», вышедшего на советские экраны в 1984 году. А еще точнее — Ломоносов в молодости (всего в этом фильме Ломоносова в разные периоды его жизни сыграли три актера). Молодого Ломоносова сыграл актер театра и кино Игорь Волков.

Михаил Ломоносов родился в деревне Мишанинской Архангелогородской губернии. Отец его владел небольшим судном, на котором перевозил государственные и частные грузы, рыбачил и охотился (по другим источникам — глава семейства был крестьянином Куростровской волости и двинянином, а не помором). Михаил с детства помогал ему во всем и быстро всему учился — он должен был продолжить семейное дело. Грамоту мальчик начал изучать поздно, в 12 лет. С Ломоносовым занимался дьяк Семен Сабельников, ученик подьяческой и певческой школы при холмогорском архиерейском доме. Учеба давалась Ломоносову легко, и вскоре он стал одним из лучших чтецов в местной церкви. Горячее желание продолжать учебу (да еще отец задумал его женить) окончательно определило решение Ломоносова уехать в Москву, где он поступил в единственное в это время в Москве учебное заведение — славяно-греко-латинскую академию при Заиконо-Спасском монастыре. Тяга к знаниям привела его в Киев, затем в Петербург, в Германию и Голландию. А когда ученый решил вернуться в Россию, по дороге его схватили и завербовали в прусскую армию. Прослужив несколько недель, Ломоносов дезертировал. Вернуться на родину ему удалось лишь через год.

Ломоносов был блестящим эрудитом в любой из областей, будь то физические явления, химические превращения или даже стихосложение. На творения Ломоносова в дальнейшем опирались великие поэты, такие как Александр Пушкин и Василий Жуковский, а «Ода на день восшествия на Всероссийский Престол Ее Величества государыни императрицы Елисаветы Петровны 1747 года» является бесспорным памятником русской литературы. Кстати, за оду ученый получил в награду две тысячи рублей. Правда, на момент выдачи денег в царской казне были только медные монеты, поэтому Михаилу Васильевичу пришлось арендовать две телеги, чтобы погрузить наличность.

Доказательством успеха в постижении естественных и точных наук молодым студентом стала дебютная работа Ломоносова, которая называется «О превращении твердого тела в жидкое в зависимости от движения предшествующей жидкости», где ученый рассмотрел различные агрегатные состояния. А за диссертацию «О металлическом блеске» Михаил Васильевич в 1745 году удостоился профессорского звания. После получения звания в науке Ломоносова сделали дворянином.

Его научные труды помогли современникам перейти от алхимии и натурфилософии к нынешним методикам естество-

знания. Он сформулировал основы кинетической теории газов, открыл закон сохранения энергии, объяснил тайну грозových явлений и северного сияния, изготавливал цветные стекла и краски, подверг химическому анализу руды. Именно он придумал основы физической химии. Михаил Васильевич, подерживая труды Коперника, часто изучал астрономию: талантливый ученый стал открывателем атмосферы на Венере, также ему принадлежит создание множественных экспедиций и усовершенствование светоотражающего телескопа (система Ломоносова — Гершеля). Он стал одним из первых служителей науки, кто догадался, что звезда, называемая Солнцем, представляет собой огромный огненный шар, ведь «там огненные валы стремятся, вихри пламенны крутятся и камни, как вода, кипят».

Помимо прочего, Ломоносов ввел в русский язык новые понятия (горизонт, преломление лучей, атом, молекула, температура и т. д.), придав ему научный стиль, ведь раньше технические термины обозначались латинскими словами, которые были непонятны народу. Ломоносов настолько опережал время, что некоторые его труды вышли в свет только посмертно, так как при жизни Михаила Васильевича их засекречивали и не публиковали целые столетия.

Свою будущую жену Ломоносов встретил, обучаясь в Марбурге. Он арендовал тогда комнату у вдовы марбургского пивовара, а через два с небольшим года женился на её дочери Елизавете-Христине Цильх, которая к тому времени уже ждала от него ребенка. В России Ломоносов никому не рассказывал о своей женьтибе и почти два года не вспоминал о своей жене (которую оставил в Германии), пока она не нашла его через российское посольство. Узнав о запросе от жены, Ломоносов не стал отрицать факта свадьбы и способствовал её переезду в Петербург. К сожалению, первая дочь и последующий сын Ломоносовых скончались еще в детстве. В 1749 году в семье родилась девочка Елена, которая стала единственным выжившим ребенком. Таким образом, Михаил Васильевич не оставил потомков, которые смогли бы продолжить род Ломоносовых.

Великий ученый скончался от воспаления легких на 54-м году жизни. На следующий день после смерти Ломоносова его библиотека и бумаги были по приказанию Екатерины II опечатаны графом Г. Г. Орловым, перевезены в его дворец, где и исчезли бесследно. Уже современники связывали изъятие документов с боязнью «выпустить в чужие руки» бумаги Ломоносова.

В честь великого ученого названы шесть вузов, в том числе Московский университет, проект которого разработал он сам, а также город в составе Санкт-Петербурга, кратер на Луне, горный хребет и минерал ломоносовит.

Екатерина Осянина, ответственный редактор

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

- Головачева А. М., Строгая А. Р.**
Сущность управленческого консалтинга: теоретический и практический аспект 245
- Губина Ж. В.**
Автоматизация путем внедрения в организации системы электронного документооборота 247
- Денисова Л. Л., Шевелев Н. С., Ковалёва Д. М., Бурыкин И. В., Пешкова В. В.**
Банкротство и несостоятельность предприятий 248
- Жадаева Е. В.**
Перспективы и тенденции развития мирового рынка мяса птицы 250
- Клименко Д. О.**
Совершенствование государственного управления в сфере здравоохранения в Челябинской области 252
- Ковалёва П. И.**
Динамика развития винодельческой промышленности в Российской Федерации 255
- Кожина Д. С.**
Взаимодействие органов государственной власти, бизнеса и гражданского общества в сфере жилищного строительства 257
- Копчак С. А.**
Проектное управление машиностроительных предприятий как конкурентное преимущество 259
- Красоткина О. А.**
Основные различия учета финансовых вложений по МСФО и ФСБУ 261
- Куртукова Е. А., Бадлаева О. А., Бадмаев А. Б., Карвенов Р. А., Накшинов Э. С., Кекеев А. А.**
Современное состояние инвестирования в Республике Калмыкия 266
- Малюгина Т. В.**
Риски: понятие, общая классификация, виды и методы анализа 269
- Мельникова Н. А.**
Повышение эффективности использования трудовых ресурсов 272
- Михина М. Ю.**
Классификация банковских карт 273
- Мушинский Е. Д.**
Имитационное моделирование динамики экономических систем 275
- Некрасова И. С.**
Особенности формирования ассортимента товаров сельского магазина 278
- Nigmatullayev V. A.**
Socio-economic implications of economic liberalization: advantages and disadvantages (examples from Russia and China) 281
- Полушин В. В.**
Система государственных закупок как механизм повышения эффективности использования бюджетных средств 284
- Полякова К. А.**
Сдерживающие факторы развития внутреннего туризма в Российской Федерации 290
- Пономарь К. И., Григорьев М. А.**
Исторические закономерности развития винодельческой отрасли и перспективы ее развития 292
- Савенко А. А.**
Технология наставничества на государственной гражданской службе 294
- Савочка И. А.**
Затраты на обслуживание собственного транспорта при международных перевозках 296
- Саидов А. А.**
Индустрия туризма в Узбекистане: проблемы и тенденции развития 302
- Саттарова З. И.**
Приоритетные направления формирования регионального туристского кластера 304
- Саттарова З. И.**
Опыт зарубежных стран в развитии региональных туристских кластеров Узбекистана 307

Сулейманова Д. Р. Система государственного управления земельными ресурсами в Республике Башкортостан.....	309	Ульянова Е. А., Шлейникова А. С., Татарченкова А. Д., Скрипцов Д. А. Вычисление и параметрический анализ размера страхового взноса, выплачиваемого определенной группой сотрудников некоторой компании в моделях страхования жизни	320
Тараненко А. В. Теоретические аспекты внутреннего контроля.....	311	Федюкина К. И. Организация сбытовой деятельности на предприятии с крупносерийным типом производства на конкурентном рынке	323
Tulebayev O. M. Features of the creation and promotion of the brand in the global market.....	314	Чимитова Д. Б., Мазанкова Т. В. Особенности рынка товаров и услуг в сфере коррекции зрения	325

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Сущность управленческого консалтинга: теоретический и практический аспект

Головачева Алла Михайловна, студент;

Строгая Анастасия Руслановна, студент;

Научный руководитель: Нестеренко Ирина Николаевна, кандидат экономических наук, доцент
Южно-Российский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации (г. Ростов-на-Дону)

В статье определено понятие «управленческое консультирование», выделены основные модели, цели применения данного понятия.

Ключевые слова: консультирование, управление, система, модели.

The article defines the concept of «management consulting», highlights the main models, the purpose of this concept.

Keywords: consulting, management, system, models.

Консалтинг выступает одним из ключевых понятий, сущность которого заключается в возможности предоставления качественных консультационных категорий услуг в рамках работы предприятий или организаций, для того, чтобы формировать в них новые инструменты и технологии по реализации эффективного менеджмента. После того, как система консультирования получила элементы практического уровня, и было дано качественное и количественное определение различных категорий консультационных услуг, важность представленного направления расширилась существенным образом.

Проводя непосредственное и качественное описание основных элементов консалтинга, важно уделить внимание некоторым ключевым положениям и позициям:

1. Имеются проблемы в ходе организации мероприятий по оценке консультирования. Ввиду того, что продуктом полноценного консультирования выступает непосредственный совет, то возможность для организации качественного оценивания положения организации будет усложняться на базе совокупности оценок субъективного характера. В данном случае любой консалтинговый продукт очень сложно и проблемно оценивать, характеризовать или же попытаться как-то измерить. Более того, позиция клиента очень часто может вообще не совпадать с мнением консультанта несмотря на его профессионализм.

2. Наличие индивидуальных связей между консультантом и непосредственным клиентом. Вне зависимости от установленных размеров и сложности организации ка-

чественного консультирования, образованием контактов занимаются только различные отдельные профессионалы и те лица, которые полностью знают своё дело. Присутствие сложных мероприятий и заданий потребуют непосредственного привлечения к их деятельности различные категории консультантов и профессионалов.

3. Имеется возможность для использования стандартных решений в ходе организации консультирования. Многие консалтинговые организации стараются заниматься полноценным консультированием на уровне стандартных решений не только в рамках установленной продукции, но и возможности для определения основных процедур временного плана, занимаясь формированием собственных методов и совокупности внутриорганизационных положений, стандартов.

4. Особенности определения важности использования профессиональных консультантов. Во многих консалтинговых организациях особое значение может придаваться возможности использования системы профессиональных компетентных навыков и особенностей ведения деятельности, построения полноценной ответственности и единого «ядра» работы. [1]

Полагаем, что отмеченные выше особенности организации технологий управленческого консалтинга можно постоянно совершенствовать на основании использования стратегического и тактического направления по предоставлению широкого спектра услуг профессионального консультирования. В ходе организации и управления

системами профессионального консультирования многие организации данного профиля деятельности занимаются решением вопросов по следующим задачам:

1. Построение единого рабочего пространства и положения тех сотрудников, которые имеют различный уровень профессиональной подготовленности и совокупности профессиональных навыков, знаний.

2. Образование единого философского направления организации консультирования и возможности для организации культуры качественного поведения, составления и организации у сотрудников чести и достоинства по отношению работы в данной организации.

3. Внедрение качественных средств и технологии для возможности полноценной децентрализации различных категорий решений технического плана.

4. Понимание уровня профессиональной квалификации, возможность применения характеристик личного плана, где стиль деятельности каждого из консультантов и любого клиента будут интегрированы между собой для того, чтобы построить качественную модель формата: «консультант — клиент». [2]

Технологии организации управленческого консультирования в целом направлены на возможность предоставления различных технических средств и методов управления по решению единой совокупности ключевых проблем, связанных с действительной организацией управленческих процессов на уровне каждой области деятельности. Согласно данному положению возможность и потребность использования технологий и средств организации управленческого консультирования образуется только на базе внедрения организационных изменений, снижения общих параметров работы организации. Общий уровень проблем и сложностей создаваемых при этом мероприятий будет приводить к тому, что управленческий консалтинг получает непосредственную форму междисциплинарного уровня. На основании использования проведения собственного анализа каждый консультант имеет возможность для образования совокупности ключевых предложений и рекомендаций для построения новой стратегии и единой деловой политики, проводить мероприятия по контролю за положением работы организации.

Более того, практическая помощь и поддержка со стороны консультанта может проводиться по отношению организации и принятия эффективных решений управленческого характера. Согласно этому, работа любого консультанта будет представлена как возможность для построения единой и качественной гибкой основы. Более того, нужно сказать, что работа каждого из консультантов

построена на анализе финансового положения работы организации, на возможности для структурирования основных производственных фондов и активов предприятия. [3]

Положения экономической литературы и практической деятельности дали основания для выделения следующих моделей предоставления консультационных услуг:

1. Модель формата «врач-пациент».
2. Модель формата «процессуальный консалтинг».
3. Модель формата «экспертный консалтинг».

Любая организация сегодня имеет несколько ключевых функциональных потребностей деятельности организации, в рамках решения которых будут привлекаться различные профессиональные консультанты:

1. Проведение корпоративного роста и развития на уровне стратегического консалтинга.

2. Проведение операционного роста и развития на уровне организационного консалтинга.

3. Проведение качественного информационно-технологического развития — это информационно-аналитический консалтинг в сфере ИТ.

Сущность использования стратегического консультирования состоит в возможности построения различных видов корпоративных стратегий. Лица, которые занимаются формированием данной стратегии проводят исследование состояния рынка, выделяют позиции для стратегического роста и развития, обеспечивая при этом возможные сделки по слиянию и непосредственному поглощению предприятий. Иначе говоря, они занимаются непосредственными процессами по подготовке и принятию качественных управленческих решений.

Роль использования операционного консультирования заключается в возможности для предоставления непосредственной помощи предприятиям, которые нуждаются в использовании системы организации оперативного и качественного управления.

Суть использования организационного консалтинга состоит в возможности роста уровня эффективности организационного управления. Многие консультанты занимаются непосредственной разработкой предложений по составлению единой организационной структуры управления, росту работы организации в новом эффективном русле. [4]

Подводя итоги вышесказанному, нужно отметить, что роль управленческого консультирования в деятельности организации существенна, поскольку не каждый из предпринимателей имеет возможность обеспечения организации качественной системой управления, особенно на начальных этапах развития.

Литература:

1. Смирнова Я. В. Управленческое консультирование в сфере организационных изменений // Современная наука как фактор инновационного развития мировой экономики. 2018. С. 154–157.
2. Лисаченко П. Е., Левочкина Н. А. Управленческое консультирование в России: специфика становления и перспективы развития // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2018. № 8. С. 231–236.

3. Панчук Е. И. Управленческое консультирование в России // Государство и право, экономика и образование: молодёжный взгляд. 2018. С. 204–206.
4. Олишевич А. Д. Управленческое консультирование в России // Ломоносов-2019. 2019. С. 42–43.

Автоматизация путем внедрения в организации системы электронного документооборота

Губина Жанна Вячеславовна, студент
Московский гуманитарный университет

В данной статье рассматривается проблематика ведения бумажного документооборота в организации, переход путем автоматизации процессов к электронному документообороту и его эффективность.

Ключевые слова: бумажный документооборот, электронный документооборот, автоматизация, интеграция, технологии, организация, прогресс.

В современном мире — мире научно-технического прогресса, где рыночные отношения развиваются с особенной интенсивностью, разработка новых технологий и применение их на практике напрямую оказывает влияние на успех и эффективность развития организаций, а организации, в свою очередь, оказывают воздействие на экономическое развитие страны.

Для получения наиболее высоких результатов своей деятельности, ухода от шаблонных циклических операций и облегчения человеческого труда в целом, благодаря применению нынешних технологий и развитию электронно-вычислительной техники организации переходят на автоматизирование рутинных механических процессов.

Под автоматизацией понимается процесс замены человека, участвующего в процедуре выполнения трудоемких операций, на саморегулирующие и самоконтролируемые автоматические устройства. Но, несмотря на то, что техника действует самостоятельно, основной контроль и ответственность за исполнением операции остается на человеке.

Автоматизация находит свое применение на разных уровнях рабочего процесса, будь то техническое оборудование в производственных сферах или же обработка информационных данных, элементом которых является первичная документация, о которой сейчас будет идти речь.

Практически во всех компаниях, за малым исключением, большая часть документации составляется именно на бумажных носителях. Бумажный документооборот имеет ряд своих особенностей, которые в свою очередь несут комплекс проблем и отражаются на финансовых рисках организаций:

1. При ведении бумажного документооборота замедляется процесс предоставления отчетности в случае камеральных проверок или, например, судов, так, как на поиски документов в архивах уходит значительная часть рабочего времени, что дополнительно негативно сказывается на продуктивности работы специалиста;

2. Появляются трудности в отслеживании движения документов на этапах их согласования. Возникает вероятность утери документов или их кражи, что приводит к необходимости их восстановления, срыву сделок, потери времени и финансовым затратам (неустойки, штрафы, пени);

3. Бумажные документы могут пострадать при их транспортировке, например, порваться или испачкаться, что опять ведет к восстановлению, на которое требуются дополнительные затраты, связанные еще и с приобретением расходных материалов, таких как бумага и картридж;

4. Под архив бумажного документооборота требуется площадь, что ведет к дополнительным расходам на аренду нежилого помещения и наем архивариуса. Кроме того, бумажные документы имеют свой срок хранения, в некоторых случаях, меньше срока исковой давности, после чего передаются на утилизацию, тем самым, исключая возможность оперативного предоставления документа, т.к. на восстановление может уйти большая часть времени или же это сделать будет вовсе невозможно;

5. Появляется сложность в ведении консолидированных данных, сводной отчетности и подсчетов документов.

Для исключения перечисленных недостатков возникает необходимость интеграции в организацию систему электронного документооборота, целью которой является снижение финансовых рисков предприятия, повышение эффективности работы сотрудников, сокращение сроков принятия управленческих решений и оптимизация бизнес-процессов.

Электронным документооборотом является информационно-коммуникативная система базы данных, установленная на компьютерах, позволяющая обрабатывать документы в электронном виде.

В результате внедрения электронного документооборота, в организации должны возникнуть следующие преимущества:

1. Уменьшение времени на поиск документов, единое корпоративное информационное пространство;

2. Упрощенный процесс согласования документов и их доступность для согласующих лиц;

3. Быстрое формирование отчетов, журналов, точный подсчет количества документов в разных подразделениях организационной структуры;

4. Уменьшение вероятности допущения ошибок и принятия неверного управленческого решения, что приводит к повышению управляемости в организации и снижению финансовых рисков.

В качестве примера разберем проблему потери исходящего сопроводительного письма организации, наименование которой, по ее желанию, оставим засекреченным. Для удобства назовем эту организацию ООО «Предприятие».

ООО «Предприятие» является оператором по приему платежей. В фирме имеется небольшое количество бумажной документации, вследствие чего, в целях экономии средств, было принято решение не ставить программное обеспечение для координации сопровождения документационной деятельности. Спустя некоторое время руководство фирмы осознало свою ошибку.

Организации, являющиеся операторами по приему платежей, обязаны соблюдать 115 ФЗ о противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма. Когда из фирмы ушел сотрудник — специальное должностное

лицо, занимающиеся данным направлением, на его место пришел новый специалист и направил курьера с картой изменения данных специального должностного лица в организации для предоставления ее в соответствующие органы.

В дальнейшем сопроводительное письмо, которое не было никак зарегистрировано в ООО «Предприятие» потерялось, а в соответствующем органе затерялась и сама карта. В результате отсутствия подтверждения передачи важного документа, в установленные законодательством сроки, на фирму были наложены штрафы.

После оплаты штрафов дирекция ООО «Предприятие» внедрила систему регистрации исходящей и входящей документации. В дальнейшем, благодаря сохраненным отсканированным документам, компания всегда могла предоставить подтверждение принятия документов контрагентами, избегая при этом штрафы и пени.

Для интеграции электронного документооборота в организацию, требуется инициация создания нового проекта, создание команды, финансирование и контроль исполнения на всех этапах его жизненного цикла.

Благодаря вышеизложенным преимуществам и правильно подобранному командному составу успешное завершение проекта приведет не только к экономической эффективности, но и повышению качества уровня организации.

Литература:

1. Барихин А. Б. Делопроизводство и документооборот. Практическое пособие. — 2-е изд. — М.: Книжный мир, 2008. — 417 с.;
2. Кузнецов С. Л. Современные технологии документационного обеспечения управления. — 2-е изд. — М.: Термика, 2014. — 287 с.;
3. Корнеев И. К. Информационные технологии в работе с документами. Учебник. — М.: Проспект, 2015. — 304 с.;
4. Романов Д. А., Ильина Т. Н., Логинова А. Ю. Правда об электронном документообороте. — 2-е изд. — М.: ДМК Пресс, 2018. — 222 с.;
5. Рогожин М. Ю. Документационное обеспечение управления: Учебно-практическое пособие. — М.: Проспект, 2005. — 383 с.

Банкротство и несостоятельность предприятий

Денисова Лариса Леонидовна, кандидат политических наук;

Шевелев Николай Сергеевич, студент;

Ковалёва Дарья Михайловна, студент;

Бурыкин Игорь Владимирович, студент;

Пешкова Валентина Владимировна, студент

Армавирский государственный педагогический университет (Краснодарский край)

Результаты, независимо от отрасли, зависят от наличия и эффективности использования финансовых ресурсов в качестве «системы кровообращения», гарантирующей жизнеспособность предприятия [1, с. 5]. Поэтому финансовая забота — это правильное время и ко-

нечный результат деятельности любого коммерческого предприятия.

Подчеркивая финансовые аспекты деятельности коммерческих субъектов, растущая роль финансов является характерной чертой и тенденцией во всем мире.

Финансовое положение компании (ФСП) характеризуется системой показателей, отражающих состояние капитала в ее процессе движения и способность коммерческого предприятия финансировать свою деятельность в какой-либо момент.

В процессах покупки, производства, продажи и финансовой деятельности существует непрерывный процесс притока капитала, изменения структуры средств и их источников обучения, наличия и потребности в финансовых ресурсах и, следовательно, финансового положения предприятия, платежеспособность которого является внешним проявлением.

Финансовое положение может быть стабильным, нестабильным (до кризиса) и кризисным. Способность компании успешно функционировать и развиваться, поддерживать баланс своих активов и обязательств в изменяющейся внутренней и внешней среде, постоянно поддерживать свою кредитоспособность и привлекательность для инвестиций в приемлемых условиях риска свидетельствует о стабильности ее финансового положения и наоборот [2, с.17].

Если платежеспособность является внешним проявлением финансового положения предприятия, то финансовая стабильность является внутренним аспектом, отражающим баланс денежных потоков и сырьевых товаров, товаров и сборов, средств и источников их подготовки.

Для обеспечения финансовой стабильности компания должна иметь гибкую структуру капитала, иметь возможность организовывать свое движение таким образом, чтобы обеспечить постоянное превышение своего дохода от своих расходов, чтобы сохранить свою кредитоспособность и создать условия для нормального функционирования.

Финансовое состояние предприятия, его устойчивость и стабильность зависят от результатов его производственной, коммерческой и финансовой деятельности. Если производственный и финансовый планы успешно выполняются, то это положительно влияет на финансовое положение предприятия. И наоборот, в результате невыполнения плана по производству и реализации продукции происходит повышение ее себестоимости, уменьшение выручки и суммы прибыли и, как следствие, ухудшение финансового состояния предприятия и его платежеспособности. Следовательно, устойчивое финансовое состояние — итог грамотного, умелого управления всем комплексом факторов, определяющих результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Устойчивое финансовое положение, в свою очередь, оказывает положительное влияние на выполнение производственных планов и обеспечение нужд производства необходимыми ресурсами.

Главная цель финансовой деятельности предприятия сводится к одной стратегической задаче — наращиванию собственного капитала и укреплению рыночных позиций. Для этого оно должно постоянно наращивать объем продаж и прибыль, поддерживать платежеспособность

и рентабельность, а также оптимальную структуру актива и пассива баланса.

Банкротство (финансовый крах, разрушение) — это документированная неспособность компании выплатить свои долги и финансировать свою текущую основную деятельность из-за нехватки средств [3, с. 13].

Основным симптомом банкротства является неспособность компании выполнить требования кредиторов в течение трех месяцев с даты погашения. По истечении этого срока кредиторы имеют право обжаловать в Арбитражном суде признание банкротства должника [4, с. 17].

Предпосылки для банкротства многочисленны — это результат взаимодействия многих факторов, как внешних, так и внутренних. Они могут быть классифицированы следующим образом.

Внешние факторы

1. Экономическая ситуация: кризисная ситуация в экономике страны, общее снижение производства, инфляция, нестабильность финансовой системы, повышение цен на ресурсы, изменение рыночных условий, несостоятельность и банкротство партнеров. Одной из причин несостоятельности коммерческих субъектов может быть неправильная налоговая политика государства. Высокий уровень налогообложения может быть подавляющим для компании.

2. Политика: политическая нестабильность общества, внешняя экономическая политика государства, нарушение экономических связей, утрата рынков сбыта, изменение условий импорта и экспорта, несовершенное законодательство в области делового права, антимонопольная политика, коммерческая деятельность и другие проявления государственной регулирующей функции.

3. Демография: размер, состав населения, уровень благосостояния населения, культурная структура общества, определение размеров и структуры потребностей и фактический спрос общественности на определенные виды товаров и услуг.

Внутренние факторы

1. Отсутствие собственного оборотного капитала из-за неэффективной производственной и торговой деятельности или неэффективной инвестиционной политики.

2. Низкий уровень технологии, технологии и организации производства.

3. Снижение эффективности использования производственных ресурсов предприятия, его производственных мощностей и, следовательно, высокого уровня затрат, потерь, «проходящих» через собственный капитал.

4. Создание излишков незавершенных остатков строительства, незаконченное производство, запасы, готовая продукция, в рамках которой есть ниша, замедляется оборот капитала и образуется его дефицит.

5. Плохая клиентская база компании, которая платит поздно или вообще не из-за банкротства, заставляя компанию в долг.

6. Отсутствие продаж из-за низкого уровня организации маркетинговой деятельности для изучения рынков сбыта продукции, создания портфеля заказов, повышения качества и конкурентоспособности продукции, разработки ценовой политики.

7. Привлечение заемных средств в оборот компании в неблагоприятных условиях, что приводит к увеличению финансовых расходов, снижению прибыльности экономической деятельности и способности к самофинансированию.

Литература:

1. Донцова Л. В., Никифорова Н. А. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. М., 2017.
2. Бернштейн, Леопольд А. Анализ финансовой отчетности. Теория, практика и интерпретация: Пер. с англ. / Ред. Я. В. Соколов — М.: Финансы и статистика, 2016.
3. Словарь современной экономической теории Макмиллана / Под общ. ред. У. Пирса: Пер. с англ. — М.: ИНФРА-М, 2017.
4. Кузнецов Н. В. Очередность удовлетворения требований кредиторов // Право и экономика № 6, 2003. с. 13–19.

Перспективы и тенденции развития мирового рынка мяса птицы

Жадаева Евгения Викторовна, студент

Российский государственный аграрный университет — Московская сельскохозяйственная академия имени К. А. Тимирязева

Важное место в жизни людей занимает сельское хозяйство. Мы можем существовать без многих необходимых и полезных вещей, но прожить без продуктов питания невозможно. Структура и уровень питания определяют уровень производства продукции сельского хозяйства. В данной работе рассмотрим перспективы и тенденции глобального рынка мяса птицы.

Ключевые слова: мясо птицы, мировой рынок, производство, Бразилия, Китай, США.

Двигателем рынка птицеводства в течение следующего десятилетия будет увеличение темпов роста доходов и темпов роста ВВП — особенно в развивающихся странах, и особенно в Африке. По прогнозам, в этих развивающихся странах рост доходов на душу населения будет выше. Кроме того, более бедные страны, как правило, тратят большую часть своего располагаемого дохода на продукты питания по сравнению с более богатыми странами, что еще больше увеличивает потребление [2].

По словам ФАО, производители получают выгоду от более высоких коэффициентов конверсии кормов и несколько положительной цены на мясо к кормам в течение следующего десятилетия.

В течение прогнозируемого периода цены в целом незначительно возрастут в номинальном выражении из-за медленного экономического роста.

Короткий производственный цикл птицы по сравнению с другими видами мяса, высокими коэффициентами кон-

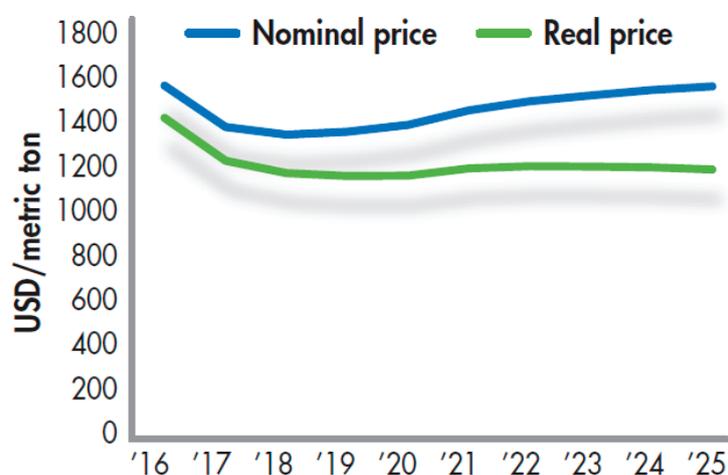


Рис. 1. Мировые прогнозы цен на мясо птицы за 2016–2025гг, млн тонн.

Источник: Poultry trends 2016: [сайт]: URL: <http://www.poultrytrends.com/2016/>

версии кормов, низкими издержками производства и низкими ценами продолжают превращать мясо птицы в самый дешевый источник белка. В результате он будет по-прежнему востребован всеми странами мира.

Растущее население в странах Африки будет зависеть от мяса птицы в качестве доступного источника белка, при помощи импорта. Этот импортный спрос превосходит спрос на мясо говядины, овец и свиней. Ведущие мировые производители мяса птицы — США, Бразилия, Китай и ЕС — будут продолжать поставлять большинство домашней птицы как развивающимся, так и развитым странам. Предполагается, что к 2025 году США будут вести производство птицы почти на 23,4 миллиона тонн, затем Бразилия — 18 миллионов тонн, Китай — 15,8 миллиона тонн, а ЕС — 13,5 миллиона тонн.

На развивающиеся страны в течение следующего десятилетия будет приходиться примерно 73 процента дополнительной продукции мяса, а при низкой стоимости производства птицы по сравнению с другими видами мяса это будет основной движущей силой дополнительной прибыли как в производстве, так и в потреблении до 2025 года. Производство мяса птицы по прогнозам Продовольственной и сельскохозяйственной организации (ФАО) к 2025 году увеличится до более чем 131 миллиона тонн [3].

Аналогичным образом, потребление мяса птицы, в настоящее время около 115 миллионов тонн, будет расти в соответствии с производством в течение того же периода времени.

Развивающиеся регионы будут составлять основную часть дополнительной продукции птицеводства в течение следующего десятилетия до 2025 года. Короткий производственный цикл птицы позволяет производи-

телям быстро реагировать на изменения рынка. Регионы с большим количеством растущих популяций, таких как Азия, и те, у кого более низкие затраты на корм, которые производят избыточные кормовые зерна, такие как Латинская и Северная Америка, приведут к росту производства к 2025 году.

В частности, данные ФАО показывают, что производство будет больше всего увеличиваться в течение прогнозируемого периода в Бразилии, США, Китае, ЕС, Мексике, Индии и России (рис. 2).

В птицеводческой отрасли, ведущей в США, низкие затраты на корм для домашних животных помогли производителям в краткосрочной перспективе перекрыть потери, понесенные из-за вспышки птичьего гриппа в стране в 2015 году. Данные Министерства сельского хозяйства США показывают очень скромный рост производства бройлеров, индейки и яиц в 2017 году, но в последующие годы он увеличился [4].

В ЕС производство также будет стремиться к расширению в течение следующего десятилетия. Среди стран-членов, представивших отчетность за последний год, Польша, Франция и США были лидерами в производстве мяса птицы. В результате этого увеличения производства ЕС перешел от чистого импортера к нетто-экспортеру в 2008 году и, как ожидается, продолжит наращивать свой экспорт.

Пока неясно, как повлияют глобальные объемы производства птицы, изменив методы производства как мяса птицы, так и яиц. Изменение потребностей потребителей в более богатых развитых странах требует от производителей поиска альтернативных методов производства, которые отвечают требованиям и соответствуют торговой политике во всем мире.

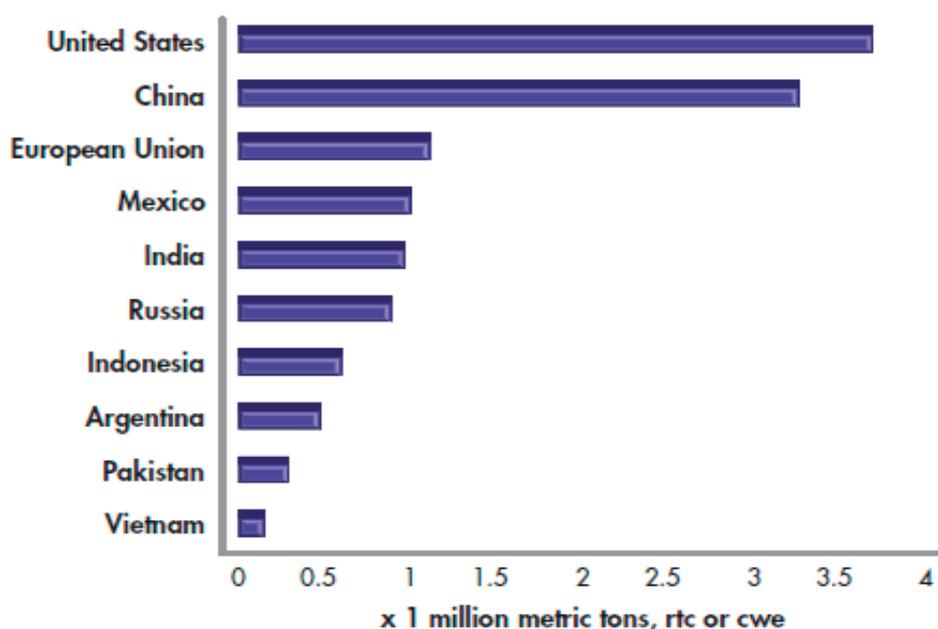


Рис. 2. Страны с наибольшей долей производства птицеводческой продукции, прогноз на 2025 год.

Источник: ФАО: [сайт]: URL: <http://www.fao.org/statistics/ru/>

Литература:

1. ФАО: [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.fao.org/statistics/ru/>
2. Обеспечение населения мира продовольствием в 2050 году: [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.fao.org/fileadmin/templates/wsfs/Summit/WSFS_Issues_papers/Issues_papers_RU/WSFS_feeding_R-LR.pdf
3. ФАО: [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.fao.org/publications/ru/>
4. Livestock and poultry: World market and trade: [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://apps.fas.usda.gov/psdonline/circulars/livestock_poultry.pdf

Совершенствование государственного управления в сфере здравоохранения в Челябинской области

Клименко Дмитрий Олегович, студент
Челябинский государственный университет

В статье представлено исследование необходимости государственного управления в сфере здравоохранения в Челябинской области. Рассмотрены основные проблемы и направления в данной сфере.

Ключевые слова: здравоохранение, инновации в сфере здравоохранения, модернизация здравоохранения в области.

На сегодняшний день одним из ключевых приоритетов государственной политики Российской Федерации является сохранение и укрепление здоровья населения.

В этой связи медицинские учреждения как страны в целом, так и Челябинской области в частности, становятся объектами повышенного внимания со стороны органов государственного и муниципального управления, а также общественности. Последнее обусловлено тем фактом, что доверие населения к медицинским организациям выступает в качестве важнейшего показателя эффективности управления ими.

Инвестиции в здравоохранение, через показатели здоровья населения, формируют главный государственный капитал, именуемый человеческим. Поэтому вопросы, связанные с привлечением инвестиций в здравоохранение, выходят на первый план. Глобализация отрасли говорит о необходимости выделения трендов, таких как, например, медицинский туризм. Однако не стоит забывать и о том, что людей нужно мотивировать к здоровому образу жизни.

Министерством здравоохранения Российской Федерации проводится большая работа, направленная на повышение качества оказания медицинской помощи. Основная задача — повышение эффективности управления в сфере здравоохранения. В рамках создания единой и цельной системы здравоохранения на всей территории Российской Федерации были введены единые требования к доступности медицинской помощи, создана трехуровневая система здравоохранения, пересмотрены требования к медицинской инфраструктуре на всей территории страны, которые не обновлялись с начала 70-

годов. Разработаны единые критерии качества медицинской помощи. Создан пул национальных клинических рекомендаций. Проводится мягкая модификация кадровой политики, которая включает в себя аккредитацию профессиональной деятельности, непрерывное профессиональное медицинское образование и прозрачную систему повышения квалификации. Это позволит поднять планку в подготовке специалистов. Появляются новые национальные проекты, направленные на совершенствование таких направлений, как создание единой электронной медицинской карты, программа «Материнство и детство», работа с труднодоступными территориями страны и программа маркировки лекарственных препаратов [7].

На сегодняшний день одной из самых сложно решаемых проблем учреждений здравоохранения является отсутствие достаточного финансирования. Учитывая инновационный характер современных медицинских услуг, для повышения конкурентоспособности и обеспечения непрерывного развития медицинских учреждений требуются значительные инвестиции. Высокотехнологичные медицинские услуги дорогостоящи, приобретение инновационного оборудования, помещений и обучение медицинского персонала требуют значительных финансовых затрат. В то же время платёжеспособный спрос на высокотехнологичные медицинские услуги чрезвычайно низок, поэтому финансовые вложения зачастую оказываются нерентабельными [2].

Все, без исключения, медицинские учреждения в последние годы столкнулись с проблемой недофинансирования, обусловленной следующими факторами [3]:

- рост затрат на расходные материалы импортного производства, необходимые для лечебного процесса;
- снижение стоимости рубля к иностранной валюте;
- необходимость перераспределения бюджетных ассигнований в целях повышения заработной платы медицинских работников.

Так, в 2017–2018 годах решением Государственной Думы РФ расходы на здравоохранение были сокращены с 544 до 362 млрд рублей. Это ровно 33%. Последствиями такого снижения стали: сокращение стационарного обслуживания с 243 до 148 млрд руб., амбулаторной медицины — с 113,4 до 68,99 млрд руб., санитарно-эпидемиологического обслуживания — с 17,473 до 14,68 млрд руб., научных исследований — с 19,101 до 16,028 млрд руб. [4].

Помимо экономических проблем, в настоящее время остро встают проблемы доверия гражданского общества к институту здравоохранения и межличностного доверия пациента врачу.

В основе низкого уровня доверия российских граждан к системе здравоохранения, по мнению специалистов, лежат проблемы качества и доступности медицинских услуг.

В настоящее время остаются недостаточно проработанными вопросы внедрения процессного подхода к управлению в медицинских учреждениях, который позволил бы непрерывно повышать качество оказываемых услуг при имеющихся ресурсах и эффективно решать поставленные задачи. Несмотря на внедрение стандартов ISO 9000, которые определяют общие требования к системе менеджмента качества любой без исключения организации, механизмы их реализации в учреждениях здравоохранения до настоящего времени не разработаны [8].

Законодательство в сфере здравоохранения основывается на 41 статье Конституции РФ и состоит из Федерального закона «Об основах охраны здоровья граждан в РФ».

В настоящее время в Российской Федерации с 2008 года действует Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, которая содержит главу «Развитие человеческого потенциала», где теме здравоохранения отводится целый раздел. Также и в Челябинской области был разработан проект Стратегии социально-экономического развития Красноярского края до 2030 года.

В сравнении с передовыми странами, можно сказать, что РФ меньше всего расходует средства на здравоохранение.

Для того, чтобы определить, насколько эффективно реализуются программы оказания медицинской помощи на различных уровнях, какие при этом происходят изменения и какие издержки сопряжены с указанными процессами, используется мониторинг результативности услуг здравоохранения, представляющий собой периодический процесс сбора информации.

Информатизация здравоохранения в РФ производится в рамках Единой государственной информационной

системы здравоохранения, основной целью создания которой является обеспечение эффективной информационной поддержки процесса управления системой медицинской помощи, а также процесса оказания медицинской помощи.

За последние несколько лет система здравоохранения не нуждалась в существенных материальных расходах, потому что часть медицинских учреждений не функционировали. В настоящее время государственное здравоохранение состоит в нелегком положении. В настоящее время обеспечение медицины «ляжет на плечи» фондов по обязательному медицинскому страхованию. Платные услуги резко повысились, поэтому устранение государственных больниц стало прибыльно частным медицинским центрам. Из-за нехватки квалифицированных специалистов частные медицинские центры было открыто довольно проблематично. На сегодняшний день наблюдается рост строительства клиник крупными частными сетями.

Как считают эксперты-аналитики — платные услуги, которые предоставляют работники медицинских учреждений, будут все время расти. В текущем году их доход составит довольно большую сумму. Так как финансирование будет осуществляться лишь на капитальные ремонты и строительство с закупкой нового оборудования, больницы будут довольствоваться только заработанным доходом. Премьер-министр Российской Федерации утвердил программу государственной гарантии для получения гражданам бесплатной медицинской помощи, что является ключевым инструментом государственной политики о финансировании медицины.

С моей точки зрения, основными моментами в системе охраны здоровья граждан нужно сделать следующее:

- 1) Снижение смертности, а также сохранение здоровья подростков, детей и мужчин, а не только снижение младенческой смертности. Это преимущественно должно быть отражено во всех целевых программах развития здравоохранения.

- 2) Необходимо сосредоточиться на плодотворной организации работы первичного звена здравоохранения. Чтобы достичь поставленную задачу нужно отсутствие дефицита медицинских работников, а также создание условий для их достойной оплаты труда и повышения квалификации.

- 3) Организация медико-социальной помощи и реабилитации на дому для населения старшей возрастной группы, выполнимо, с привлечением частных медицинских организаций. По прогнозам Росстата, число граждан старшей возрастной группы вырастет к 2020 году почти на 3 млн человек. Наша обязанность — задуматься над тем, в каких видах медицинской помощи будут нуждаться эти граждане.

- 4) Улучшение качества медицинской помощи. Эта задача выполнима с помощью повышения квалификации медицинских работников и внедрения современных систем обеспечения безопасности пациентов в медицинских учреждениях. А также опережающими темпами должна

повышаться квалификация руководящих кадров в сфере здравоохранения.

Б) Реализация массовых межведомственных программ по комплексной охране здоровья граждан с привлечением всех заинтересованных сторон, в том числе при активном участии глав регионов и муниципальных образований. Ведя диалог с субъектами, я понял, что если мы создадим стратегию по развитию здорового образа жизни на федеральном уровне, ничего не случится. Даже если губернатор поставит цель региональному министру, ничего не случится. Мы должны написать стратегию, которая была бы сквозной, доходила до головных учреждений здравоохранения в муниципальных образованиях и реализовывалась под личным контролем глав регионов. Эта система должна работать как снизу вверх, так и сверху вниз [9].

Ключевой задачей дальнейшей модернизации системы здравоохранения Челябинской области является реальный переход к новому типу превентивного здравоохранения, росту эффективности работы учреждений здравоохранения на основе более полного использования материальных, финансовых, кадровых и коммуникативных ресурсов, повышением доступности и качества медицинских услуг при повышении внимания к профилактическим видам деятельности, популяризация здорового образа жизни.

Для того, чтобы достичь поставленные цели и задачи дальнейшей модернизации здравоохранения Челябинской области необходимо разработать комплексные меры по

обеспечению доступности и повышению качества медицинской помощи населению, развитию профилактической направленности здравоохранения; активизировать работу по созданию сети федеральных медицинских центров, оказывающих высокотехнологичные виды медицинской помощи; расширить меры по улучшению лекарственного обеспечения отдельных категорий граждан, имеющих право на получение государственной социальной помощи и т.д. Важно провести мероприятия по обеспечению лечебно-профилактических учреждений здравоохранения медицинскими кадрами; по расширению перечня заболеваний, при которых долечивание (реабилитация) больных в условиях санаторно-курортных учреждений обеспечивается за счет средств социального страхования; по утверждению стандартов скорой медицинской помощи; В-третьих, необходимо принятие нормативных актов, регламентирующих обращение медицинской техники и совершенствование обязательного медицинского страхования [10].

И еще, считаю, что пора уже в российском здравоохранении отказаться от практики комплементарной отчетности, которая не отражает объективную ситуацию в отрасли. Для того чтобы осмысленно двигаться вперед, нам придется трезво, без самообмана взглянуть на проблемы нашей отрасли, открыто обсудить их с экспертно-научным сообществом, медицинскими работниками и населением. И дальше вместе выработать эффективные решения. Только так возможно достичь результата.

Литература:

1. Федеральный закон от 21.01.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» // СПС КонсультантПлюс.
2. Функции и услуги в системе государственного и муниципального управления: монография / Л. И. Воронина, С. Н. Костина, А. В. Томильцев / под общ. ред. проф. Т. М. Резер; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федерал. ун-т. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2017. С. 71.
3. Управление социальной сферой муниципального образования: методические указания / сост. Т. Д. Макарова. Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2015. С. 28.
4. Парахина В. Н., Галеев Е. В., Ганшина Л. Н. Муниципальное управление: учебное пособие. 4-е изд. перераб. М.: КНОРУС, 2017. С. 101.
5. Улумбекова Г. Э. Здравоохранение России. Что надо делать. 2-е издание. М.: ГЭОТАР-Медиа, 2015. С. 82.
6. Новостной портал. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://urlid.ra/adlj/> (дата обращения: 28.04.2019).
7. Повышение эффективности управления здравоохранением — гарантия высокого качества медицинской помощи и здоровья населения России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://roscongress.org/sessions/povyshenie-effektivnosti-upravleniya-zdravookhraneniem-garantiya-vysokogo-kachestva-meditsinskoy-pom/discussion/> (дата обращения: 28.05.2019).
8. Лень Л. С., Никулина Т. Н. Управление медицинским учреждением в современных условиях: проблемы и пути решения [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-meditsinskim-uchrezhdeniem-v-sovremennyh-usloviyah-problemy-i-puti-resheniya> (дата обращения: 28.04.2019).
9. Реформа здравоохранения России в 2019 году [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://2019god.me/news/reforma-zdravookhraneniya-rossii-v-2019-godu.html> (дата обращения: 28.04.2019).
10. Ивченкова М. С. Модернизация здравоохранения в России и регионе: социологический срез [Электронный ресурс]. Режим доступа: <file:///C:/Users/User/Desktop/modernizatsiya-zdravookhraneniya-v-rossii-i-regione-sotsiologicheskij-srez.pdf> (дата обращения: 28.04.2019).

Динамика развития винодельческой промышленности в Российской Федерации

Ковалёва Полина Игоревна, студент;

Научный руководитель: Григорьев Максим Александрович, кандидат биологических наук, доцент
Московский государственный университет пищевых производств

История промышленного российского виноделия насчитывает несколько веков. Свои истоки винодельческая промышленность берет в XIX веке. Связано это с обнаружением участка земли, по своим природно-климатическим особенностям, схожей с Шампанью. В 1870 обнаружил эту землю чешский агроном Фридрих Гейдук, неподалеку от города Новороссийска. Это место — Абрау-Дюрсо — стало центром производства игристых вин в России. Последующие годы состояние отрасли было не стабильным.

Времена СССР до начала 80-х годов характеризовались бурным развитием виноградарства и виноделия. Качество продукции повышалось, переоснащались действующие производства и строились новые. Однако, одной из доминирующих проблем в виноделии была оторванность вторичных предприятий от виноградников. Качество вина страдало, потому что приоритет отдавали высокой урожайности, и скорости производства, а не качеству продукта. К основным недостаткам можно отнести недостаточное содержание спирта в некоторых сухих винах, в крепленых винах слишком выделялись тона зерновых спиртов, недостаточная сбалансированность вкуса и консистенции.

Неблагоприятный период начался в связи с поставлением ЦК КПСС о борьбе с алкоголизмом в 1986 году. Произошла массовая вырубка виноградников. Распад СССР, также, негативно отразился на развитии виноделия. Связи между республиками разрушились, что привело к открытию импорта винодельческой продукции из

стран Запада. Прекратились планомерные поставки вино-материала на заводы вторичного виноделия, расположенные на территории РФ. Нанесенный ущерб ощущался многие десятилетия. [1]

В настоящий момент, в России, ниша производства винодельческой продукции занимает особое место, это высокодоходная и интенсивная отрасль.

На сегодняшний день наблюдается прирост сбора винограда. Тенденция особо прослеживается с 2014 года, за счет виноградников, расположенных в Крыму. Однако если сравнивать текущую ситуацию, с той, что наблюдалась 10–15 лет назад, то значительный прирост сборов наблюдается и за счет прочих регионов-производителей винограда.

К основным винодельческим регионам РФ относятся: Краснодарский край, Республика Дагестан, Республика Крым, Ростовская область, Ставропольский край.

Лидером является Краснодарский край, на который приходится 30% российских площадей виноградников и 42% российского производства вина. Дагестан по валовому сбору и по площадям виноградников занимает второе место, в 2018 году по республике валовой сбор составил 171 тыс. 160 тонн. В Крыму он составил — 80 тыс. тонн. В целом регионы уделяют большое внимание созданию интенсивных садов, применяются современные системы капельного орошения, выделяются средства из Федерального бюджета, разрабатываются программы по поддержке виноградарства.

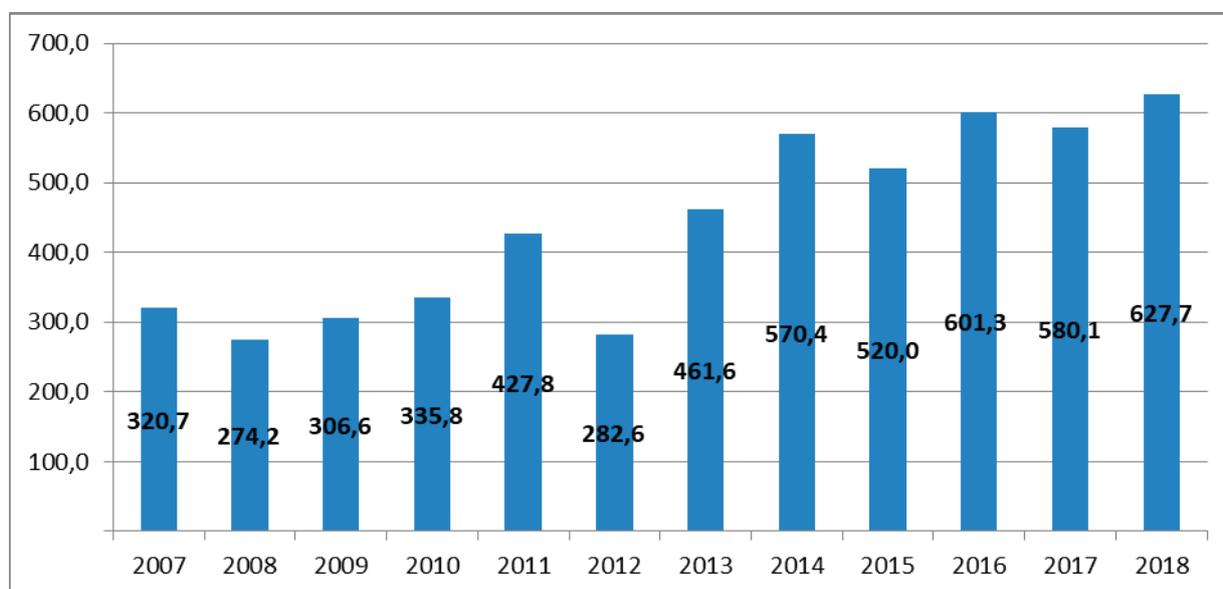


Рис. 1. Валовой сбор винограда в России в 2007–2018 годах., тыс. тонн [5]

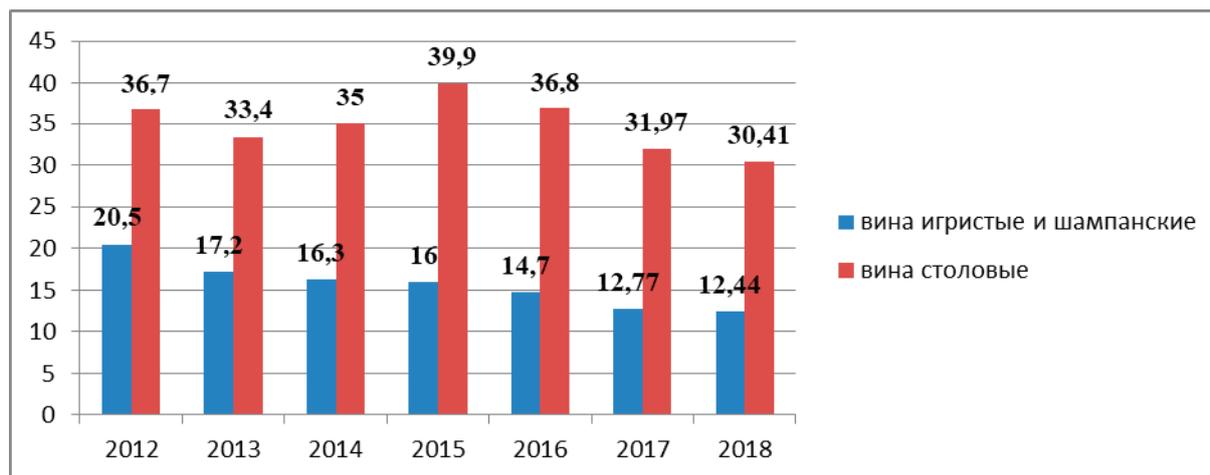


Рис. 2. Динамика производства вина в Российской Федерации, млн дал [5]

Однако, объемы производства вина сокращаются с 2015 года. Это связано с рядом причин — бурный рост акцизов на игристое вино, погодные условия, падение доходов населения, курсовая разница. В это же время, производство плодовых вин и винных напитков значительно возросло, т.к. подобные вина составляют большую долю бюджетного рынка.

По данным «Анализа рынка вин в России», подготовленного BusinessStat в 2019 г, объем продаж вин в стране за 2014–2018 гг снизился на 13%: с 1 058 до 920 млн л. При этом показатель ежегодно демонстрировал отрицательную динамику, темпы снижения колебались от 0,9 до 5,4%.

Уменьшение объема продаж вин в эти годы связано с регулярным повышением цен, что обусловлено: по-

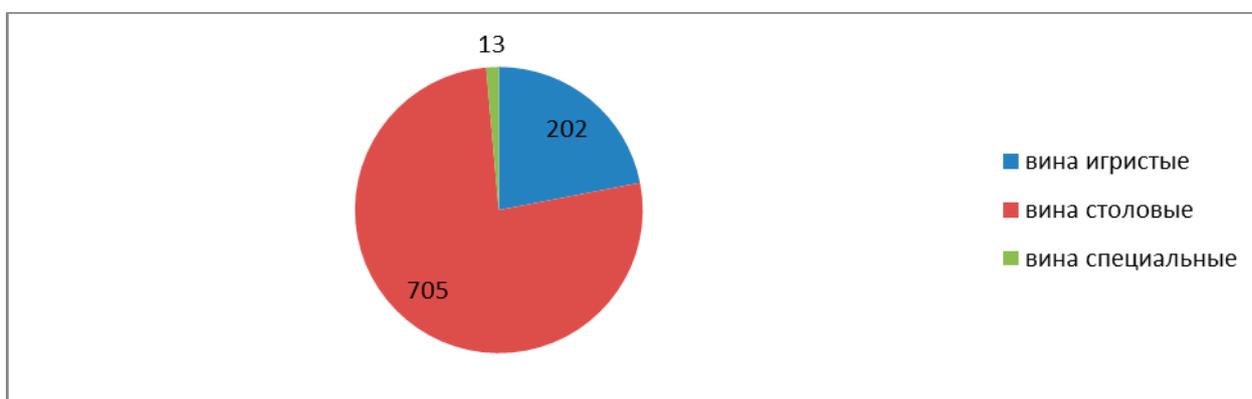


Рис. 3. Продажи по видам вин, 2018 год, млн л [5]

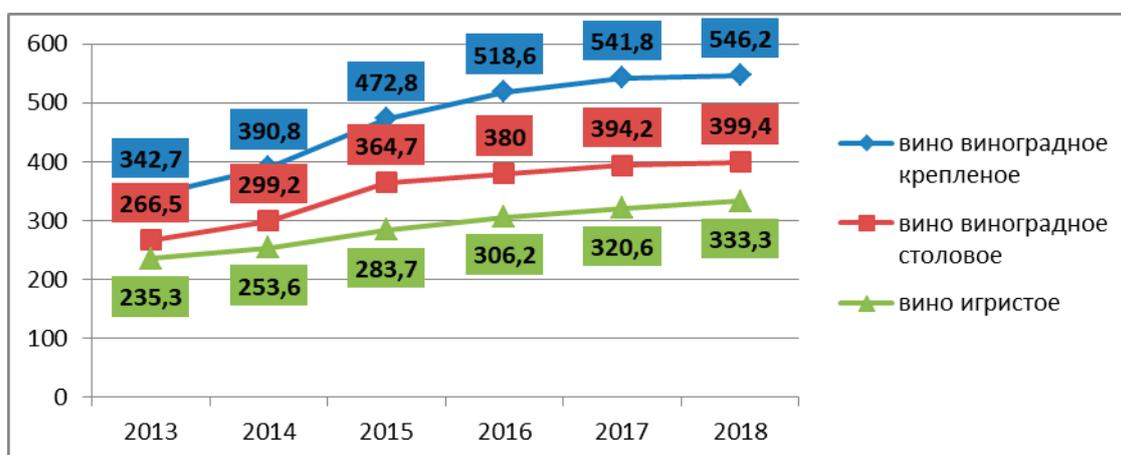


Рис. 4. Потребительские цены на вино за 2013–2018 год, руб./л [6]

стоянным увеличением акцизных ставок, дорожающим импортным виноматериалом, комплектующими (этикетки, бутылки, укупорки), падение реальных доходов потребителей. За 2013–2018 гг. цена реализации вина повысилась на 34%. От 281 руб. до 426 руб. за литр. Наибольший рост показателя отмечался в 2015 г, что

было напрямую связано с резкой девальвацией рубля (на 56,1%).

Постоянное удорожание вин привело к снижению объёма покупки на покупателя. Если в 2014 г объём покупки составлял 9,7 л на покупателя, то в 2018 г показатель снизился до 8,3 л вина. [2]

Таблица 1. Продажа алкогольной продукции в натуральном выражении за 2014–2017 годы тыс. декалитров [6]

Наименование	2014	2015	2016	2017
Вина игристые и шампанские	29634,29	26277,52	19280,07	16489,83
Вино столовое	93025,74	81056,31	71428,05	50281,86
Вино ликерное	463,61	333,84	381,23	125,13
Вино фруктовое	7056,06	6147,52	5780,12	11328,03

В целом, с 2014 по 2018 г. наибольший спад реализации продукции наблюдался в категории специальных вин и составил более 56% за пятилетие. Продажи игристых и газированных вин за исследуемый период упали на 20,3%. Реализация столовых вин снизилась на 9,0%. [2]

Подводя итог, следует отметить, что положение отрасли остается нестабильным. В целом современное виноградарство России характеризуется низким уровнем производства и потребления. Для более динамичного развития необходима подготовка квалифицированных кадров, техническая модернизация и реконструкция предприятий, что является толчком к улучшению качества продукта и конкурентоспособности. Также важнейшей проблемой остается низкий уровень дохода населения и низкий уровень

культуры потребления алкогольных напитков. Однако прогнозы можно делать положительные, в связи с тем, что ведется активная работа по восстановлению и расширению сырьевой базы, выделяются средства из Федерального бюджета для развития отрасли, разрабатываются концепции развития, со стороны государства ведется ряд мероприятий, направленных на повышение узнаваемости российских марок вин среди потребителей. В импортозамещении существует большой потенциал, так как на территории Российской Федерации можно выпускать практически все виды виноградных вин. [3,4]

Таким образом, развитие виноградарства — одно из перспективных направлений развития агропромышленного комплекса России.

Литература:

1. Цапелик В. Электронная газета «Винная карта» [Электронный ресурс]: <http://winepages.ru/>
2. <https://marketing.rbc.ru/articles/10660/>
3. Концепция развития виноградарства и виноделия в Российской Федерации на период 2016–2020 и плановый период до 2025 г. [Электронный ресурс]: <http://old.mcx.ru/news/news/show/53088.htm>
4. Усенко Л. Н., Удалов З. В. Возрождение виноградарско-винодельческой отрасли как одно из перспективных направлений развития АПК России. [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/v/vozrozhdenie-vinogradarsko-vinodelcheskoy-otrasli-kak-odno-iz-perspektivnyh-napravleniy-razvitiya-apk-rossii>
5. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]: <http://www.gks.ru/>
6. Официальный сайт Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка [Электронный ресурс]: <http://fsrar.ru/>

Взаимодействие органов государственной власти, бизнеса и гражданского общества в сфере жилищного строительства

Кожина Дарья Сергеевна, студент магистратуры
Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники

Жилищная сфера — важнейший сектор российской экономики, состояние которого влияет на качество жизни граждан, уровень социально-экономи-

ческого развития регионов. В связи с чем сфера жилищного строительства является объектом реформирования.

Главной целью жилищной политики является создание необходимых условий для реализации возможностей граждан по улучшению жилищных условий, оказание финансовой поддержки в обеспечении жильем социально незащищенных категорий граждан в рамках государственных обязательств и предоставление социального жилья нуждающимся. Наличие достойного жилья у граждан страны не только создает необходимые предпосылки для нормальной жизни, становления и развития семьи и каждого человека в отдельности, но и дает личности возможность быть социально, экономически и политически активной и независимой.

Низкий инвестиционный потенциал населения на рынке жилья является одной из главных причин, влияющих на неустойчивость жилищного строительства и отсутствие возможности у большинства граждан реализовать свое конституционное право на жилище. Инвестиционные возможности населения на рынке жилья зависят от роста доходов населения и параметров жилищного кредитования. Изменение средневзвешенной ставки по жилищным кредитам влияет на объем выданных жилищных кредитов — одного из важнейших механизмов финансирования жилищного строительства.

В Томской области по состоянию на 01.01.2018 на учете в качестве нуждающихся в жилых помещениях, предоставляемых по договорам социального найма, состоят 18 566 граждан (семей), относящихся к категориям, установленным федеральным законодательством, и (или) признанных малоимущими [2]. При этом большое количество жителей Томской области фактически нуждаются в жилье, но не являются малоимущими, не относятся к льготным категориям и по этим причинам не могут претендовать на социальное жилье или федеральные субвенции и социальные выплаты и не состоят на таком учете.

7 мая 2018 года Президент Российской Федерации подписал Указ № 204 «О национальных целях и стратегиче-

ских задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [1]. Согласно данному Указу определены национальные цели развития Российской Федерации до 2024 года. Одной из ключевых целей развития нашей страны является улучшение жилищных условий не менее пяти миллионов граждан ежегодно. Эта задача должна решаться за счет роста рынка жилья, где есть баланс спроса и предложения.

Главным показателем развития жилищного строительства является годовой объем ввода жилья в эксплуатацию. За три последних года на территории Томской области наблюдается падение показателя по вводу жилья (2016 год — 478,2 тыс. кв. м, 2017 год — 477,6 тыс. кв. м, 2018 год — 436,9 тыс. кв. м) [2].

Проведенный анализ подтверждает существование проблемы в сфере жилищного строительства и обеспечения граждан жильем на территории Томской области.

В целях реализации мероприятий по улучшению жилищных условий жителей Томской области и стимулирования спроса граждан на приобретение квартир, а также поддержания строительной отрасли целесообразно разработать новый проект, в рамках которого должны быть реализованы следующие приоритеты государственной политики в сфере жилищного строительства:

1. Увеличение объемов ипотечного жилищного кредитования;
2. Реализация мероприятий по улучшению жилищных условий жителей Томской области;
3. Увеличение объемов жилищного строительства и модернизация объектов коммунальной инфраструктуры;
4. Стимулирование спроса граждан на приобретение вновь построенных квартир.

В современных рыночных условиях при реализации социальных проектов успеха, возможно, достичь при объединении усилий государства и бизнеса, это должно быть

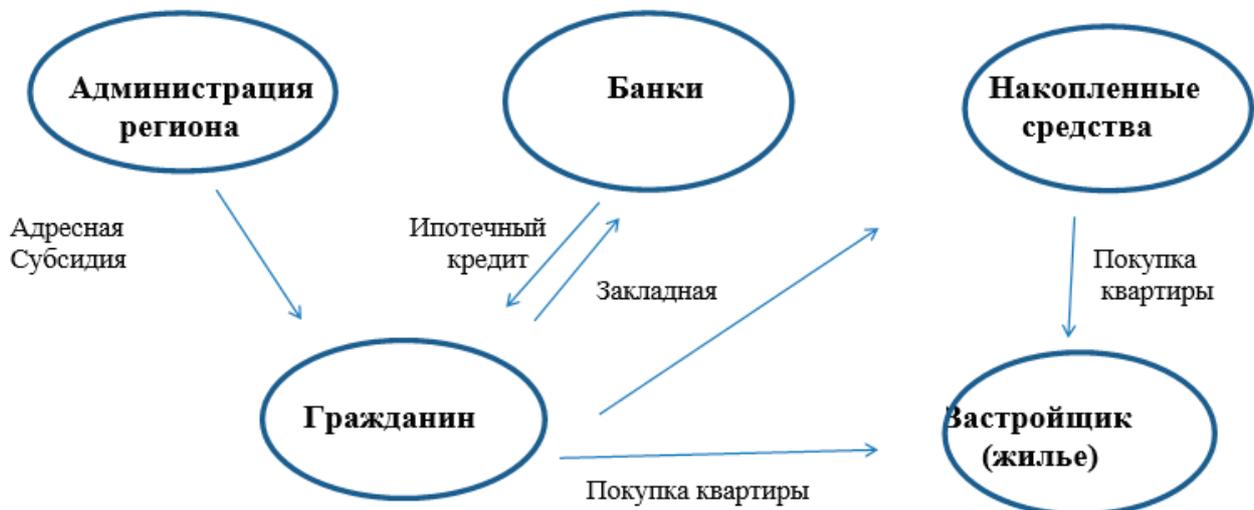


Рис. 1. Организационно-финансовая схема взаимодействия участников жилищного строительства

взаимовыгодное сотрудничество, направленное на развитие государства, общества и экономики в целом (рисунк 1).

В таких партнёрствах органы государственной власти и субъекты бизнеса всецело дополняют друг друга, вза-

имовыгодно сотрудничают и вместе идут к одной заранее намеченной цели.

В связи с вышеизложенным крайне необходимо всестороннее исследование данного вопроса и разработка механизма взаимодействия всех заинтересованных сторон.

Литература:

1. Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года. Электронный фонд правовой и нормативно технической документации. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/557309575> (дата обращения: 22.02.2019);
2. Официальная статистика. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Томской области [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://tmsk.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/tmsk/gu/statistics/standards_of_life/ (дата обращения: 01.03.2019);
3. Вакулич, П. В. Анализ развития строительного рынка России. В кн.: Инвестиции, строительство, недвижимость как драйверы социально — экономического развития территории и повышения качества жизни населения: материалы 9 Международной научно-практической конференции, Томск, 2019. Томск: ТГАСУ. — 2019. — С. 819;
4. Дуброва, Т. А. Жилищное строительство в России: состояние, проблемы и перспективы развития // Т. А. Дуброва, А. Лозовская. — Монография. — 2014. — С. 184;
5. Павлов, П. В. Строительный комплекс и жилищная политика России: основы взаимосвязи и базовые направления трансформации // Теоретическая и прикладная экономика // П. В. Павлов, Е. С. Хлестунова — 2013. — № 1. — С. 1–42. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://e-notabene.ru/etc/article_643.html (дата обращения: 22.11.2018).

Проектное управление машиностроительных предприятий как конкурентное преимущество

Копчак София Александровна, студент магистратуры
Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения

В статье представлены результаты исследований о влиянии управления проектами на конкурентоспособность компаний и выявлены основные причины неудач управления проектами. Компании осознают, что эффективное управление проектами в связи с треугольником ограничений является конкурентным преимуществом.

Ключевые слова: проект, проектное управление, конкурентное преимущество, управление проектами, треугольник ограничений.

Конкурентоспособность машиностроительных предприятий России все еще остается относительно слабой в связи с активизацией инновационной деятельности, развитием НТП и непрерывным усложнением, и ростом потребностей общества. Эти факторы приводят к неизбежному усилению интеграции науки и производства, а также возникновению новых, более эффективных форм их взаимодействия.

В России государство предпринимает меры, направленные на повышение конкурентоспособности машиностроения посредством государственной программы согласно постановлению «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности»,

а также постановлению «О правительственной комиссии по импорт замещению». Рынок меняется в связи с масштабными изменениями в законодательстве. Кроме того, идет конкурентная борьба: появляются и исчезают десятки новых игроков, лидеры рынка сменяют один другого, крупные компании уступают рыночные позиции молодым организациям.

Внедрение подходов проектного управления в деятельность предприятий особенно актуально в связи с возрастающими требованиями конкурентной среды. [1]

В научной литературе прослеживается мысль о необходимости комплексного подхода к обеспечению конкурентоспособности и выявления конкурентных преимуществ. Однако рассмотренные подходы не исследуют

возможности использования проектного менеджмента к рассматриваемой проблеме.

Несмотря на то, что проектное управление создавалось и развивалось в условиях рыночной экономики, необходимо учитывать опыт, традиции и особенности социально-экономических и политических условий в России, а также существующие специфические проблемы осуществления проектов. [3]

К таким проблемам можно отнести:

- Сокращение сроков производства продукции и услуг;
- Увеличение количества уникальных продуктов и услуг;
- Ужесточение требований по временным и стоимостным показателям.

Очевидно, что повышение уровня конкуренции оказывает влияние на реализацию проектов. Прежде всего, последствиями становятся сокращение бюджетов и сроков проектов. Стремление заинтересованных сторон полу-

чить больше ценности приводит к тому, что необходимо реализовать больше проектов за более короткий промежуток времени.

Однако, большинство компаний машиностроительной отрасли, считают себя достаточно успешными, когда дело доходит до управления проектами. В конце концов, многие компании гордятся своими достижениями: электростанции с лучшей готовностью и меньшим уровнем выбросов, новые компьютерные чипы, которые предлагают большую мощность, но дешевле в производстве, достижения в области автомобилей, предлагающие новые меры безопасности и функции с минимальными дополнительными затратами. Тем не менее, наблюдается следующая статистика, что из каждых четырех успешных проектов один терпит неудачу или теряет деньги.

К этим проектам относятся те, которые не соответствовали одному или всем из следующих критериев: стоимость/затраты, время и качество. Это известно, как тройное ограничение в проектном управлении (рисунок 1).



Рис. 1. Треугольник ограничений

За последние 10 лет проектное управление приобрело новое значение для многих предприятий, особенно для тех, кто хочет улучшить свои показатели по сравнению с конкурентами. В значительной степени машиностроительные предприятия не только охватили, но и продвинули вперед применение и использование методов управления проектами. Это было вызвано необходимостью решения проблем связанных с перерасходом ресурсов, увеличением затрат и качеством исполнения проектов.

В связи с этим можно выделить список «Топ 10», почему проекты терпят неудачу:

1. Плохое планирование
2. Недостаточные ресурсы — дефицит финансирования или неэффективное использование ресурсов [2]
3. Отсутствие мониторинга и контроля
4. Плохая коммуникация между участниками проекта
5. Конфликты между департаментами или отдельными лицами
6. Плохо определены роли и обязанности
7. Цели проектов не ясны

8. Низкая адаптация изменениям
9. Несоблюдение предупреждающих знаков
10. Нереалистичные ожидания

Данный список не является исчерпывающим, очевидно, что на основе опыта других компаний можно было легко сгенерировать еще 10 пунктов для этого списка.

Интересно отметить, что большинство из этих критериев «неудач» проектов представляют собой «мягкие» компетенции. По сути, подразумевается, что проекты редко терпят «неудачу» по техническим причинам. Так как, предположительно, предприятие всегда можем найти компетентного специалиста для решения технических проблем. Скорее, это, как правило, отсутствие координации, коммуникации и контроля, которые негативно влияют на треугольник ограничений и как следствие на успех проекта в целом.

Рассматривая параметры: стоимость/затраты, время и качество стоит отметить, что каждый из них связан с другим. Взаимоотношения между ними таково, что, если один из этих параметров изменится, то с большой долей вероятности будет затронут как минимум еще один.

Когда компании начинают отставать от графика, один из способов наверстать упущенное — выделить дополнительные ресурсы. Это будет неизменно влиять на бюджет (как правило, превышая планируемый). В другом случае, когда компании осознают, что они превышают бюджет, они ищут способы сократить количество посетителей или уменьшить масштабы.

Таким образом, качество исполнения проекта зависит от уравнивания этих параметров. Проекты с высоким качеством организации дают требуемый результат, соответствующий установленным ранее ограничениям.

Так, зачастую принятие простых шагов, таких как устранение потерь времени и блокировок с помощью анализа потока создания ценности, значительно сокращает время выхода на рынок. [4] Поэтому важно отслеживать все три параметра в достижении целей проекта.

В этой связи предприятия могут использовать управление проектами в качестве конкурентного преимущества.

Предприятия, разработавшие обширные методологии, которые служат им дорожной картой для планирования, выполнения, контроля и закрытия проектов и которые используются в сочетании с современными отраслевыми подходами, а также с использованием современных автоматизированных систем управления проектами получают конкурентное преимущество в предотвращении причин «неудач» проектов.

Таким образом, для того чтобы машиностроительные предприятия оставались конкурентоспособными, необходимо реализовать больше проектов за более короткий промежуток времени без дополнительных затрат. Чтобы это произошло, организации должны сосредоточить свое внимание на управлении проектами для достижения следующих конкурентных преимуществ, как достижение наибольшей скорости и сокращения времени выполнения проектов; высочайшее качество выполненных проектов.

Также, в исследовании «Значение управления проектами» указано влияние управления проектами на следующие характеристики:

- Возврат инвестиций 25%
- Рост продаж 9%
- Удовлетворенность клиентов 20%
- Улучшенное время выхода на рынок 15%

Тогда, использование управления проектами положительно влияет на конкурентоспособность предприятий и те компании, которые с ориентированными на проект организационными подходами, будут достигать лучших результатов, что объясняет важность управления проектами на машиностроительных предприятиях. Понятно, что эффективное управление проектами обеспечивает конкурентное преимущество, улучшенный контроль над расходами, сроками и более довольных клиентов.

Литература:

1. Скорев Е. Н. Внедрение проектного управления на предприятии и измерение эффективности процессов управления проектами // Научно-методический электронный журнал «Концепт». — 2016. — Т. 15. — С. 1016–1020. — URL: <http://e-koncept.ru/2016/96118.htm>.
2. Сухотерин П. А., Кошелевский И. С. Управление проектами на промышленном предприятии [Текст] // Проблемы современной экономики: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, октябрь 2012 г.). — Челябинск: Два комсомольца, 2012. — С. 184–186. — URL <https://moluch.ru/conf/econ/archive/56/2725/>
3. Чурилов А. А. Понятие, роль и актуальность проектного управления в России // Молодой ученый. — 2013. — № 3. — С. 299–301. — URL <https://moluch.ru/archive/50/6423/>
4. Cooper R. G. What's Next? After Stage-Gate: Progressive companies are developing a new generation of idea-to-launch processes. Research-Technology Management. January-February. 2014. P. 20–31.

Основные различия учета финансовых вложений по МСФО и ФСБУ

Красоткина Олеся Александровна, студент магистратуры
Национальный исследовательский университет «МЭИ» (г. Москва)

В настоящей статье, приведен сравнительный анализ основных требований к учету финансовых вложений в МСФО и ФСБУ. Перечислены документы, регламентирующие учет финансовых инструментов. Определены условия для признания их в бухгалтерском учете.

Ключевые слова: *финансовые вложения, финансовые инструменты, сравнительный анализ, МСФО, ФСБУ, Российские стандарты бухгалтерского учета, международные стандарты бухгалтерского учета.*

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что многие компании вкладывают свободные денежные средства, желая получить дополнительную прибыль. Од-

нако при этом возникают сложности отражения данных операций в бухгалтерском учете. Поскольку часто финансовые вложения предприятиями осуществляются в за-

рубежные фирмы, требуется формирование их в учете с позиции правил, установленных МСФО. В то же время российская система учета постепенно приближается к международным стандартам, которые более точно и полно устанавливают порядок формирования таких операций в системе бухгалтерского учета. Однако имеются довольно значительные расхождения, не позволяющие российским предприятиям использовать все возможности учета, предложенные МСФО.

Степень изученности темы достаточно обширна. Кроме того, что во всех учебниках по бухгалтерскому учету исследуются основные вопросы учета финансовых вложений (среди таких учебников труды таких авторов, как Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С., Грузинов В.П., и др.), многие современные авторы в научных статьях приводят попытки определения возможной адаптации российской системы учета финансовых вложений к МСФО.

Для того чтобы проследить основные отличия учета финансовых вложений по МСФО и ФСБУ, представим понятие и состав данных активов.

Классификация финансовых вложений, установленная с позиции ПБУ 19/02 представлена на рисунке 1 [1].

Отметим, что деление на долгосрочные и краткосрочные финансовые вложения довольно условно и ото-

бражает лишь общие случаи использования активов. На практике любой долгосрочный финансовый инструмент (будь то акция или облигация), который приобретается компанией на срок менее 12 месяцев, будет являться краткосрочным финансовым вложением. И наоборот, условно-краткосрочные финансовые вложения могут быть долгосрочными, если приобретены с целями использования более 12 месяцев (например, депозиты или дебиторская задолженность).

Из определения финансовых вложений следует, что они должны приносить инвестору доход. Но это не единственный критерий, по которому финансовые вложения можно признать в бухгалтерском учете. Они должны удовлетворять еще двум требованиям:

1. Риски по ним должны полностью перейти, среди которых риски обесценения и неполучения желаемого дохода.

2. По каждому финансовому вложению должны быть правильно оформлены документы (договоры, полученные сертификаты, выписки из реестра акционеров, банковские выписки и прочее).

Если финансовое вложение удовлетворяет всем приведенным требованиям, оно признается как актив по первоначальной стоимости. Для расчета первоначальной сто-



Рис. 1. Классификация финансовых вложений

имости в российской системе учета используются расходы организации на [4]:

- оплату стоимости приобретения финансового актива по договору;
- вознаграждения посредникам;
- сопутствующие приобретению информационные и консультационные услуги;
- прочие расходы, имеющие непосредственное отношение к приобретению финансовых активов.

Принципиально выделяют четыре группы счетов учета финансовых вложений:

1. Долевые вложения учитывают на субсчетах 58.1 «Паи и акции» и 58.4 «Вклады по договору простого товарищества».
2. Долговые вложения отражают на субсчетах 58.2 «Долговые ценные бумаги» и 58.3 «Предоставленные займы».
3. Депозиты учитывают на субсчете 55.8 «Специальные счета в банках».
4. Дебиторская задолженность, которую организация выкупает в процессе приобретения другой организации, отражается на субсчете 76.9 «Расчеты по прочим операциям».

Финансовые активы должны учитываться в аналитическом разрезе, чтобы в любой момент по данным учета можно было увидеть количество активов, их текущую стоимость, даты принятия к учету и списания, другие характеристики. Отдельно для целей формирования баланса должна быть введена аналитика долгосрочный или краткосрочный актив на каждом субсчете счета 58 [2].

Учитываются ценные бумаги по методу ФИФО, то есть при необходимости расчета выбытия, с баланса списывают первые, поступившие на баланс, и далее в порядке очереди.

По финансовым вложениям, по которым не определяется текущая рыночная стоимость, возможны корректировки двух типов (рисунок 2) [3]:

Финансовые вложения, по которым не определяется текущая рыночная стоимость, отражаются в бухгалтерской отчетности на отчетную дату по первоначальной стоимости за вычетом суммы образованного резерва под их обесценение [5].

Стандарты МСФО, в отличие от РСБУ, требуют отражать в балансе все финансовые вложения и активы, в том числе, производные инструменты в учете операций хеджирования. К тому же разработано несколько международных стандартов, регулирующих порядок отражения финансовых вложений в учете. Среди них наиболее важными являются

1. МСФО 27 «Сводная финансовая отчетность и учет инвестиций в дочерние компании»;
2. МСФО 28 «Учет инвестиций в ассоциированные компании»;
3. МСФО 31 «Финансовая отчетность об участии в совместной деятельности».

Кроме того, МСФО 32 «Финансовые инструменты: раскрытие и представление информации» и МСФО 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка» отражают порядок формирования показателей финансовых активов, и финансовых обязательств в отчетности.

В МСФО выделяются следующие категории финансовых вложений, от принадлежности к которой зависит и порядок их отражения в отчетности:

1. Инвестиции, не имеющие рыночной стоимости. В состав таких инвестиций включаются, например, займы, ссуды и дебиторская задолженность, которые отражаются в составе финансовых активов. По МСФО выданные компанией беспроцентные займы (например, до-

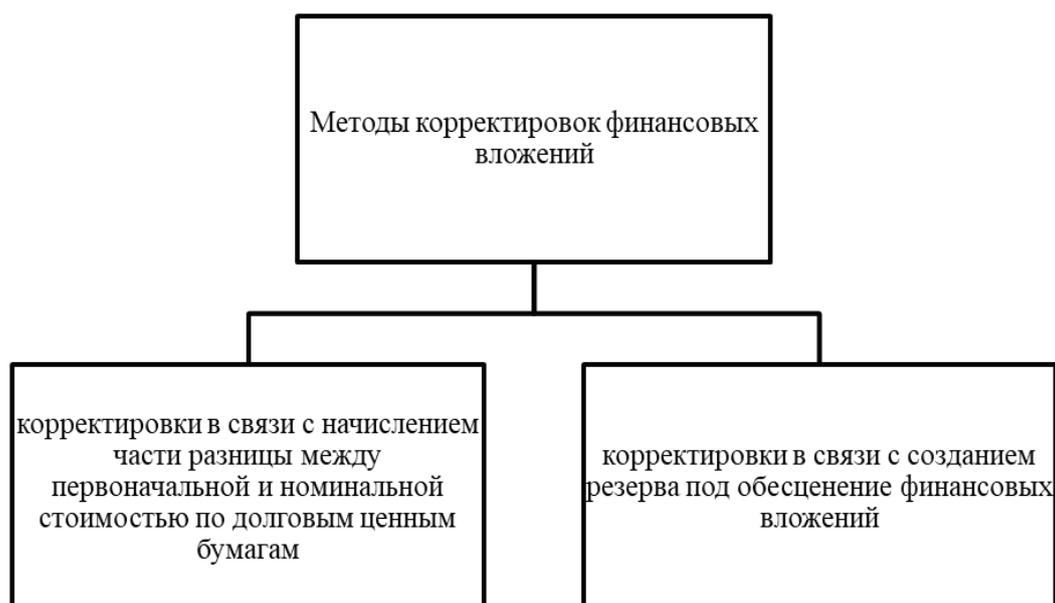


Рис. 2. Методы корректировок финансовых вложений

черным организациям) также обязательно раскрываются в составе финансовых активов.

2. Инвестиции, имеющие рыночную стоимость: предназначенные для перепродажи (Trading Securities или

Held-for-Trading — HFT): реализованный и нереализованный финансовый результат по ним отражается в составе отчета о прибылях и убытках, а стоимость — по текущей рыночной цене. Сюда относятся долговые и до-

Таблица 1. Основные различия учета финансовых вложений

ФСБУ	МСФО
Различия в оценке финансовых инструментов	
<p>Финансовые вложения оцениваются по первоначальной стоимости за вычетом обесценения (п. 21, 37 ПБУ 19/2002 «Учет финансовых вложений»).</p> <p>Финансовые вложения, по которым можно определить рыночную стоимость, оцениваются по текущей рыночной стоимости (п. 20 ПБУ 19/2002).</p>	<p>Оценка зависит от классификации (п. 4.1. IFRS9 «Финансовые инструменты»: признание и оценка):</p> <ul style="list-style-type: none"> — учитываемы по амортизируемой стоимости (займы, дебиторская задолженность, инвестиции, удерживаемые до погашения) с учетом обесценения; — учитываемые по справедливой стоимости через прибыли и убытки; — учитываемые по справедливой стоимости через капитал.
Выделение инвестиций в дочерние, ассоциированные компании, совместную деятельность	
<p>В отчетности по РСБУ отдельно инвестиции в дочерние и ассоциированные компании не выделяются.</p>	<p>Проценты по финансовым инструментам, учитываемым по амортизируемой стоимости, начисляются по первоначальной эффективной процентной ставке (п. 4.1, 4.2. IFRS9).</p>
Различен учет затрат, связанных с получением и выдачей займов	
<p>Затраты на информационные и консультационные услуги (в определении ПБУ 15 — дополнительные расходы по займам) по финансовым обязательствам отражаются в бухгалтерском учете обособленно от основной суммы обязательства по полученному займу (кредиту). Расходы по займам отражаются в бухгалтерском учете и отчетности в том отчетном периоде, к которому они относятся (п. 3–6 ПБУ 15/02).</p> <p>В отношении дополнительных расходов по займу допустимо их равномерное списание на расходы в течение срока действия договора (п8 ПБУ15). Каким образом отражать отложенные дополнительные расходы в балансе ПБУ не регламентирует. Поэтому согласно ПБУ 1 необходимо руководствоваться МСФО: отражать отложенные расходы как уменьшение финансового обязательства, что приведёт РСБУ учёт типовых рыночных займов и кредитов в фактическое соответствие МСФО.</p> <p>Если этот альтернативный подход не закреплён в учетной политике, то любые затраты, непосредственно связанные с финансовыми обязательствами, не включаются в стоимость финансового обязательства и списываются в том периоде, когда они возникли. И в таком случае необходимы трансформационные поправки.</p> <p>Рекомендуется использовать указанный выше подход к гармонизации учетной политики РСБУ с МСФО и избежать или упростить трансформационной поправки.</p>	<p>Первоначальное признание финансового инструмента только тогда, когда компания становится стороной по договору. Первоначальное признание по справедливой стоимости с учетом затрат по сделке (п. 3.1.1. IFRS9)</p> <p>Исключение: Если дальнейшая модель учета по справедливой стоимости через ОПУ, то первоначальные затраты по сделке сразу в ОПУ.</p>
Беспроцентные займы	
<p>Беспроцентные займы к финансовым вложениям и обязательствам не относятся (п. 2 ПБУ 19/02). Дополнительные проценты не начисляются.</p>	<p>Отражаются в составе финансовых активов и обязательств (п. 47 IAS39)</p> <p>Начисляются проценты по займам, выданным под проценты ниже рыночных (AG 64 IAS39).</p>

левые ценные бумаги (акции и облигации), которые компания планирует продать в течение ближайших 90 дней.

3. Удерживаемые до погашения (Held-to-Maturity — HTM) — чаще всего это облигации. Они отражаются в балансе по амортизационной стоимости: себестоимости с амортизацией дисконта или премии. Реализованные доходы по ним (например, выплата купона) отражается в составе чистой прибыли. Изменение справедливой стоимости по ним не отражается как часть финансового результата компании, за исключением случаев обесценения актива (с последующим его списанием).

4. Доступные для продажи (Available-for-Sale — AFS): это те активы, которые не относятся ни к первой, ни ко второй категории. В составе чистой прибыли отражаются только реализованные процентные доходы и дивиденды по ним (как и в предыдущей категории нереализованные доходы или убытки на финансовый результат компании не влияют).

Участие в других организациях в МСФО раскрывает в Стандарте (IFRS12) «Раскрытие информации об участии в других организациях», которым определяет порядок учета вложений в форме долей в акционерном капитале других организаций: зависимых, дочерних и ассоциированных компаний, а также совместных предприятий.

Проводя сравнение между ПБУ 19/02 и МСФО становится ясно, что система отечественного законодательства, регулирующего финансовые вложения, является более узкой и охватывает только финансовые активы.

К тому же, в отличие от ПБУ 19/02, МСФО 39 обосновывает необходимость переоценки по справедливой стоимости тех финансовых вложений, которые не обращаются на активном рынке, но попадают при этом в категорию предназначенных для торговли либо имеющих в наличии для продажи, за исключением случаев, при которых стоимость надежно оценить невозможно.

Литература:

1. Денисов Н. Л. Финансовые вложения // Бухгалтерский учет. — 2016 г. — 350 с.
2. Грузинов В. П., Ценные бумаги. — М.: ИЭП, 2017 г. — 128 с.
3. Ефименко А. Д., Омельченко Ю. А. Сравнительная характеристика ПБУ 19/02 «Учет финансовых вложений» и МСФО (IAS) 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка» // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сб. ст. по мат. LXIII междунар. студ. науч. — практ. конф. № 3(63). URL: [https://sibac.info/archive/economy/3\(63\).pdf](https://sibac.info/archive/economy/3(63).pdf) (дата обращения: 04.06.2019)
4. Кондраков Н. П. Учет финансовых вложений — М.: Наука, 2016 г. — 280 с.
5. Миславская, Н. А. Международные стандарты учета и финансовой отчетности: Учебник для бакалавров / Н. А. Миславская, С. Н. Поленова. — М.: Дашков и К, 2016. — 372 с.
6. Палий, В. Ф. Международные стандарты учета и финансовой отчетности: Учебник / В. Ф. Палий. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. — 506 с.
7. Чая, В. Т. Международные стандарты финансовой отчетности: Учебник и практикум / В. Т. Чая, Г. В. Чая. — Люберцы: Юрайт, 2016. — 418 с.
8. Шеремет А. Д., Сайфулин Р. С. Инвестиции. — М., Наука, 2016 г. — 343 с.

Однако, важными недостатками классификации и оценки финансовых вложений в соответствии с принципами МСФО являются:

- недостаточная информативность для пользователя деления на кратко и долгосрочные инвестиции;
- отсутствие четких критериев деления на кратко и долгосрочные инвестиции, поскольку намерение предприятия не может считаться достаточным в данном случае;
- слишком большое количество альтернативных подходов к оценке инвестиций.

С целью систематизации выявленных отличий учета финансовых вложений по МСФО и РСБУ представим таблицу 1.

Таким образом, МСФО дает более подробное описание порядка отражения в учете операций с финансовыми вложениями и формирование их в отчетности. Однако, в них имеется ряд недостатков, связанных с наличием вариантности проведения переоценки, формирования первоначальной стоимости активов. Все это может повлечь разногласия при спорах с налоговой. Поэтому, на наш взгляд, потребность составления финансовой отчетности по международным стандартам имеется непосредственно у тех компаний, которые работают с иностранными банками и инвесторами. Составляя отчетность по МСФО, они при этом имеют шансы в получении инвестиций, снижении процентных ставок за пользование финансами. В то же время применение МСФО позволяет получить надёжные данные о состоянии компании, что крайне необходимо международным инвесторам с целью корректной оценки и расчета прогнозов.

Исходя из сказанного, следует, что компаниям, ведущим внешнеэкономическую деятельность, ведение учета финансовых вложений по МСФО просто необходимо. Компании малых размеров, не использующие в своей деятельности операции с зарубежными активами, могут придерживаться требований ФСБУ.

Современное состояние инвестирования в Республике Калмыкия

Куртукова Елизавета Алексеевна, студент магистратуры;
 Бадлаева Ольга Андреевна, кандидат экономических наук, доцент;
 Бадмаев Александр Борисович, студент;
 Карвенов Роман Анатольевич, студент магистратуры;
 Накшинов Эренцен Сергеевич, студент магистратуры;
 Кекеев Арслан Андреевич, студент магистратуры
 Калмыцкий государственный университет имени Б. Б. Городовикова (г. Элиста)

В статье рассмотрен анализ состояния инвестирования в Республике Калмыкия на современном этапе.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная деятельность, Республика Калмыкия, инвестиционная привлекательность.

Условия привлечения инвестиций в комплексном виде отражаются в показателе инвестиционная привлекательность. Российская Федерация характеризуется существенными различиями между регионами как по инвестиционной привлекательности, так и по инвестиционной активности. Поэтому региональный аспект изучения инвестиций представляется весьма актуальным.

Региональные инвестиции — это, по существу, собирательный образ различных видов инвестиций, сложившийся в том или ином регионе.

Региональные инвестиции — это совокупность затрат разных субъектов хозяйствования, населения и управления в форме долгосрочного вложения денежного капитала в разнообразные отрасли экономики на конкретной территории.

Главная особенность региональных инвестиций — это их осуществление за счет местных источников (средств предприятий, населения региона, местных бюджетов). Региональные инвестиции реализуются в рамках общегосударственной региональной инвестиционной политики. Они являются неотъемлемой частью инвестиций в более широком понимании, поэтому могут иметь своим (наряду с мест-

ными) источником централизованные кредиты, средства федерального бюджета, поступления из прочих регионов.

Рассмотрим инвестиционную картину Республики Калмыкия (по данным официальной статистики).

Наиболее объективной оценкой состояния инвестиционной деятельности является динамика инвестиции в основной капитал, в целом, в том числе по отраслям; структура источников финансирования инвестиции

Объем инвестиций в экономику Республики Калмыкия за 2014–2018 гг. имеет возрастающую динамику. Вместе с тем, в расчете на душу населения объем инвестиций в Республике Калмыкия составляет лишь примерно половину от общероссийского уровня (рис. 1).

В структуре инвестиционных вложений РК преобладают инвестиции в нефинансовые активы, которые, в свою очередь, практически полностью представлены инвестициями в основной капитал.

Положительными тенденциями последних 3 лет (2016–2018 гг.) являются:

– значительный ежегодный прирост общего объема инвестиционных вложений (на 25,2% в 2017 г., на 27,2% в 2018 г.);

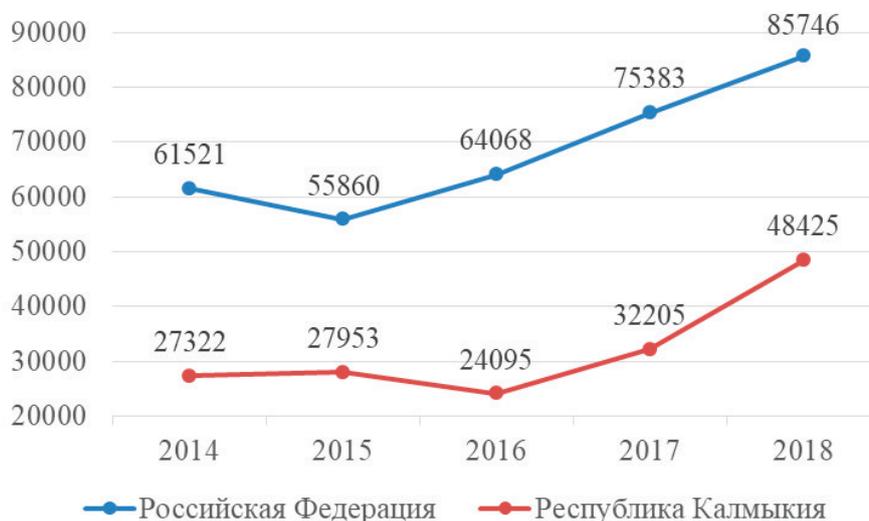


Рис. 1. Инвестиции в основной капитал на душу населения в фактически действующих ценах, руб.



Рис. 2. Структура инвестиций в основной капитал по отраслям

– увеличение объема и доли собственных средств как источника финансирования инвестиций (на 7,4 млрд.руб. и с 54,9% до 64,8% от общего объема инвестиций в основной капитал);

– замедление роста инвестиций в торгово-посредническую деятельность, что создает предпосылки для выравнивания нормы прибыли в экономике;

– по сравнению с 2015 г. заметно обновлены основные фонды добывающей отрасли, строительства и сельского хозяйства.

Сложившаяся структура инвестиций в основной капитал в разрезе видов экономической деятельности, а также её динамика представлена на рис. 2 и 3.

За 2014–2018 гг. инвестиции в основной капитал имеют возрастающую динамику, преимущественно за счет инвестиций в сельское хозяйство, операций с недвижимым имуществом, аренды и предоставления услуг.

В структуре инвестиций по видам деятельности на смену доминирования сельского хозяйства в 2014 г. к 2018 г. пришло преобладание транспорта и связи. Так

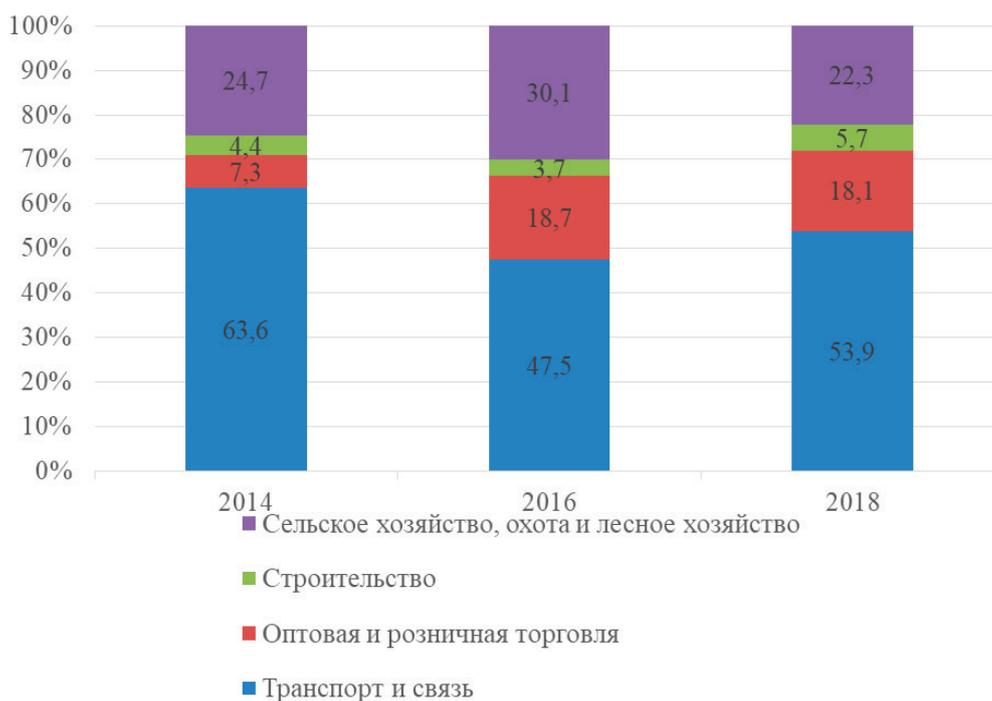


Рис. 3. Динамика инвестиций в основной капитал по отраслям

как транспорт и связь, на данный момент, являются главными отраслями экономики, потому что осуществляют грузовые и пассажирские перевозки, передачу и распространение информационных потоков, необходимых для удовлетворения потребностей населения.

В структуре инвестиций по видам деятельности на смену доминирования сельского хозяйства в 2014 г. к 2018 г. пришло преобладание транспорта и связи. Так

как транспорт и связь, на данный момент, являются главными отраслями экономики, потому что осуществляют грузовые и пассажирские перевозки, передачу и распространение информационных потоков, необходимых для удовлетворения потребностей населения.

Оценка инвестиционной картины республики будет неполной без детального рассмотрения состава и структуры источников (рис. 4).

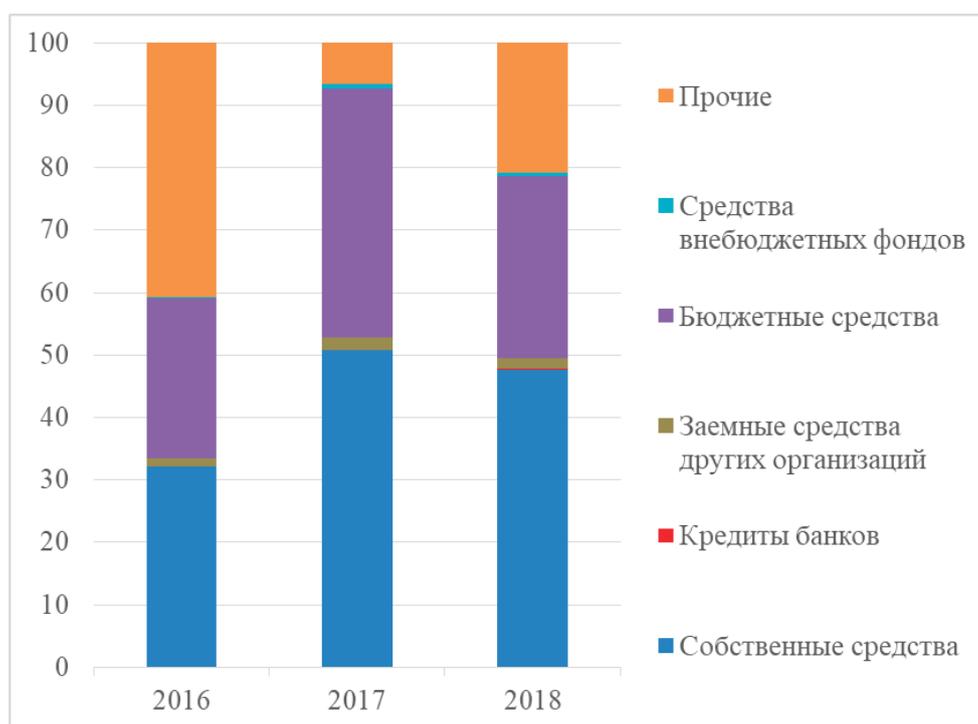


Рис. 4. Объёмы инвестиций в основной капитал по источникам финансирования

Отмечается значительный ежегодный прирост доли собственных средств как источника финансирования инвестиций в 2016 г.

Важность появления интереса к региону со стороны потенциальных инвесторов имеет наибольшее значение для принимающей стороны выяснение вопроса о возможности сотрудничества.

В целом, Республика Калмыкия имеет слабый инвестиционный потенциал и высокие риски отражаются в низких оценках региона в рейтингах инвестиционной привлекательности регионов России. Проведение различных мероприятий по повышению инвестиционной привлекательности региона приведёт к росту экономики, улучшению социальной сферы, повышению уровня жизни населения в Республике Калмыкия.

Литература:

1. Закон РК от 01.03.2013г № 413-IV-3 «О государственной поддержке и защите прав субъектов инвестиционной деятельности в Республики Калмыкия»;
2. Указ Главы Республики Калмыкия от 05.03.2013 г. «О Совете по улучшению инвестиционного климата при Главе Республике Калмыкия»;
3. Батищева Г. А. Инвестиционная привлекательность южного региона. Совершенствование методологии оценивания инвестиционной привлекательности регионов // Российское предпринимательство. — 2009. — № 6—1. С. 180—185.
4. Воробьева И. М., Пономарев А. М. Роль инвестиций в экономике // Молодой ученый. — 2015. — № 10. — С. 572—574. — URL <https://moluch.ru/archive/90/18920/> (дата обращения: 06.06.2019);
5. Инвестиционная стратегия Республики Калмыкия до 2025 года, Утверждена Указом Главы Республики Калмыкия от 27 марта 2014 г. № 37;

6. Коокуева В. В. Роль федеральных целевых программ в социально-экономическом развитии Республики Калмыкия // Молодой ученый. — 2009. — № 8. — С. 68–70. — URL <https://moluch.ru/archive/8/473/> (дата обращения: 06.06.2019);
7. Французова Т. А. Инвестиции Республики Калмыкия на современном этапе // Молодой ученый. — 2014. — № 1. — С. 449–450. — URL <https://moluch.ru/archive/60/8624/> (дата обращения: 06.06.2019);
8. Калмыкия в цифрах, 2018: Краткий статистический сборник. Управление Федеральной службы государственной статистики по Астраханской области и Республике Калмыкия. Элиста, 2018—140 с.;
9. Республика Калмыкия. Статистический ежегодник. 2017: Стат.сб./Астраханьстат. — Элиста, 2017—192 с.;
10. Россия в цифрах. 2018: Крат.стат.сб./Росстат-М., Р76 2018—522 с.

Риски: понятие, общая классификация, виды и методы анализа

Малюгина Татьяна Валерьевна, студент магистратуры
Вятский государственный университет (г. Киров)

Актуальность написания статьи заключается в том, что в современном мире, в условиях рыночной экономики и жесткой конкуренции вопросы экономической безопасности предприятия, как экономического субъекта, особенно актуальны. Предприятия подвержены внутренним и внешним рискам. Одним из наиболее важных аспектов управленческой деятельности является способность просчитать и минимизировать последствия этих рисков. В результате работы в статье дано понятие риска, приведена общая классификация рисков, обозначены методы анализа рисков и информационные источники для сбора данных.

Ключевые слова: риск, классификация, информация, анализ, оценка.

В современных экономических условиях остро встает вопрос экономической безопасности предприятий. Быстро меняющееся законодательство, большое количество законов и подзаконных актов, отчетов, недобросовестные контрагенты и конкуренты, отсутствие достоверной информации при принятии управленческих решений — все это создает определенные трудности в деятельности организаций. Предприятия подвержены внутренним и внешним рискам, которые подрывают стабильное функционирование организации. Риски всех видов нуждаются в анализе, оценке их влияния, и их устранении. Рассмотрим некоторые определения понятия «Риск».

«Риск — это 1. Возможность опасности, неудачи. 2. Действие наудачу в надежде на счастливый исход» [1].

«Риск — 1. Возможная опасность. 2. Действие наудачу в надежде на счастливый исход дела. 3. Возможный убыток или неудача в каком-либо деле. 4. Опасность, от которой производится страхование имущества» [2].

«Риск — Возможная опасность. С риском для себя (что-нибудь делать). Подвергаться риску. Без риска (с·инф.). Действие наудачу в надежде на счастливую случайность. »Риск благородное дело». погов.

2. Возможный убыток или неудача в коммерческом деле, обусловленные изменчивостью рыночной конъюнктуры (·торг.). Делить риск пополам.

3. Опасность, от которой производится страхование имущества (спец.).

— На свой риск или (·чаще) на свой страх и риск (действовать) — принимая на себя могущие произойти убытки или другие неблагоприятные последствия» [3].

«Риск — уровень неопределенности в предсказании результата. Риск — вероятность» [4].

«Риск — это возможность случайного возникновения нежелательных убытков, измеряемых в денежном выражении» [5].

«Экономический риск — это возможность потерь вследствие случайного характера результатов принимаемых хозяйственных решений или совершаемых действий» [6].

В процессе осуществления деятельности предприятия, как экономические субъекты, сталкиваются с совокупностью различных видов риска, которые оказывают определенное влияние на его экономическое состояние. Существуют различные классификации рисков, такие как инвестиционные риски, риски рынка ценных бумаг, риски на рынке недвижимости и другие.

Рассмотрим наиболее общие черты характерные для большинства рисков и классифицируем их в таблице 1.

Как видно, классификация рисков достаточно обширна и разнообразна. Риски характеризуются множеством критериев. Рассматривая понятие «риск», следует выделить его основную составляющую — это «возможная опасность, неопределенность, вероятность». Таким образом, в процессе работы рисков не избежать, так как зависят они не только от осуществляемой экономической деятельности самим субъектом, но и имеют объективные причины возникновения, предсказать которые иногда бывает невозможно.

Одной из основных задач руководства предприятия является выявление причин возникновения рисков и их источников, анализ, оценка и определение способов за-

Таблица 1. Классификация рисков

Вид	Название	Характеристика
По времени возникновения	— Ретроспективные — Текущие — Перспективные	Риски прошлых периодов Возникающие в момент осуществления производственной деятельности Возникают в будущем, как результат деятельности предприятия в настоящем периоде
По факторам возникновения	— Политические — Экономические (коммерческие)	Влияет внешняя и внутренняя политика государства Изменения в законодательстве и экономике страны, предприятия
По характеру учета	— Внешние — Внутренние	Риски непосредственно не связанные с деятельностью предприятия Обусловлены деятельностью предприятия, управленческими решениями
По характеру последствий	— Чистые (простые или стратегические) — Спекулятивные (динамические или коммерческие)	Почти всегда несут убытки для предприятия Причины — изменение конъюнктуры рынка, курса валют, налогового законодательства и др. Для предприятия могут нести потери, а могут и дополнительную прибыль.
По сфере возникновения	— Производственные — Коммерческие — Финансовые — Страховые	Возникают в результате деятельности предприятия, неэффективного использования ресурсов, управленческих ошибок, простоев производства и т.п. Возникают в процессе реализации товаров, услуг произведенных предприятием. Связаны с невыполнением предприятием своих финансовых обязательств, вследствие снижения платежеспособности и т.п. Связаны с наступлением страхового случая, предусмотренного условиями договора, в результате чего страховщик обязан выплатить страховое возмещение
Риски, связанные с производственной деятельностью	— Организационные — Рыночные — Кредитные — Юридические — Техничко-производственные	Связаны с ошибками процесса организации производства и управления предприятием, кадровых ошибок, нарушения внутренних положений, регламентирующих деятельность предприятия. Связаны с нестабильностью экономической конъюнктуры, изменением спроса на товары, изменением конкурентоспособности товаров и т.д. Риски нарушения условий договоров, невыполнение контрагентами своих обязательств. Риски связаны с изменениями законодательства, риск несоответствия законодательств разных стран; некорректно составленной документацией и т.д. Возникают в результате поломок, аварий, ошибок при проектировании и монтаже объектов основных средств, неправильной эксплуатации объектов и т.д.
По последствиям	— Допустимый — Критический — Катастрофический	Возникает при принятии решений, в результате, которых могут возникнуть убытки, потеря прибыли. Сумма потерь не превышает ожидаемую прибыль. При этом предприятие полностью сохраняет свою платежеспособность и экономическую стабильность. Сумма потерь превышает ожидаемую прибыль. При этом возникает риск потери всех средств, вложенных предприятием в данный проект. Возникает риск потери предприятием платежеспособности. Потери могут привести к ликвидации предприятия.
По характеру возникновения	— Объективные — Субъективные	Возникают независимо от деятельности хозяйствующего субъекта. Природные явления, политические изменения, изменения законодательства стран и т.д. Возникают в процессе деятельности хозяйствующего субъекта.
По возможности прогнозирования	— Прогнозируемые — Непрогнозируемые	Возможно предсказать и просчитать результат. Невозможно спрогнозировать, например форс-мажорные обстоятельства, природные явления и т.д.

щиты от их последствий. Если на внешние риски, нельзя повлиять, то на внутренние — можно. На уровень внутренних рисков влияют такие показатели деятельности экономического субъекта как: объем производства, продаж; квалификация и профессиональная подготовка специалистов и работников предприятия; стиль руководства; общий концептуальный подход к деятельности в условиях изменяющейся нормативно-правовой системы; разнообразие видов деятельности предприятия; степень компьютеризации и автоматизации; надежность системы внутреннего контроля; соблюдение положений о коммерческой тайне; частота смены руководства и личные характеристики руководителей; количество нетипичных для данного предприятия операций, деловая репутация и окружение.

Процесс принятия управленческих решений зависит от степени достоверности информации, которая позволяет реализовать задачи получения наибольшего дохода при оптимальном и допустимом, для экономического субъекта, соотношении рисков и прибыли.

Анализ риска позволяет оценить целесообразность принятия решения и предусмотреть защиту от возможных потерь. Обычно он проводится по двум взаимодополняющим направлениям: качественный и количественный анализ.

Представим источники информации, используемые для проведения качественного и количественного анализа рисков на схеме 1.

«Качественный анализ представляет обнаружение рисков, исследование особенностей, выявление последствий реализации этих рисков в форме экономического ущерба, раскрытие источников информации относительно каждого риска». [7] Результаты качественного анализа — это исходная информация для количественного анализа.

«Количественный анализ риска — это обработка полученных данных, которая позволяет просчитать численное значение вероятности наступления риска, спрогнозировать

суммы убытков, выделить наиболее значимые по величине потерь риски» [7].

Для количественного анализа степени риска используют множество различных методов: статистический, экспертный, комбинированный, аналогий, аналитический и т.д. Рассмотрим наиболее распространенные.

Статистический метод — это изучение данных о потерях и прибылях в суммовом выражении, полученных в результате осуществления деятельности экономического субъекта, определение эффективности работы, которая рассчитывается как отношение прибыли к затратам. В расчетах используются данные прошлых периодов. Используются различные методы статистической обработки данных (математическое моделирование, анализ временных рядов и другие). К недостаткам этого метода можно отнести трудоемкость сбора данных и большой объем информации для обработки.

Экспертный метод — это ознакомление с опытом специалистов, компетентных в данной области, по интересующему вопросу, сбор и обобщение их мнений. Проведение экспертиз. С помощью этого метода оценивается вероятность допустимого и критического риска или наиболее вероятные потери данного предприятия. Недостатками этого метода являются — отсутствие гарантий достоверности мнений, возможная доступность опроса необходимых специалистов.

Использование статистического и экспертного методов определения риска в совокупности дает наиболее достоверные результаты. Такой способ можно назвать *комбинированным методом* анализа риска. [8]

Метод аналогий — используют данные о рисках в аналогичных проектах. Часто применяется для оценки риска в повторяющихся проектах.

В результате работы мы выяснили, что риски представляют собой многочисленные взаимосвязанные факторы, которые оказывают определенное влияние на орга-



Рис. 1. Источники информации для анализа рисков

низацию. Это сложное и многогранное понятие, которое подлежит классификации, анализу, оценке и оптимизации, назвали источники информации. Избежать рисков невозможно. Предприятию следует разработать собственную стратегию управления рисками, используя

научную базу, выделить наиболее значимые для себя. И тогда, результатом взаимодействия экономического субъекта (предприятия) с внешней и внутренней средой, будет являться успешность его функционирования, финансовая устойчивость и конкурентоспособность.

Литература:

1. Ожегов С. И. Толковый словарь. Издательство «Азъ», 1992 г.
2. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. — М.: Русский язык, 2000
3. Большой толковый словарь русского языка / Под ред. Д. Н. Ушакова. — М.: Славянский дом книги, 2014 г.
4. Словарь терминов по антикризисному управлению. Интернет ресурс <https://www.klerk.ru/slovar/cris/letter/208/>
5. Уколов А. И. Управление рисками страховой организации. Учебное пособие [Текст] / А. И. Уколов. — М.: Диалект-Медиа, 2013-с.12
6. Экономика и право: словарь-справочник. — М.: Вуз и школа. Л. П. Кураков, В. Л. Кураков, А. Л. Кураков. 2004
7. Каранина Е. В. Управление рисками организации: учебник [Текст] / Е. В. Каранина, О. А. Рязанова. — Киров: ВятГУ, 2018. — 238 с.
8. Гранатуров В. М. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения: учебное пособие [Текст] / В. М. Гранатуров. — М.: Дело и Сервис, 2002. — 154 с.

Повышение эффективности использования трудовых ресурсов

Мельникова Наталия Александровна, студент магистратуры
Нижегородская государственная сельскохозяйственная академия

В современное время меняются многие стороны общественного строя, в том числе меняются аспекты сферы трудовых ресурсов. Предприятия нуждаются в эффективном управлении трудовыми ресурсами, для повышения показателей производства. Важными аспектами избегания текучести кадров, являются тщательный подбор персонала, обучение и стимулирование кадров. В статье рассматриваются различные направления повышения эффективности использования трудовых ресурсов.

Ключевые слова: трудовые ресурсы, эффективность деятельности, управление предприятием.

Improving the Efficiency of Using Labor Resources

Melnikova Natalia A.
Nizhny Novgorod State Agricultural Academy

In modern times, many aspects of the social system are changing, including aspects of the workforce sphere. Enterprises need effective human resource management to improve production performance. Important aspects of avoiding staff turnover are careful selection of personnel, training and incentives. The article discusses various areas of improving the efficiency of labor resources.

Keywords: labor resources, business efficiency, enterprise management.

Эффективное функционирование каждого предприятия зависит от обеспеченности требуемым персоналом, из этого следует, что персонал организации является одним из главных ресурсов любого предприятия. Качество и эффективность использования данного ресурса должно занимать важную роль, так как из этого следует, будет ли организация конкурентоспособна, сможет ли она достигать поставленных результатов. От компе-

тентности действий персонала зависит создание продукта, стоимость и прибыль. Использование трудовых ресурсов может быть эффективным, только при детальном рассмотрении процесса формирования персонала.

Основными компонентами трудовых ресурсов являются квалификация, экспертные знания и опыт персонала. Персонал является неким интеллектуальным капиталом. Трудовой ресурс включает в себя: профессиональные ква-

лификации, компетентность, способности, возможность изобрести что-то новое. Интеллектуальный капитал, как финансовый, так и физический, является одним из важнейших ресурсов организации. [2, с. 16] Он включает в себя резервы, которые относятся к организации, вносят вклад в создание ее стоимости. Очень важны такие моменты, как мотивация, подстраиваемость под внешние факторы, компетентность сотрудников, так как от этого зависит, насколько быстро будет развиваться предприятие. Высокий уровень текучести кадров может привести к потере ценных сотрудников, поэтому руководители предприятий сталкиваются с необходимостью прибегнуть к эффективному управлению, что включает стимулирование персонала к профессиональной деятельности, причем оно должно соответствовать текущему состоянию рынка и иметь инновационную составляющую. [1, с. 60]

Стимулирование работника включает в себя:

- оплату труда, которая должна обеспечивать инновационную и коммерческую деятельность персонала;
- эффективную организационную структуру с четким распределением прав и обязанностей, закрепленных за должностями.

Важно знать, что любая деятельность в отношении персонала должна базироваться на основе документов: Конституция РФ, Трудового Кодекса РФ, Гражданского Кодекса РФ, Декларации прав человека, коллективного договора, устава. Но также не стоит забывать, что при управлении персоналом должны учитываться: национальный состав работников, тип производства, численность персонала, культурный уровень и многие другие факторы.

Оценка использование персонала играет ведущую роль в управлении им, также она может применяться для повышения эффективности труда, стимулирования и аттестации работников. К целям оценки использования персонала относятся: контроль за выполнением поставленных целей(мотивационная); моральное и материальное по-

ощрение(организационная); повышение квалификации и планирование карьерного роста(контрольная). [3, с. 308] В наше время существует большое количество методик оценки эффективности трудового коллектива.

Рассмотрим два основных подхода по оценке эффективности использования персонала:

1) Критериями оценки являются итоговые результаты, полученные в результате деятельности трудового коллектива. К показателям эффективности использования персонала относят экономические показатели за отчетный период. Но на данные показатели влияют и другие факторы, как средства труда и их качество, предметы труда и технология производственных или торговых процессов.

2) Оценка учитывает результативность, сложность и качество трудовых операций. К показателям эффективности использования трудовых ресурсов по данному методу относят: производительность труда, общий процент от выполненной нормы выработки, темпы роста производительности труда относительно предыдущих периодов.

В заключение можно сказать, что грамотное управление персоналом на предприятии в дальнейшем будет оказывать большое влияние на общую деятельность предприятия. Важно обратить внимание, что обучение, стимулирование, качественный подбор персонала и так далее, играют большую роль, и пренебрежение к качеству выполнения данных процессов может привести к текучести кадров, к спаду производительности труда, а так же получению убытков.

На данный момент, рыночная экономика является неустойчивой, в связи с этим возможны сложности в управлении трудовыми ресурсами, связанными с осуществлением организации, поэтому они являются актуальными и выходят на первый план. Поэтому важно понимать, что только при условии эффективности управления трудовыми ресурсами, предприятие может быть конкурентоспособным и иметь экономическую независимость.

Литература:

1. Современные кадровые технологии в органах власти: монография / А. М. Беляев, Е. Д. Богатырев, А. И. Галкин и др.; под общ. ред. С. Е. Прокофьева, А. М. Беляева, С. Г. Еремина. М.: Юстицинформ, 2015. 662 с.
2. Филипова И. А., Маковецкая Т. В. Сокращение работодателем затрат на персонал: соответствие требованиям законодательства // Юрист. 2015. №22. С. 39–43.
3. Шульгина Е., Сосновцева Е. Человеческий ресурс или человеческий капитал? // Кадровик.ру. 2015. №6. С. 66–70.

Классификация банковских карт

Михина Милана Юрьевна, студент

Астраханский государственный политехнический колледж

Банковским картам, которые являются одним из основных продуктов финансовых организаций, последними с целью привлечения и удержания клиентов

уделяется особое внимание в направлении их развития и совершенствования. В результате на финансовом рынке существует огромный выбор карт разных категорий и на-

значений. Рассмотрим существующую классификацию банковских карт.

Первым критерием классификации карт необходимо выделить сферу их обращения: виртуальные карты (используются исключительно для совершения расчетов в виртуальном мире), карты реального мира (расчеты совершаются в мире реальных товаров и услуг) и универсальные карты (предназначены для расчетов как в виртуальном, так и в реальном мире).

По территории охвата карты подразделяются на: локальные карты, которые выпущены для конкретных организаций (мероприятий) и для расчетов по определенному назначению; национальные карты, расчеты которыми совершаются на территории определенной страны; международные карты — расчеты не зависят от территории их инициирования.

В зависимости от платежной системы выделяют карты Visa; карты MasterCard; карты МИР и др.

От характера размещаемых средств на карте последние могут быть кредитными (возможно предоставление кредитного лимита), дебетовыми (предназначены для хранения только личных средств клиента) и предоплаченными (на карте хранятся единицы учета определенной системы, которые предоставляются клиенту взамен на законные деньги).

В зависимости от назначения карты выдаются клиентам а) как личные для личного пользования, поэтому клиент может получить карту, максимально удовлетворяющую его потребности, б) как зарплатные, которые выпускаются в рамках зарплатных проектов, в) как корпоративные — карты, используемые сотрудниками организаций для совершения расчетов, непосредственно связанные с деятельностью организации.

В зависимости от способа выпуска карты их можно подразделить на

- заказываемые — клиент изъявляет желание о выпуске карты до того, как она будет эмитирована (предоставляет заявление в банк);

- предвыпущенные — карты, выпуск которой иницируется кредитной организацией, т.е. до написания клиентом заявления на ее получение.

В зависимости от наличия идентификационных признаков на носителе карты выделяют:

- эмбоосированные карты — на карте размещена информация о личных данных ее держателя (выбита);

- неэмбоосированные — на карте отсутствуют идентификационные признаки держателя, и информация нанесена печатным способом (ограничены срок действия и круг операций).

В зависимости от статуса карты банк предлагает следующие ее виды: простые; Classic; Gold; Platinum.

По времени действия карты могут быть ограниченными (установлен определенный период, в течение которого с картой можно работать) или бессрочными (карты выдаются их держателям на неопределенный период времени, при этом отметим, что сегодня с целью обязатель-

ного обновления информации о клиентах карты выдаются на три года, после чего они перевыпускаются автоматически).

В зависимости от материально-вещественной формы носителя карты существуют следующие их разновидности:

- пластиковые карты — носителем является пластик;
- виртуальные — носителем является техническое устройство;

- товарные — носителем является товар (браслеты, часы и т.д.).

От способа взаимодействия карты со считывающим устройством выделяют карты контактного и бесконтактного взаимодействия (в последнем случае карты должны поддерживать технологии PayPass, Pay Wave, NFC).

Одним из основных критериев классификации карт является количество валют, которыми можно совершать расчеты:

- одновалютные карты — карта предоставляет доступ к одному счету (одной валюте);

- мультивалютные карты — карты предоставляет доступ к нескольким счетам в разных валютах.

В зависимости от режима карты выделяют:

- основные — к карте открывается основной банковский счет;

- дополнительные — карты, открытые к счету основной карты (возможно установление ограничений держателем основной карты, при этом дополнительная карта может быть выдана лицу, отличному от держателя основной карты по заявлению последнего; держатель дополнительной карты не может получать информацию по основной карте).

В зависимости от вида защиты материального носителя карты от механического воздействия существуют ламинарованные карты (покрытием является специальная прозрачная пленка высокой прочности, которая защищает нанесенное изображение) и лакированные карты (покрытие — это специальный УФ-отверждаемый лак).

В зависимости от способа записи данных существуют следующие виды карт [3]:

- карты с магнитной полосой — запись информации выполняется путём намагничивания крошечных частиц, находящихся на поверхности полоски и содержащих железо (магнитный материал), при этом чтение информации выполняется путем проведения полосы по магнитной головке;

- карты, со встроенной микросхемой (чипом) — такая карта имеет встроенную микросхему, которая использует электромагнитный сигнал для обеспечения обмена между картой и считывателем.

В зависимости от предоставляемых функций выделяют расчетно-платежные карты (используются только для совершения расчетов и платежей) и универсальные (карты, совмещающие в себе одновременно несколько функций: инструмент безналичных расчетов, пропуск, проездной, электронная подпись и т.д.).

В зависимости от возможности взаимодействия с организациями, отличными от эмитента карты могут быть от-

крытыми, т.е. возможно совершение операций с их участием в офисах и банкоматах без комиссии, удерживаемой финансовыми организациями, отличными от эмитента, либо закрытыми, обслуживание которых осуществляется только в офисе и устройствах эмитента.

Отметим, что несмотря на сложную схему расчетов, совершаемых банковскими картами [1], количество и объем их ежегодно возрастает [2]. Сегодня кредитные органи-

зации предлагают клиентам широкий выбор банковских карт, способных удовлетворить потребности участников расчетно-платежных операций. Однако с целью сохранения и расширения клиентской базы финансовые организации продолжают работать над совершенствованием и развитием данного вида продуктов, а государство заинтересовано в этом с целью укрепления национальной платежной системы и обеспечения национальной безопасности.

Литература:

1. Дюдикова, Е.И. Формы и инструменты безналичного расчета // Вопросы экономики и управления. 2016. № 5(07). С. 95–103.
2. Статистика национальной платежной системы. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://www.cbr.ru/statistics/?PrtId=psrf>.
3. Юржик П. Платежные карты. Энциклопедия 1870–2006. Москва: Альпина Бизнес Букс, 2007. 304 с.

Имитационное моделирование динамики экономических систем

Мушинский Евгений Дмитриевич, студент
МИРЭА — Российский технологический университет (г. Москва)

В работе представлен подход к анализу конкурентных взаимоотношений в инновационных экономических системах. На основе модели конкуренции и сотрудничества видов разработана прикладная программа. Проведены модельные эксперименты, верифицирующие полученные результаты.

Ключевые слова: имитационное моделирование, модель Лотки-Вольтерра, прикладная реализация, инновационная экосистема.

Dynamic economic systems simulation modeling

The paper presents an approach to innovative economic systems competitive relationships analysis. Based on competition and species cooperation model, an applied program has been developed. Conducted model experiments, verifying the results.

Keywords: simulation modeling, Lotka-Volterra model, application implementation; innovative ecosystem.

Актуальной задачей, возникающей в ходе разработки и реализации стратегий развития организаций, является оценка факторов, оказывающих влияние на среду функционирования объектов управления. Задачи оценки перспективности разработки и внедрения новых технологий, анализа действия различных факторов, влияющих на управление и изменяющих характеристики исследуемых объектов, обладают высокой сложностью и требуют обработки больших объемов данных. В современных условиях, эффективность классификации и анализа разнородной информации напрямую влияет на своевременность и точность управленческих решений [1].

Современная среда функционирования организаций предполагает наличие методов и подходов, позволяющих анализировать альтернативы и выбирать из них наиболее предпочтительные [2]. Имитационное моделирование яв-

ляется приоритетным инструментом анализа сложных систем, благодаря возможности к изменению характеристик и параметров модели и многократным расчетам [3].

В настоящее время, с развитием информационно-коммуникативных технологий, инструменты обработки и анализа информации, отвечающие современным требованиям, предполагают использование информационных систем, обеспечивающих эффективное решение задач управления. Одним из перспективных направлений развития инструментов имитационного моделирования сложных систем является создание систем поддержки принятия решений, основанных на математических методах обработки и анализа информации.

Современные экономические системы характеризуются приоритетом инновационной сферы производства, ориентацией на структурное развитие и динамичный рост.

Конкурентную среду в сфере высокотехнологичных производств допустимо классифицировать с точки зрения объемов охвата рынка. Условно, можно выделить малые, средние и крупные предприятия, объединяемые общими клиентами и технологиями оказания услуг. Распространенным сценарием конкурентной борьбы, доступной крупным компаниям, обладающим достаточными материальными возможностями, является поглощение малых предприятий, обеспеченных инновационным потенциалом. Слияния позволяют не только снизить агрессию конкурентной среды функционирования крупных компаний, но и обеспечить технологический рост за счет малых инновационных предприятий, обеспечивая преимущество монополизацией рынка наряду со внедрением актуальных разработок поглощенных компаний.

Модель слияний и поглощений широко распространена в деловой практике современных экономических систем, в особенности в сфере информационных технологий, так, в 2009 году компания Oracle приобрела Sun microsystems, сумма сделки составила 7,4 млрд долларов США. Один из лидеров IT-индустрии, корпорация Google, по данным CrunchBase, в период с 2011 по 2017 гг. приобрела более 130 инновационных компаний, расширив бизнес-интересы в различных сферах технологического прогресса [4].

Модель поглощений, используемая компаниями и корпорациями, может быть интерпретирована с использованием методов имитационного моделирования. Одним из актуальных подходов, позволяющих представить конкурентное взаимодействие видов, является мо-

дель Лотки-Вольтерра, более известная как модель хищник-жертва.

Рассмотрим математическую постановку модели гибели и размножения на примере малых и средних компаний. Для этого, рассмотрим классическую дифференциальную модель Лотки-Вольтерра. В математической постановке, модель видовых взаимоотношений имеет вид:

$$\begin{cases} \frac{dx}{dt} = (\alpha - \beta y)x, \\ \frac{dy}{dt} = (-\gamma + \delta x)y, \end{cases}$$

где x — показатели популяции жертвы;

y — показатели популяции хищника;

t — время;

α — коэффициент рождаемости малых инновационных предприятий;

β — коэффициент поглощения малых инновационных предприятий корпорациями;

γ — коэффициент смертности корпораций;

δ — коэффициент рождаемости корпораций.

Данная модель может быть модифицирована с использованием дополнительных коэффициентов, характеризующих влияние внутренних и внешних факторов на конкурентные взаимоотношения видов. Например, модель может быть адаптирована с учетом внутривидовой конкуренции или определена с учетом ограниченности ресурсов.

Применительно к имитационному моделированию экономических систем, хищниками являются крупные ком-

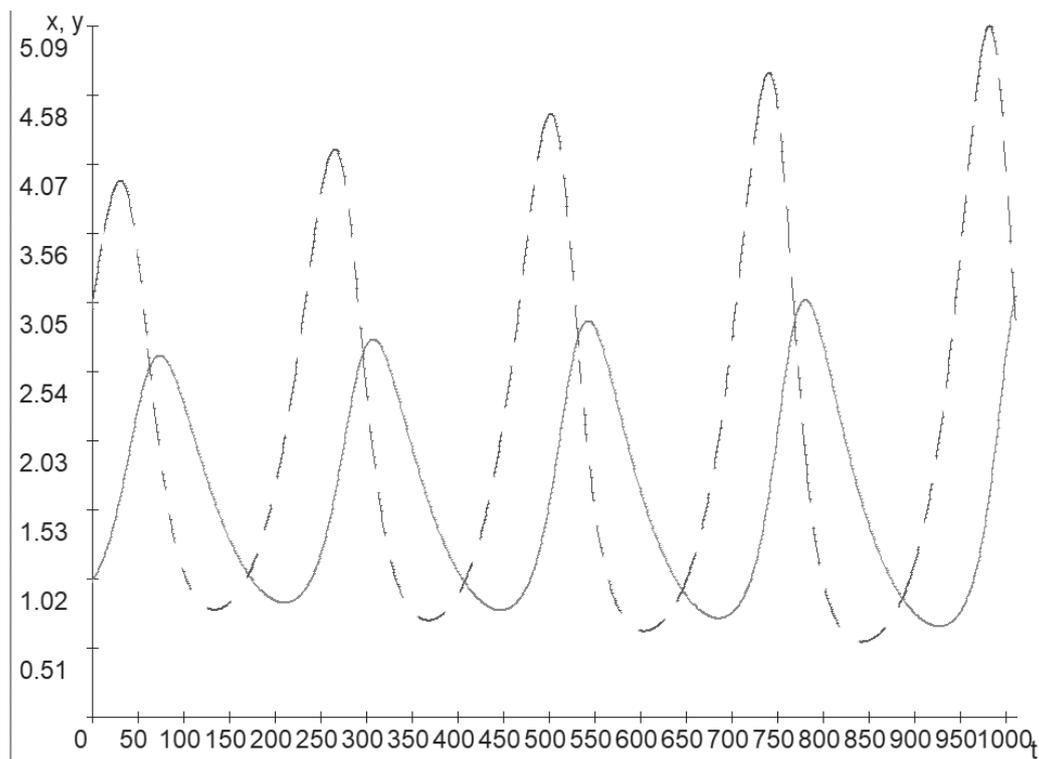


Рис. 1. Классический модельный эксперимент

Таблица 1. Входные параметры модели

$x_{нач}$	$y_{нач}$	a	β	γ	δ
44	25	0.05	0.0002	0.05	1

пании и наукоемкие предприятия, объединенные в холдинги и корпорации. В современных условиях, для повышения конкурентоспособности, компаниям и корпорациям необходимо разрабатывать и внедрять инновационные решения и технологии, что влечет за собой необходимость оценки перспективности разработок. Иными словами, возникает задача выбора управляющего воздействия: принимается решение о разработке конкурирующей инновационной технологии или покупке малого инновационного предприятия, обладающего необходимыми разработками.

Модели слияний и поглощений, основанные на системе уравнений Лотки-Вольтерра, находят применение в ходе имитационного моделирования различных сфер жизнедеятельности человека. Например, модификация классической модели позволяет оценить развитие популяции отношения городского населения к стране и отношения среднего дохода городского населения к среднему доходу по стране [5].

С использованием положений модели гибели и размножения видов, можно проанализировать конкуренцию на фондовой бирже [6]. Отличительной особенностью имитационного моделирования является наличие двух пересекającychся видов конкуренции. Естественными

группами конкурирующих между собой видов являются компании, представленные на бирже и инвесторы, пребывающие в состоянии поиска компаний для выгодных инвестиций.

Представленная имитационная модель была реализована в виде прикладной программы, позволяющей проводить исследования взаимодействия конкурирующих видов на основе системы дифференциальных уравнений Лотки-Вольтерра. Верификация разработки была проведена посредством поиска решения классической задачи. На рисунке 1 представлены результаты моделирования. Пунктирными линиями определена динамика изменения популяции жертв, непрерывными — хищников.

Анализ результатов моделирования позволяет сделать вывод, что с течением времени, рост количества жертв приводит к возрастанию числа хищников, после чего — число хищников начинает убывать до момента восстановления равновесия. Модель является периодической, что позволяет предсказывать изменение количества представителей каждой из популяций в определенные моменты времени.

Рассмотрим пример анализа экономической системы, в которой хищниками являются крупные компании и кор-

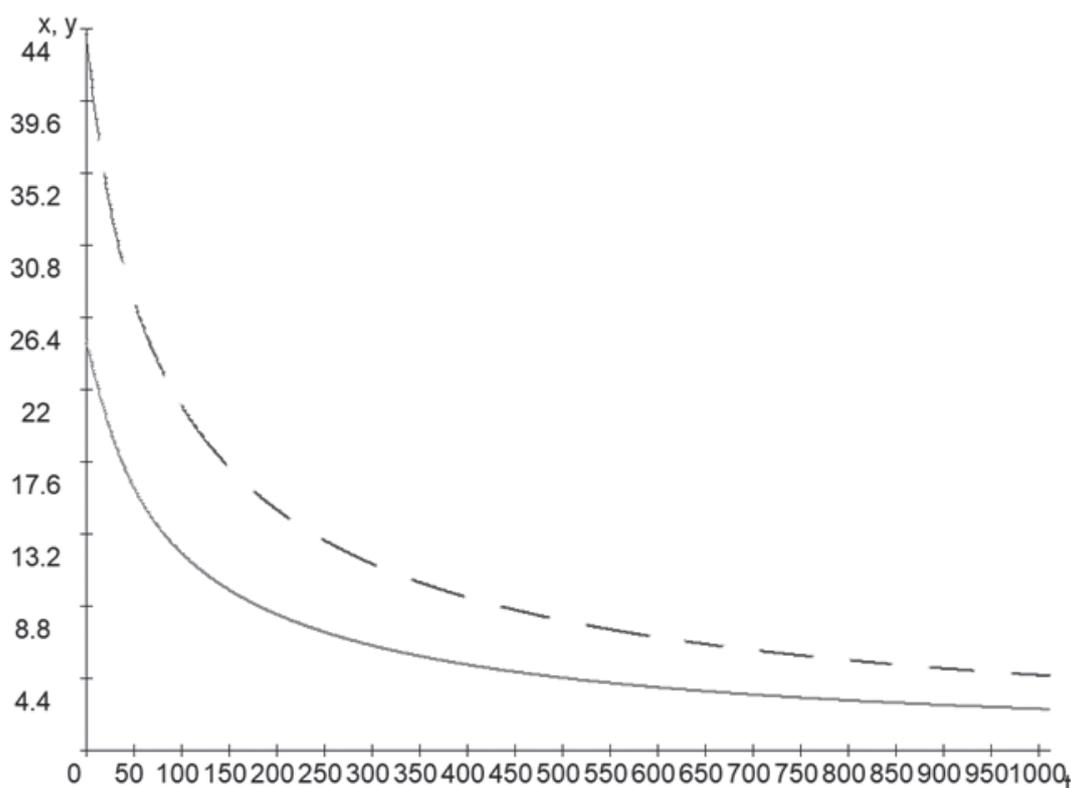


Рис. 2. Поглощение малых инновационных предприятий крупными компаниями

порации, жертвами — малые инновационные предприятия, осуществляющие разработку в рамках стартапов и проектных работ. Анализ задачи предполагает наличие начальных данных, определенных в таблице 1.

В таблице представлены начальные значения популяций крупных и малых компаний, коэффициенты рождаемости и смертности, а также поглощения малых компаний крупными. Результаты моделирования представлены на рисунке 2.

Аналогично предыдущему примеру, пунктиром представлена динамика изменения популяции жертв — малых предприятий, слитной линией — крупных компаний-хищников. Анализ результатов моделирования позволяет сделать вывод об отрицательной динамике популяций при длительных временных периодах моделирования. Одной из возможных мер, направленной на улучшение динамики развития инновационной экосистемы, может явля-

ется стимулирование малых инновационных предприятий посредством систематической поддержки, оказываемой государством. Данная мера позволит повысить количество малых компаний, и, как следствие, окажет положительное влияние и на крупный инновационный бизнес.

Проведенное исследование свидетельствует о необходимости системного подхода к анализу информации в задачах управления организациями для повышения конкурентоспособности. В современных условиях, компаниям и корпорациям необходимо обладать актуальными инструментами имитационного моделирования, что предполагает использование современных технологий для обработки и анализа больших объемов данных. Разработанная прикладная программа позволяет повысить эффективность анализа, предваряющего принятие решений, и может быть использована для имитационного моделирования динамических экономических систем.

Литература:

1. Ладынин А. И. Методология оценки степени удовлетворенности потребителей в системе менеджмента качества / А. И. Ладынин, Э. Е. Смирнова, Т. А. Рябчик // Экономика и предпринимательство. № 8 (ч. 4) — М.: Редакция журнала «Экономика и предпринимательство». 2017. — С. 827–835.
2. Шамин Р. В. Экономико-математическая модель негладкой оптимизации в задачах оценки конкурентоспособности наукоемких предприятий / Р. В. Шамин, О. Р. Козырев, К. В. Логвинова, С. Ю. Обыденнова, А. Р. Гиниятуллин, А. Г. Шмелева // Труды НГТУ им. П. Е. Алексеева. Нижний Новгород. — 2017. — Т. 78. № 4 (119). — С. 50–54.
3. Смирнова Э. Е. Эффективные методы управления проектами транспортной отрасли / Э. Е. Смирнова, Ю. В. Таланова, А. Г. Шмелева // Качество. Инновации. Образование. — 2016. — № 8–10 (135–137). — С. 225–230.
4. Google acquisitions. Crunchbase [Электронный ресурс]: URL: https://www.crunchbase.com/organization/google/acquisitions/acquisitions_list#section-acquisitions (дата обращения: 12.05.2019).
5. Kamann D. J., Nijkamp P. Technogenesis: incubation and diffusion / Serie Research Memoranda. Amsterdam: University Amsterdam, 1988.
6. Modis T. Technological forecasting at the stock market // Technological Forecasting and Social Change. 1999, no. 62. P. 173–202.

Особенности формирования ассортимента товаров сельского магазина

Некрасова Ирина Сергеевна, студент

Хакасский государственный университет имени Н. Ф. Катанова (г. Абакан)

Статья посвящена особенностям формирования ассортимента товаров сельского магазина. Рассмотрены вопросы зависимости ассортимента от формата магазина и необходимости совершенствования товарного ассортимента для безубыточной работы в условиях рынка.

Ключевые слова: ассортимент, ассортиментная стратегия, спрос, ABC-анализ, целевой сегмент.

Формирование ассортимента товаров в малых (сельских) магазинах по сравнению с крупными городскими магазинами, имеет свои особенности, которые обусловлены необходимостью комплексного удовлетворения спроса в одной торговой точке по разным товарным группам:

1) Размер сельского магазина не позволяет размещать огромное количество товаров, а значит, его преимуществом

должна стать не широта ассортимента, а наличие самых необходимых товаров 2–3 разных торговых марок. Не стоит стремиться разнообразить его, заказывая например, десять разных видов молока — это вряд ли целесообразно.

2) Ассортимент сельского магазина чаще всего разделен на следующие группы: продукты; бытовая химия и средства гигиены; хозяйственные товары. Также се-

зонные варианты товаров: комбикорма, саженцы, семена и др.; приспособление для сада и огорода; строительные материалы.

3) Составляя ассортиментный ряд, владельцу сельского магазина, прежде всего, необходимо помнить о том, что в такой магазин приходят главным образом для того, чтобы сэкономить время на поездке в город или купить все необходимое в одном месте.

4) На рынке поселковой торговли продуктами питания следует учитывать ограниченность возможностей развития, например, вряд ли будет целесообразно применение стратегии расширения сегмента или обращение к группам товаров, отличительных от товаров и услуг конкурентов, с обеспечением по ним отдельных ниш спроса, так же как и расширение сфер деятельности. При этом важным фактором всегда будет цена и качество [2].

Таким образом, формирование ассортиментной стратегии для сельского магазина предполагает варианты совмещения нескольких товарных групп. Это может быть такой себе супермаркет в миниатюре, чтобы покупатели

смогли приобрести товары различной направленности, и наиболее удачным будет сочетание продовольственной группы товаров и бытовой химии [3].

Рассмотрим формирование ассортимента магазина на примере магазина «Сахалин» расположенного в сельской местности.

Профиль магазина «Сахалин» — продовольственный, ассортиментный перечень формируется группами товаров повседневного спроса, товаров первой необходимости и сезонных товаров. Сокращение числа жителей поселка, преобладание доли населения пенсионного возраста, отсутствие стабильного производства, невысокий уровень доходов населения не позволяют строить перспективные планы по расширению или развитию предприятий торговли.

По результатам ABC- и XYZ-анализа, весь ассортимент магазина «Сахалин» разделен на девять сегментов на основании двух критериев — доля товарной группы в товарообороте магазина и доля товарной группы в прибыли магазина. Результаты совмещенного анализа представлены в таблице 1.

Таблица 1. ABC- и XYZ-анализ ассортимента магазина «Сахалин»

АХ Мясо, колбасы Алкогольная продукция	АУ Молочная продукция Хлебобулочные изделия	АЗ Мука, крупы, макароны
ВХ Чай, кофе, конфеты	ВУ Бытовая химия	ВZ Консервированная продукция
СХ воды	СУ Соки	СZ Фрукты овощи

Данные, приведенные в таблице 1, позволили выделить наиболее выгодные и наименее прибыльные для магазина группы товаров.

Так, наиболее выгодными для магазина товарными группами, обеспечивающими наибольший вклад в товарооборот и формирование прибыли магазина, являются АХ, ВХ, АУ — группы. К числу групп, нуждающихся в специальных мероприятиях по повышению их эффективности, относятся ВУ и СУ. Наконец, к наименее прибыльным и плохо оборачиваемым товарам от-

носятся сегменты ВZ, СZ. Данные товарные группы требуют особого внимания со стороны руководства магазина.

Главной целью исследуемого предприятия на данном этапе является обеспечение устойчивых темпов роста посредством увеличения объемов продаж и прибыли при эффективном использовании всех ресурсов.

Выделим особенности, характерные для магазина «Сахалин» и приведем факторы влияния на формирование ассортимента товаров в таблице 2.

Таблица 2. Особенности рыночных позиций магазина «Сахалин»

Фактор	Описание воздействия
Особенности целевой аудитории	Пенсионеры 70%
Позиции с конкурирующими магазинами	Одинаковые
Доля рынка предприятия	22–24%
Конкурентная позиция, степень доминирования предприятия на рынке,	Не доминирующая
Основные методы конкурентной борьбы	Сохранение существующей доли рынка, реинвестиции на уровне достаточного минимума для получения краткосрочных прибылей
Потенциал предприятия	прочные взаимосвязи с поставщиками; достаточность финансовых ресурсов

Для прогнозирования спроса выделим преобладающий сегмент в целевой категории. Таким сегментом являются пенсионеры, их удельный вес в структуре потребителей магазина «Сахалин» составляет 60% (по оценкам возраста

контингента, проживающего в районе обслуживания магазина). Ассортимент составляет набор продуктов, со средним чеком 1740 руб. в неделю. Объем продаж по данной целевой аудитории спрогнозирован и приведен в таблице 3.

Таблица 3. Прогнозируемый объем продаж по целевой аудитории

Наименование	Ед. изм.	Значение
Объем целевой аудитории	чел.	54
Количество посещений в месяц	Раз	4
Средний чек	руб.	1740
Сумма в месяц	тыс. руб.	375,84
Прогнозируемый объем выручки в год	тыс. руб.	4510

Прогноз показателей рентабельности приведен в таблице 4.

Таблица 4. Прогноз показателей рентабельности магазин «Сахалин», %

Наименование	Базовый период	прогноз	Отклонения
Рентабельность продаж	5,2	6,32	1,12
Рентабельность текущей деятельности	5,58	6,87	1,29

Рентабельность продаж по данным таблицы 4, увеличивается на 1,12 процентных пункта, а рентабельность текущей деятельности на 1,29 процентных пункта.

Для того чтобы магазин приносил прибыль, ассортимент должен формироваться в соответствии с известным правилом ABC. Согласно ему, группу товаров А составляют наиболее популярные и востребованные продукты. На них приходится 20% ассортиментного ряда, но они приносят до 80% прибыли. Именно они должны гарантированно присутствовать в магазине в нужном объеме. Товары из групп В и С необходимы в ассортименте, в первую очередь, для поддержания оптимальной ширины [1].

Обобщим результаты исследования:

1. Благодаря формированию ассортимента, ориентированного на целевую аудиторию, будет обеспечена стабильность объема выручки и прибыли по категории основного ассортимента.

2. Для управления ассортиментом важен анализ продаж, умение вычлнить главные товарные группы, структурировать их.

3. Регулировать уровень прибыли, заполняемость склада, себестоимость продукции поможет объединение номенклатуры в товарные группы по роли в структуре продаж: — базовые, второстепенные, сезонные.

Таким образом, формирование ассортимента товаров в сельском магазине, основывается на тех же принципах, как и в любом другом формате магазина: прогнозирование и планирование с отличием в потребностях целевой аудитории, их покупательной способности, ориентацией на низкий и средний ценовой сегмент, с умеренной глубиной ассортимента и широтой ассортиментных позиций, представленных в одной торговой точке, которая чаще всего, ориентирована на смешанную торговлю продуктами питания и товарами первой необходимости.

Литература:

1. Рымкевич, А. В. Эволюция научных подходов к содержанию управления товарной политикой на предприятии/ А. В. Рымкевич, Т. А. Шемякина // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. — 2017. — № 5. — С. 189–191.
2. Сандракова, И. В. Практический подход к оценке ассортимента розничной торговой сети // Практический маркетинг. — 2018. — № 3. — С. 31.
3. Юрова, Н. А. Управление ассортиментом как функциональный аспект коммерческой деятельности/ Н. А. Юрова // Экономика и менеджмент. — 2018. — № 8 (141). — С. 83–89.

Socio-economic implications of economic liberalization: advantages and disadvantages (examples from Russia and China)

Nigmatullayev Bakhramzhon Asatullayevich, candidate of master degree
Hangzhou Dianzi University (China)

The main objective of this paper is to investigate the economic liberalization process in two different countries that used to have similar economic systems: Russia and China. It begins with a discussion of macro-economic factors that preceded both countries' decision to open-up their economies, the most significant reforms that occurred afterwards, and their impact on the economic development of those countries. The main question that this research paper addressed is: Was the overall result of opening-up beneficial or not? The results indicate that convergence in both countries triggered positive changes in economic growth. Financial and economic liberalization comes with risks, but, in the long run, the net effect of the reforms was likely positive and lead to huge economic benefits. It can be said that economic liberalization is a desirable and beneficial process for developing countries.

Keywords: China and Russia, economic liberalization, privatization, economic development.

Economic liberalization consists of processes, that include state policies and regulations, that promote free trade, deregulation, elimination of subsidies, control over prices and rationing systems, and, usually, the downsizing or complete privatization of state-owned enterprises (SOEs).

The worldwide spread of free-market oriented economic reforms, along with subsequent liberalization of foreign economic policies, privatization and deregulation was one of the defining features of the late twentieth century. Since then, the impact of economic reforms on the global economy was widely discussed by economists all over the world. The main focus of this paper is to identify the overall effects of economic transformation using the example from only two countries: Russia and China. The choice is justified by a number of similarities that those countries used to share, such as protracted development under Stalinist economic model, high level of state interventions in the economy, and, accordingly, lags in the main economic areas. In spite of similar economic situations, China and Russia chose to modernize their economies using gradualist and shock-therapy methods respectively. This research is aimed to identify key advantages and disadvantages of two different transformation models.

Russia (in those days referred to as Soviet Union) and China turned their backs on the capitalist system in 20th century and adopted communist systems. They both used to have state run socialist economies that followed inward-oriented, state-controlled economic strategies. Those strategies created various economic distortions, such as central planning, state-directed resource allocation and high import protection. The strategies that governments in both countries used held back the private sector and exports, and, as a result, overall economic performance of the countries was poor and inefficient. China and Russia share some common elements in a way, that both countries' economic systems kept them relatively poor, stagnant, centrally-controlled and isolated from the global economy. However, things started to change and by the end of 1980s, most of the traditionally closed economies in the world, including China and Russia, started liberalization process.

I. Method

This paper incorporated a whole variety of methods used for analyzing economic liberalization related information since it is combine from different books and research papers. Thus, scholars from CSESCE (2008) used transition probability matrices along with Theil's T statistics, researchers from EACES estimated effects of economic reforms in both countries by using panel data model, whereas others used nonparametric approach, including distribution analysis, quadripartite decomposition and data envelopment analysis to measure the changes in efficiency after the reforms initialization. Both quantitative (descriptive) and qualitative methods were used at the data analysis stage.

II. Initial opening up

Even though China and Russia shared some similarities in the economic systems, the economic conditions were absolutely different. By the late 1980s Soviet Russia was resource rich, mature industrial economy with highly educated labor force. The country was among world's leaders in science and technology, and it was a military superpower equal to the United States. On the other hand, China was resource poor, predominantly agricultural (80% peasants, compared to 15% in Russia), with an insignificant and uncompetitive industrial base and scientific capacity.

Before the free-market oriented reforms, the ruling party in China realized the urge to boost economic development of the country. Central government launched a few governmental programs, such as the Great Leap Forward, that included economic and social policies aimed to enhance economic growth. But all the efforts failed and, moreover, resulted in greater imbalance and deficit in Chinese economy. Moreover, the reforms caused the deficit of food supplies that resulted in famines which killed millions of people across the country.

Things started to change when Deng Xiaoping took power in 1978 and introduced China's Open Door policy that set the economic transformation of China into motion.

Introduced reforms embraced all the aspects of China's economy, improved agriculture and other industries performance, liberalized financial sector and completely reformed taxation system. Also, country-wide privatization was launched and, for the first time since its founding, the People's Republic of China finally became open to foreign investment.

In Russia, the actual reforms began only 13 years later, when the Soviet Union collapsed. In the latter years of the Soviet era, top-level officials, headed by then-president Mikhail Gorbachev, tried to reform the Soviet economic system from within Perestroika proposed in 1986. Unfortunately, the reforms were inconsistent, half-hearted and poorly implemented. Few years later, in 1991, after the failed 1991 coup, the Soviet Union ceased to exist. Less than six months after the fall of communist regime, Russia embarked its economic transformation process with "shock therapy" reforms. More than ninety percent of all prices were freed overnight. Within a few subsequent months all centralized operations of the command economy were frozen. Since then, boundless state subsidies, restrictions and ubiquitous state control were replaced by market economic system, that included market institutions and practices, free prices and trade, enterprise autonomy, legalized ownership and bankruptcy. The distinctive feature of Russian reforms is that the country had to face the whole transformation process in just few years.

The Russian "shock therapy", compared to gradual transformation of China, shows the advantages of the latter. Within 6 years the Russian economy experienced 35% fall in GDP terms, which is equivalent to the Great Depression of 1930s in the USA, unemployment exceeded 12% and, eventually, the reforms led to Russia's financial collapse in 1998. At the same time, China was one of the fastest growing economies with an average growth rate of 10 percent.

Both China and Russia had to turn towards market-oriented reforms to retrieve their failing economies, the only difference is that Russia did so with, and China in the absence of, the constitutional transition.

III. Privatization

The breakdown of the old Soviet monetary and financial system resulted in hyperinflation, that was over 2000% in 1992, so the government had to urgently come up with a strategy that would stabilize monetary situation in short

time, and at the same time, would lead to a market economy in the long-run. That is when the government decided to privatize state-owned enterprises. In two years 70% of medium and large enterprises and more than 90% of small enterprises were given into private hands. The State Committee on the Management of State Property, lately renamed to Ministry of Privatization, divided all the firms into those that would be sold by the local governments and those that would go into the mass privatization program. However, the rapid privatization process has not led to

expected results in terms of economic performance. Under the mass privatization program government decided to distribute shares among all citizens. And so, on September 1, 1992, every living citizen received a voucher with a face value of 10,000 rubles. Unfortunately, due to high corruption levels, high inflation and poor management of the whole privatization process, people had no faith in those vouchers, and many just threw them away or sold them. Depending on the time and place of sale, the voucher price fluctuated in the range of 70–120 rubles, enough to buy a toy-car or a couple bottles of vodka. At the same time, some entrepreneurs collected thousands of these "worthless" vouchers and became extremely rich in just few years.

On the other hand, at the course of privatization, a tiny elite and former senior bureaucrats (so-called "red directors") acquired control of all strategic enterprises, mostly in oil and gas industry, and lately became the Russian oligarchs. Those groups of powerful oligarchs, that emerged out of nowhere, used divide-and-rule strategy and thrived on institutional anomalies and economic policies incompatible with market economy, such as unrestricted monetary emission, low interest rates, multiple exchange rates, myriad regulations, and rigorous licensing of entrepreneurship.

Therefore, privatization in Russia harmed the overall economic situation and resulted in rising inequality and decreasing living standards.

In contrast, the example of privatization from China seems more well-thought and rational. Chinese government realized the need to maintain political power and state capacity, and, therefore, the transition process in China was smooth because the government was always able to correct mistakes and imbalances as they arose. By early 1990s, China had about 300,000 state-owned enterprises that employed almost 80 million people. In 1994, Chinese government gradually started to privatize its SOEs and began with only a few counties and provinces. Only when the privatization program was successfully implement in pioneering provinces, it became spread nationwide. In two years, around 70% of small and medium SOEs had been privatized. To prevent a small group of wealthy people benefiting from the privatization at the expense of public, the government implemented a set of restrictions on potential buyers.

As a result, within 1990s, China had managed to double its GDP, and has lifted more than 400 million people out of absolute one-dollar-a-day poverty — which is the single increase in world history. Rapid economic growth resulted in a significant rise in China's global status. In contrast, the Soviet Union lost half of its territory and population, and newly found Russian Federation could never get back its status as a great power. Moreover, failed privatization programs, along with economic recession, has led to an upsurge in lawlessness and crime, a falling birth rate and rising death rate, and the war in Chechnya. That is why China's transition from state socialism is generally consider a success, whereas the Russian example of market reforms is consider a failure.

IV. Overall economic development

Since opening up to foreign investment and trade and implementing free-market oriented reforms, China has been among the world's fastest-growing economies, with annual GDP growth averaging around 10% until 2014. Also, the country emerged as a major global economic power and became world's largest economy on a purchasing power parity basis, manufacturer, holder of foreign exchange reserves and merchandise trader. China's economic development has substantially raised living standards by lifting hundreds of millions out of poverty and created a flourishing middle class.

Nevertheless, country's rapid industrialization has brought some serious challenges. One of them is air pollution. China now is the world's largest source of carbon emission and greenhouse gases, and the air pollution of many Chinese cities fails to meet health standards. Thus, in 2013, on average, the concentration of hazardous particles in the 80% of China's cities was forty times the safe level by the World Health Organization (WHO) and prolonged smog was named "apocalypse". Furthermore, water depletion and pollution, one of the country's top environmental challenges, was caused by modernization process, for nearly 70% of the country's water supplies is dedicated to agriculture and 20% is being used in the coal industry.

Moreover, the economic boom of China has caused several social issues as well. One of them is child labor. In the past decade, with the fast growth of internet access across China, a topic of child labor has started to gain netizen's attention. The most vivid examples are cases of child labor in Shanxi's brick kilns and Dongguan's sweat shop in 2007 and 2008 respectively.

On the other hand, the economic liberalization process in Russia has had its own pros and cons. The Chinese example shows how a country can grow due to the country's reliance on foreign capital coupled with cheap labor and well-thought economic policies. Russia is quite different in this sense. For its economic recovery, Russia heavily relied on the natural resource sectors that turned the country into a leading supplier of oil, natural gas, coal, and a big range of other raw materials to industrialized countries.

After the failed economic reform program, that created inflation and destabilized the country, Russia has entered a stage of long economic growth that lasted almost 10 years between 1999 and 2008.

During that time the country's GDP has increased 7% per year on average, in contrast to an average annual decline of 6.8% during the previous years. During the first five years after the collapse of the Soviet Union, poverty rates had jumped up to nearly 30%, but by 2007 the rate had dropped to 13%. At the same time, Russia's foreign trade has sharply increased and Russian exports grew by 525% from \$75.5 billion in 1999 to \$472 billion in 2008. The developing economy has improved the investment climate in the country. As a result, the annual FDI flows into Russia rose from \$3.3 billion in 1999 to \$60 billion in 2007. In

those years, Russia emerged as the world's largest exporter of natural gas, second largest oil and coal exporter.

The economic growth has improved the standard of living of the average Russian citizen and has brought economic stability.

However, it has brought certain issues as well. For Russia, the biggest issues that arose are inequality and corruption. The income distribution measurements show how severe is the rising inequality in Russia. Thus, before the collapse of the Soviet Union, the richest 20% of the Russian population accounted for 30.7% of the country's income, while the poorest 20% accounted for 11.9%. The situation has changed dramatically, and, by 2006, the richest 20% held almost 50% of the income, whereas the poorest 20%'s share has declined to 5%.

Also, since the initiation of economic reforms, due to a large number of bureaucrats left after the Soviet regime, Russia has always been among the countries with a high corruption level and the country does not show much improvement in this area.

V. Conclusion

Russia and China have experienced sustained economic growth while integrating with the global economy. As a result of reforms, both countries emerged to global capitalism as more stable and stronger states. Even though, neither of them has fully embraced the values and institutions of the "Washington Consensus", with its idea that globalization leads to democratization, the development model of China and Russia shows the acceptance of market forces and global integration.

The example of China and Russia has shown that there is no universal solution for all economic hardships. The economic strategy and reforms should consider a country's individual social, economic and political situation. The changes in rules and regulations should be designed in a way that will benefit the greater number of people and policy makers should prevent cases, like oligarchy in Russia, from happening.

The transition period in Russia had negative effect for the country's economy and was mostly responsible for the following transformational recession (Popov, 2001). The whole "shock therapy" concept was a mistake. The reforms, that, in theory, were meant to save collapsing economy, worsened the situation and resulted in Russian financial system completely collapsing. It was definitely more shock than therapy (Gerber, 1998). At the implementation stage and over the course of economic growth, the government should have rationally evaluated the resources and time available, as well as political and social conditions of the country.

From the real life examples, it can be concluded that overall effect of the economic liberalization was positive. The side effects, like in the case of Russia's post-transition difficulties, are not attributed to the liberalization process itself, but were rather caused by poor management, inexperienced top-level government officials and underdeveloped implementation strategy.

As to China, there is still a big room for improvement in inequality reduction, business efficiency, and reduction of environmental effects of growing economy.

Globally, the processes related to the economic liberalization has resulted in a more globalized world, for more and more countries decided to open-up. The globalization

process generated complex and deep interdependencies between countries that are driven by a combination of political, socio-cultural, technological, financial and economic factors. As a result, the process known as “flattening of the world” significantly decreased the risks of political and military conflicts, since those are no longer beneficial for any country.

References:

1. Albert, E., 2016. China's Environmental Crisis. [Online] Available at: <http://www.cfr.org/china/chinas-environmental-crisis/p12608>
2. Aslund, A., 1999. Why Has Russia's Economic Transformation Been So Arduous?. [Online] Available at: <http://siteresources.worldbank.org/DEC/Resources/84797-1251813753820/6415739-1251814010799/aslund.pdf>
3. Boycko, M., Shleifer, A. & Vishny, R., 1993. Privatizing Russia. [Online] Available at: http://scholar.harvard.edu/files/shleifer/files/privatizing_russia.pdf Centre for the study of economic and social change in Europe, 2008. China, India and Russia: economic reforms, structural change and regional disparities. [Online] Available at: <http://discovery.ucl.ac.uk/17441/1/17441.pdf>.
4. Cooper, W. H., 2009. Russia's Economic Performance and Policies and Their Implications for the United States. [Online] Available at: <https://fas.org/sgp/crs/row/RL34512.pdf>
5. De-Ping, L., 2009. A Review of the Available Literature Covering Child Labor in China. [Online] Available at: http://www.ccrsr.com/sites/default/files/ccr_csr_report_English.pdf
6. East — West center, 2011. Economic Reforms, Regionalism, and Exports: Comparing China and India. [Online] Available at: <http://www.eastwestcenter.org/sites/default/files/private/ps060.pdf>
7. Glinkina, S., 2003. Distributional Impact of Privatization in Russia. [Online] Available at: http://www.cgdev.org/doc/event%20docs/2.24.03-Privatization/Glinkina_Russia_paper.pdf
8. Jian, T., 1996. Priority of Privatization in Economic Reforms: China and Taiwan compared with Russia. [Online] Available at: <http://www.cid.harvard.edu/hiid/566.pdf>
9. Kvint, V., 2010. Strategy for the Global Market: Theory and Practical Applications. [Online] Available at: https://books.google.ru/books?id=b_GoCgAAQBAJ&pg=PT359&lpg=PT359&dq=vouchers+privatization+couple+books+of+vodka&source=bl&ots=4ZBz0fQGsG&sig=4bzbnOUSD7_yrsZhr5TP_z0seZA&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwjYTVjNrQAhXM1SwKHdrpAjsQ6AEIKDAC#v=onepage&q=vouchers%20pri
10. Marelli, E. & Signorelli, M., 2011. China and India: Openness, Trade and Effects on Economic Growth. [Online] Available at: <http://eaces.liuc.it/18242979201101/182429792011080106.pdf>
11. Popov, V., 2001. Shock therapy versus gradualism: the end of the debate. [Online] Available at: <http://http-server.carleton.ca/~vpopov/documents/TR-REC-full.pdf>
12. Rutland, P., 2009. Post-socialist states and the evolution of a new development model: Russia and China Compared. [Online] Available at: <http://prutland.faculty.wesleyan.edu/files/2015/07/Rutland-China-Russia-Compared.pdf>
13. The economist, 2013. China and the Environment: The East is grey. [Online] Available at: <http://www.economist.com/news/briefing/21583245-china-worlds-worst-polluter-largest-investor-green-energy-its-rise-will-have>
14. Tochkov, K., 2009. The Determinants of Regional Growth and Convergence in China, India, and Russia. [Online] Available at: http://www.isid.ac.in/~pu/conference/dec_08_conf/Papers/KirilTochkov.pdf
15. United nations, Economic Liberalization, and Poverty Reduction. 2010. [Online] Available at: <http://www.un.org/esa/socdev/rwss/docs/2010/chapter6.pdf>

Система государственных закупок как механизм повышения эффективности использования бюджетных средств

Полушин Владимир Викторович, студент магистратуры
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

Статья посвящена системе государственных и муниципальных закупок как механизму регулирования основных элементов рынка государственного заказа, субъектами которого являются органы государственной власти, государственные корпорации, органы управления государственными внебюджетными фондами, го-

сударственные казенные учреждения, муниципальные органы или муниципальные казенные учреждения, бюджетные учреждения и участники закупочных процедур, а также регулированию его важнейших экономических законов в современных условиях.

В данной статье затронуты вопросы повышения эффективности достижения целей и задач государственных программ через систему государственных и муниципальных закупок.

В период становления современной системы государственных и муниципальных закупок Российской Федерации для правильной оптимизации, либерализации и эффективного регулирования секторов экономики был выбран наиболее прозрачный и стабильный путь закупок товаров, работ, услуг для государственных и муниципальных нужд.

Данный путь был призван не только обеспечивать потребности заказчиков, но и выполнять функции государственного регулирования экономики. Поскольку нормальное функционирование государства зависит от эффективного и законного распределения и расходования бюджетных средств, законного и рационального ведения закупочной деятельности, вопросы оптимизации бюджетных расходов, эффективность исполнения мероприятий государственных программ, оптимизация системы государственных заказов крайне актуальны.

В статье рассмотрены вопросы, связанные с трансформацией концепции, принципов и механизмов размещения государственного заказа в России в условиях необходимости поиска путей для масштабного, ускоренного развития экономики. Также проанализирована нормативная правовая база и практика правоприменения законодательства о государственных и муниципальных закупках. По итогам проведенного анализа сформулированы предложения для повышения эффективности системы государственных и муниципальных закупок.

Ключевые слова: государственный заказ, система закупок, эффективность, конкуренция, финансирование, бюджетные средства, контроль, развитие, проблемы, рациональное использование, показатели.

The system of public procurement as a mechanism to improve the efficiency of use of budgetary funds

Polushin Vladimir Victorovich, master student
Vladivostok State University of Economics and Service

This article analyses the system of government purchases as a regulatory mechanism for main market's elements: government authorities, government corporations, government extrabudget funds authorities, government-owned institutes, municipal authorities or municipality-owned institutes, budgetary institutions and parties of procurement processes, as well as its most important economic principles within the modern state.

This article also considers how system of government and municipal procurement can benefit government program accomplishments on a larger scale.

There is a clear and stable way of purchasing products and services for municipal and government needs, that provides better optimisation, liberalization and effective regulation of economic sectors within the modern economic state of Russian Federation.

Besides, satisfying customers needs, this approach also functions as an economy regulatory tool for the government. Since a reliable government functioning is depended on an effectiveness and legitimacy of procurement activities, implementation of government program, optimization of the budget expenditures and the system of government procurement are essential.

The problems of concepts, principals and mechanics transformation, within government procurements system for an economic development, are also discussed in this article. Legislative framework and law enforcement practices within government and municipal procurements have been analysed and, in order to improve efficiency, a few suggestions on government and municipal procurements system has been made.

Keywords: government order, procurement system, efficiency, rivalry, financing, budget resources, control, development, problems, rational usage, indicators.

Вопрос разработки и внедрения современной системы государственного заказа, которая соответствовала бы изменяющимся экономическим и политическим условиям, стоит особенно остро в рамках повышения показателей экономической эффективности государства.

Эффективная работа системы государственных и муниципальных закупок непосредственно обуславливает рациональное, законное и справедливое расходование бюджетных средств, в том числе, на реализацию государственных и муниципальных программ социально-эконо-

мического развития страны, поддержку современных экономических проектов, а также социальную поддержку населения, что в итоге влечёт укрепление и успешное развитие российской экономики и страны в целом.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в современных условиях развития экономики система закупок должна изменяться в сторону позитивной модернизации (для исключения необоснованно сложных процедур, унификации типовых действий и документов, автоматизации процессов выявления типичных нарушений), обеспечивать внедрение инновационных методов в закупочной деятельности, становится более технологичной и автоматизированной.

Согласно позиции Генерального директора Центра перспективных управленческих решений (ЦПУР) Марии Шклярук результаты исследования в этой области особенно важны в условиях планируемых больших инвестиций государства в цифровую трансформацию государственного управления и развития сквозных технологий. Для разработок современных цифровых продуктов и ускоренного внедрения платформенных решений в сфере государственного управления, которое предусмотрено Указом Президента РФ от 07 мая 2018 года № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года», требуется быстрое и гибкое управление финансовыми ресурсами, разработка с оперативным испытанием (тестированием) прототипов и возможностью быстрого отказа от неудачных решений [1]. Все это невозможно сделать в текущих условиях при буквальном соблюдении законодательства. Так что задача реформы системы государственных закупок — изменить ситуацию и сделать управление финансовыми ресурсами в государственном управлении поддерживающим решение задач развития.

Государственная политика в части поддержки конкуренции направлена на улучшение конкурентоспособности участников процесса закупок, так как это способствует повышению экономической эффективности страны в целом.

Развитие законодательства о закупках обеспечивает сбалансированность, совмещение интересов государственных заказчиков и поставщиков (подрядчиков, исполнителей услуг).

В статье проведен анализ источников с похожей темой исследования. Данная статья охватывает научные труды ряда авторов, например, в работе рассматриваются научные работы Костюченко А. Г. и Лашутиной А. В., а также приведены материалы из работ Марии Шклярук, Алексея Конова. Используются совместные научные статьи Кудрявцевой Т. Ю. и Мининой Л. А., Лябах А. Ю. и Куликова В. С.

Костюченко А. Г. выдвинула мнение о том, что использование механизмов процедур доступа к материальным благам является главной причиной, раскрывающей основополагающие принципы закупок. Открытые торги признаются во всем мире самой состязательной и конку-

рентной процедурой. В них в полной мере присутствуют элементы эффективности проведения закупки, информационной открытости, гласности, отсутствие незаконных преимуществ кому-либо, конкуренции участников закупок [2].

С данным понятием следует согласиться, потому что система государственных закупок является основополагающим способом обеспечения нужд государственных и муниципальных заказчиков и создание унифицированной формы торгов с контролирующими механизмами способствует здоровой конкуренции и уменьшению коррупции, но стоит признать, что система государственных закупок в России находится в стадии развития и требует постоянного внимания.

В работе Костюченко А. Г. проведено обобщение применяемых форм уловок (нарушений) со стороны участников торгов (заказчиков, операторов и участников закупок) для реализации сговора в электронных торгах и даны варианты их предотвращения со стороны законодателя и правоприменителя.

Например, это так называемые «слепые закупки», подразумевающие размещение заведомо неверной и искаженной информации на официальном сайте закупок, для того чтобы укрыть закупку от многочисленных потенциальных участников. Проведенная Экспертным советом при Правительстве РФ оценка ограничений доступа к участию в закупках, связанных с искажениями информации о торгах, показала механизмы сокрытия такой информации о закупке, масштабы и оценку экономического ущерба. Выявлены типовые способы, такие как замена кириллицы на латинские буквы в названии лота в ключевых поисковых словах, опечатки или грамматические ошибки, отсутствие ключевых слов в названии предмета лота, разделение букв пробелами и знаками «тире», замена букв на похожие цифры. Условием, способствующим данным нарушениям, является несовершенство электронной системы. Причина — недостаточная кадровая и организационная работа, что позволяет присутствовать в системе государственных закупок недобросовестным лицам.

Минэкономразвития РФ и Федеральным казначейством РФ с целью уменьшения и предотвращения ошибок функционал сайта закупок расширен и направлен на устранение вышеперечисленных недостатков.

Также фиксируются случаи предоставления информации о других участниках торгов за деньги (например, такая инсайдерская информация может быть о том, кто и под каким номером подал заявки, причем такую информацию могут предоставлять исключительно торговые площадки). Причиной такого типа мошенничества является также недостаточная кадровая и организационная работа, излишний доступ к конфиденциальной информации персонала операторов торгов.

Имелись примеры «искусственных сбоев» в системе закупок, в связи с чем приостанавливаются торги либо не допускаются к торгам «не свои», не лояльные участники,

а также ограничения в доступе к информации о предстоящих торгах.

Наиболее опасным видом нарушений является организация сговора (картельного сговора). К формам «картельного сговора» можно отнести случаи, когда:

1. Сговорившись при определении поставщика, участники закупки подают формальные заявки, создавая видимость конкурентных торгов, при этом цены превышают предложение заранее определенного победителя.

2. При таком способе, как «карусель», участники договариваются, кем осуществляется прикрытие и по какому лоту.

Признаками сговора между участниками можно считать факты, если большинство торгов выиграно одной компанией при участии в торгах одних и тех же участников, или ряд компаний выиграла аналогичные торги по очереди, или на торгах присутствовало минимальное снижение начальной цены контракта, или присутствовало завышение цен на торгах от рыночных, или зафиксирована неявка участников на процедуру торгов.

Ранее широко было распространено использование фирм-однодневок, которые исчезали после процесса закупок.

При этом предприниматели-конкуренты при подаче предложений использовали инфраструктуру друг друга. То есть обменивались электронными цифровыми подписями, торговались сами с собой, создавая видимость соперничества. Таких нарушителей контролирующий орган научился вычислять по их IP-адресам.

В настоящее время на сайте Федеральной антимонопольной службы России публикуется информация о раскрытии и установлении неконкуренции между участниками при участии в электронных аукционах.

Подобные формы мошенничества, как правило, связаны с использованием должностного положения руководителя или уполномоченных лиц заказчика («слепые закупки»), либо с применением полномочий по управлению процессами на торговой площадке.

Из проведенного анализа следует, что сговором на электронных торгах можно называть соглашение между участниками торгов об условиях получения подряда (выигрыша) через электронные закупки в пользу данных участников торгов, но в ущерб иным участникам торгов и государству, с целью ограничения конкуренции.

Одной из важнейших задач является внедрение действенных мер по пресечению такого рода нарушений. Также можно добавить, что проблемы возникают не только из-за сознательных и обдуманных нарушений норм законодательства со стороны участников закупок. Нарушения часто провоцируются заказчиками по причине некомпетентности (неграмотности) специалистов контрактных служб, это приводит к приостановлению или отмене торгов, что, в свою очередь, негативно влияет на успешное выполнение поставленных задач. Есть и проблема излишней сложности процедуры закупок, недостаточной гибкости регулирования и малой вариативности

поведения в то время, как зачастую для эффективного обеспечения государственных и муниципальных нужд требуется оперативное реагирование и применение не-сложных типовых форм документов.

В статье «Государственные закупки как элемент реализации государственных программ» мнение автора Лапутиной А. В. представляет большой интерес, так как автор затрагивает не только достаточно узкую специфику системы государственных закупок, но и основную цель ее создания.

Автор говорит о том, что неотъемлемой частью сложившейся тенденции программности в экономике являются государственные программы, которые можно обозначить как систематизированные и структурированные планы мероприятий для достижения целей государственной политики во всех сферах экономики, разрабатываемые на всех уровнях бюджетной системы, имеющие четко обоснованные сроки исполнения, ресурсы, и содержащие в себе комплекс мер и инструментов по их реализации. Государственные программы разрабатываются для достижения приоритетов и целей социально-экономического развития.

С реализацией государственных программ неразрывно связаны государственные закупки, так в пункте 1 статьи 13 Федерального закона от 5 апреля 2013 года №44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (далее — закон №44-ФЗ) прямо указано, что государственные закупки осуществляются для достижения целей и реализации мероприятий, предусмотренные государственными программами Российской Федерации [3].

Неотъемлемой частью эффективной реализации государственной программы является эффективная организация государственных закупок, так как именно через механизм государственных закупок формируется экономия бюджетных средств, происходит стимулирование участников государственных закупок, что в итоге приводит к повышению экономических показателей в целом.

При анализе государственных программ и государственных закупок можно проследить взаимосвязь этих двух экономических явлений с бюджетным процессом — как эффективность проведения государственных закупок во исполнение мероприятий государственных программ влияет на эффективность расходования бюджетных средств и решение социальных и экономических задач».

С мнением автора нужно согласиться, ведь в современной экономике государственные закупки являются обязательным элементом управления государственными финансами, который призван выполнять не только функции обеспечения общественных потребностей, но и функции государственного регулирования экономики.

Для выполнения поставленных задач государственные и муниципальные заказчики должны выполнять комплекс действий с целью приобретения за счет средств бюджетного финансирования и в разрешенных законом случаях средств от приносящей доход деятельности различных то-

варов, работ, услуг, необходимых для удовлетворения государственных и муниципальных нужд.

Закупочные процессы должны осуществляться на основе принципов открытости, прозрачности информации о контрактной системе в сфере закупок, обеспечения конкуренции, профессионализма заказчиков, стимулирования инноваций, единства контрактной системы в сфере закупок, ответственности за результативность обеспечения государственных и муниципальных нужд, эффективности осуществления закупок.

Проведённый анализ эффективности расходования бюджетных средств позволил определить тенденцию ежегодного повышения объема государственных (муниципальных) закупок в соотношении с иными направлениями таких расходов (прямое субсидирование экономических субъектов, государственное кредитование и выдача государственных гарантий, государственное инвестирование, передача ресурсов государственным корпорациям). Для этого были изучены статистические данные Министерства финансов России, характеризующие результаты осуществления закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд. Объем государственных и муниципальных закупок, проводимых в соответствии с законом № 44-ФЗ в 2018 году увеличился на 7,7 % по сравнению с 2017 годом (до 6,79 трлн. рублей с 6,3 трлн. рублей в 2017 году) [4].

Тенденция к увеличению средств, осваиваемых путем проведения государственных и муниципальных закупок, наблюдалась и ранее: в период с 2007 по 2015 гг. данное увеличение составило 3,5 раза; доля государственных закупок в структуре расходов федерального бюджета за указанный период увеличилась с 30 до 50 % [5].

Таким образом, государственные закупки оказывают существенное влияние на процесс управления государственной и муниципальной собственностью. И то, насколько корректно функционирует контрактная система в целом, прямо предопределяет эффективность управления государственной и муниципальной собственностью.

Следует отметить и имеющиеся проблемы. Несмотря на наличие большого количества нормативных документов, регулирующих порядок закупок товаров, работ, услуг, существует неполнота и несовершенство этого правового регулирования.

Некоторые положения носят противоречивый характер и вызывают спорные вопросы.

Неоднозначный подход законодателя, пробелы и коллизии в законодательстве, противоречивая правоприменительная практика, создающие условия для должностных злоупотреблений, обуславливают актуальность изучения данной темы.

Ряд существенных практических вопросов закупочной деятельности не нашли полного освещения в нормативных актах.

Кроме того, отсутствуют официальные разъяснения по многим положениям нормативных правовых актов.

С учётом обобщения информации и анализа состояния закупок можно сформулировать ряд предложений по модернизации государственной системы закупок:

- целесообразно разработать методические инструменты для совершенствования государственных программ, направленных на создание конкурентных условий и формирование единой всеобъемлющей системы закупок, а также для улучшения законодательной базы и правового регулирования сферы закупок для государственных и муниципальных нужд.

- необходимо обеспечивать на уровне правоприменения расширение условий для эффективной конкуренции при осуществлении закупок для государственных (муниципальных), корпоративных нужд и реализации на торгах государственного и муниципального имущества.

- необходимо создавать и внедрять инновационные стратегии развития закупочной системы, в том числе при преобразовании уже действующего законодательства, регулирующего процессы осуществления закупок для государственных (муниципальных), корпоративных нужд. В результате применения новых стратегий развития будет повышаться уровень конкурентоспособных качеств предприятий, участвующих в государственных и муниципальных закупках, в свою очередь, главным результатом внедрения усовершенствованного механизма закупок для организаторов торгов является рациональное расходование бюджетных средств.

- внедрить информационно-аналитическую систему, позволяющую осуществлять сбор и анализ данных по государственным (муниципальным), корпоративным закупкам и операциям по реализации государственного имущества.

- урегулировать порядок предоставления субсидий в соответствии с бюджетным законодательством Российской Федерации с целью недопущения неэффективного расходования бюджетных средств, а также недопущения использования механизма предоставления субсидий в качестве ухода заказчиков от применения положений законодательства Российской Федерации о контрактной системе, а также выработать механизм недопущения обхода требований закона № 44-ФЗ путем применения механизмов государственно-частного партнёрства, концессии, доведения финансирования до фондов.

- расширить практику разработки и утверждения типовых государственных (муниципальных) контрактов (договоров).

- стимулировать вовлеченность предприятий малого и среднего бизнеса в государственные (муниципальные) и корпоративные закупки.

- совершенствовать конкурсные процедуры при проведении государственных закупок в целях объективизации нестоимостных критериев оценки, а также недопущения установления требований к участнику закупки о наличии у него материальных ресурсов на этапе подачи заявки.

- применительно к нуждам субъектов Российской Федерации в отношении регионального нормотворче-

ства необходимо реализовать подходы к осуществлению централизованных закупок, создать необходимую нормативную правовую базу, провести необходимые организационные мероприятия по созданию соответствующей региональной системы (электронные площадки, информационная система).

– необходимо внедрить в Единую информационную систему закупок (ЕИС) аналитический блок, который позволит автоматически выявлять общеизвестные сомнительные практики, и расширить функциональность содержащихся в ЕИС данных и направлений мониторинга, который сейчас проводит Минфин.

– необходимо дальнейшее развитие механизмов выявления, предупреждения и урегулирования конфликта интересов, систематического выявления аффилированности и конфликта интересов, особенно в рамках Федерального закона от 18.07.2011 №223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» [6].

– следует поддержать идеи автоматизации расчета и сопоставления цен на аналогичные товары, высказывавшиеся руководством ФАС и Федерального казначейства.

– в области трудоёмких отраслей (строительство, частная охрана и т. п.) целесообразно детализировать правовую регламентацию требований к организации и проведению торгов в соответствии с Федеральным законом от 18.07.2011 №223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» по аналогии с нормами Федерального закона №44-ФЗ о федеральной контрактной системе (конфликт интересов, открытость процедур, сокращение их видов, типизация документов и действий).

– необходимо более гибкое регулирование с учётом специфики отраслей экономики и видов закупок, а также обоснованное применение расчетного подхода к ценообразованию услуг при их большой трудоёмкости при проведении конкурсов (с учетом требований налогового, гражданского и административного законодательства РФ). Следует оценить баланс применения аукционов и конкурсов.

– расширить возможности использования конкурсов, как формы торгов, учитывающей качественные критерии работ, услуг, при закупке работ и услуг, имеющих большую трудоёмкость.

– в сфере реализации механизмов закупок необходимо серьезно изменить практические подходы и правоприменительную практику со стороны органов ведомственного финансового контроля, органов, управляющих и координирующих государственных и муниципальных заказчиков.

– необходимо начать и постоянно проводить работу по анализу и обобщению практики применения законодательства о закупках, выявлять негативные «не должные» непропорциональные практики.

– усилить предметную работу органов ведомственного (регионального, муниципального) финансового контроля при проведении контроля организации и проведения торгов, а также, что не менее важно, на этапе ис-

полнения заключенных договоров. Это не сложно, если внимательно относиться к обращениям и мнению различных отраслевых профессиональных объединений, а также общественных организаций.

– последовательно проводить методическую работу с заказчиками, распространять перечень худших практик, которых следует избегать при планировании и проведении закупок и исполнении контрактов: публичность в этом вопросе может предотвратить применение «серых схем».

– изменить подход к оценке работы руководителей заказчиков при нарушении ими требований законодательства РФ о закупках. Нужна гибкая градация при такой оценке, но если установлено, что нарушения совершены умышленно и неоднократно, это должно быть основой для серьезных кадровых, организационных выводов.

Часть таких предложений поддержана Федеральной антимонопольной службой России в проекте Стратегии развития конкуренции и антимонопольного регулирования в Российской Федерации на период до 2030 года [7].—

Результатом реализации таких предложений должно являться: сокращение и унификация способов закупок, сокращение закупок у единственного поставщика, разработка механизма противодействия недобросовестной конкуренции, детализация нормы о противодействии демпингу, унификация норм Федерального закона от 18.07.2011 №223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» и закона №44-ФЗ, а в последующем и кодификация норм этих законов в единый законодательный акт с целью исключения злоупотреблений со стороны государственных предприятий и корпораций.

В целом, подводя итог всему вышеприведённому, можно отметить, что государство нацелено на формирование условий, позволяющих улучшить систему закупок.

На сегодняшний день в системе Интернет размещено большое количество электронных платформ, которые обслуживают систему государственных и муниципальных закупок. Они связаны с официальным сайтом Единой информационной системы в сфере закупок (ЕИС), фактически составляя с ним единую информационную систему. Так, на сайте Федерального казначейства зафиксировано, что Официальный сайт ЕИС (zakupki.gov.ru) предназначен для обеспечения свободного и безвозмездного доступа к полной и достоверной информации о контрактной системе в сфере закупок и закупках товаров, работ, услуг, отдельными видами юридических лиц, а также для формирования, обработки и хранения такой информации [8].

Не всегда указанные электронные платформы (электронные системы) работают безупречно. В условиях изменяющихся требований и увеличивающегося функционала системы определенные её элементы устаревают, вскрываются недоработки, возникают потребности в новациях.

В статье Лябах А. Ю. и Куликов В. С. «Анализ единой информационной системы в сфере закупок и пути ее совершенствования» был произведен анализ претензий

пользователей, которые работают с данной системой. Была выявлена одна из основных проблем — при работе с ЕИС возникают определенные неудобства, систему стараются улучшить путем внесения изменений. Но после внесения изменений меняется корреляция элементов, появляются новые ошибки, которые усложняют и затормаживают работу пользователей системы [9].

Действительно, в связи с тем, что система функционирует относительно недавно, существует ряд недоработанных технических особенностей, в том числе то, что после проведения регламентных работ у пользователей начинаются проблемы с доступом в личный кабинет на сайте и процесс работы на сайте сильно замедляется.

Выделяя проблемы, обусловленные необходимостью повышения эффективности закупок, можно сделать предложения по созданию новых и обновлению уже существующих платформ электронных закупок, обеспечивающих как для заказчиков, так и для участников закупок, функционал, позволяющий повысить производительность, надежность и безопасность ведения закупочной деятельности.

В этом может помочь разработка автоматизированных систем управления государственными и муниципальными закупками, которая позволит более справедливо распределить зоны ответственности, обеспечить согласованное функционирование и взаимодействие между заказчиками и контролирующими органами, повысить квалификацию специалистов.

По мере автоматизации процессов закупочной деятельности будет обновляться законодательство в части отдельных правовых механизмов осуществления государственных закупок, которое позволит устранить пробелы в нормативно-правовом регулировании.

Также совершенствование систем управления закупочной деятельности сыграет важную роль в области информационной логистики. Понятию информационная логистика в государственных и муниципальных закупках на настоящее время уделяют не так много внимания, но, решая проблемы организации и интеграции информационных потоков для принятия управленческих решений, можно существенно ускорить закупочные процессы.

Литература:

1. Кривые пути госзаказчиков / Электронный ресурс, режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3940453/> (дата обращения 15.05.2019)
2. Костюченко А. Г. Применение механизма электронных торгов в России в целях предотвращения сговора / А. Г. Костюченко // Бизнес, менеджмент и право. 2014. №2 (30). с. 50–54.
3. Федеральный закон от 5 апреля 2013 года №44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (последняя редакция) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс] // Компания «Консультант Плюс».
4. Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации / Электронный ресурс: Режим доступа: https://www.minfin.ru/ru/document/?id_4=124945 (дата обращения 15.05.2019)
5. Кудрявцева Т. Ю. Оценка эффективности расходования бюджетных средств в сфере государственных закупок / Т. Ю. Кудрявцева, Л. А. Минина // Современная экономика социальные вызовы и финансовые проблемы XXI века. — 2017. — с. 278–284.
6. Федеральный закон от 18.07.2011 №223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» (последняя редакция) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс] // Компания «Консультант Плюс».
7. Официальный сайт ФАС России / Электронный ресурс, режим доступа: https://fas.gov.ru/documents/type_of_documents/documenty_doklady (дата обращения 15.05.2019)
8. Официальный сайт Федерального казначейства России / Электронный ресурс: Режим доступа: <http://roskazna.ru/gis/oos/> (дата обращения 15.05.2019)
9. Анализ единой информационной системы в сфере закупок и пути ее совершенствования / Электронный ресурс, режим доступа: <http://gosreg.amchs.ru/gos-i-mun-upravlenie/lyabax-a-yu-kulikov-v-s-analiz-edinoj-informacionnoj-sistemy-v-sfere-zakupok-i-puti-ee-sovershenstvovaniya.html> (дата обращения 15.05.2019)

Сдерживающие факторы развития внутреннего туризма в Российской Федерации

Полякова Ксения Александровна, студент магистратуры
Российский университет транспорта (МИИТ) (г. Москва)

Развитие внутреннего туризма в России должно придерживаться ряда необходимых условий, тем не менее, именно эти же условия являются сдерживающими факторами. Неравномерное развитие внутреннего туризма в России одно из ярких тому доказательств. В статье рассматриваются сдерживающие факторы

развития туризма, которые при правильном их регулировании становятся главными аспектами развитого туризма.

Ключевые слова: внутренний туризм, туристская инфраструктура, стратегия продвижения, туристские ресурсы, целевые программы развития туризма.

Стране необходимо совершенствование, идти в ногу со временем — обязательное условие для экономически развитой страны, для повышения уровня жизни граждан.

В связи с установившейся неустойчивой политической и экономической ситуацией в мире, понижением курса рубля большая часть граждан нашей страны переориентировалась на российский туристский рынок. И данный период является наиболее выгодным и подходящим для количественного и качественного изменения внутреннего туризма.

Регионы и города с наиболее развитой туристской инфраструктурой, такие как Москва, Санкт-Петербург, Краснодарский край являются наиболее развитыми в Российской Федерации и принимают с каждым годом все большее количество туристов, увеличивая за счет этого свой бюджет и бюджет государства. Тем не менее, даже такие регионы имеют сдерживающие факторы роста туризма.

Что касается других регионов, то они значительно отстают от вышеперечисленных туристских локаций, и им предстоит большой путь до достижения лучших результатов.

Тем самым, как в любой экономической отрасли, в туристской сфере имеются сдерживающие факторы, которые тормозят рост и развитие сферы экономики, в нашем случае — туристского потенциала страны.

Итак, сдерживающими факторами внутреннего туризма являются:

1) Низкий уровень инфраструктуры городов и регионов, необходимой для осуществления туризма как сферы отдыха.

Туристская инфраструктура — совокупность элементов, задействованных в туристской сфере, таких как транспортные предприятия, предприятия, предоставляющие временное размещение, предприятия общественного питания, предприятия организации отдыха и досуга. Именно туристская инфраструктура — самый важный критерий наличия туризма. Она напрямую пересекается с уровнем благоустройства городов и регионов, потому полное ее отсутствие возможно только в полностью неосвоенных локациях нашей страны. При отсутствии инфраструктурных благ, таких как: транспорт, дороги, пути сообщения, связь, коллективные средства размещения, наличие медицинских учреждений, организаций досуга и отдыха — просто невозможна нормальная цивилизованная жизнь, а о развитии и росте туризма не может быть и речи. Но наличие инфраструктуры так же не обуславливает развитие туризма, так как ее состояние может быть на самом низком уровне.

Финансирование городского и регионального благоустройства, транспортной сферы, включая наиболее

проблемную в России зону — дороги, условий жизни граждан, должно происходить из бюджета государства, за их развитие должны отвечать местные государственные структуры.

Предприятия временного размещения, общественного питания, досуга и отдыха могут финансироваться за счет частных предпринимателей, но с предоставлением государственных гарантий, субсидий. Государство само заинтересованно в появлении бизнеса в России, поэтому со стороны государства должна идти полная поддержка бизнесменов и мотивация потенциальных предпринимателей.

2) Низкая степень инициативности объектов туристской индустрии.

Предоставление путевок за границу гражданам Российской Федерации гораздо выгоднее с точки зрения прибыли для туроператоров и турагентств, именно это является главной причиной отсутствия мотивации и инициативности объектов туристской индустрии продвигать и развивать отечественные направления. Именно поэтому большинство из них ориентированы на продажу турпродуктов выездного туризма. Также некоторые турфирмы утверждают, что продавать национальный турпродукт нерентабельно.

3) Маркетинговая стратегия продвижения туристского продукта.

Низкая информированность населения о рекреационных возможностях своей местности и страны — еще один сильнейший сдерживающий фактор. Если мы не знаем о продукте, можно считать, что его и не существует. Именно поэтому страны с самыми большими туристскими потоками, например, страны Европы, тратят значительные суммы именно на рекламу и раскручивание турпродукта. В эру информационных технологий, когда интернет стал всеобъемлющей сетью, которая объединяет людей, продвижение в нем является самым необходимым условием успешной маркетинговой стратегии для туристского продукта.

Продвижение туризма должно продвигаться государственными структурами. Должен существовать четкий постоянный план продвижения турпродуктов. Данный план должен быть прописан в федеральных программах развития внутреннего и выездного туризма. Тем не менее, в некоторых целевых программах развития имеются недочеты, что также становится сдерживающим фактором развития туризма.

4) Региональные программы развития туризма/ некачественный и неэффективный брендинг регионов или его отсутствие.

Большинство регионов почти не финансирует туризм, понижая или полностью исключая возможность его роста

в своих целевых программах развития. Тем самым данные регионы значительно уступают в конкурентоспособности турпродукта и туристской привлекательности.

Так, например, государственная программа Саратовской области «Развитие физической культуры, спорта, туризма и молодежной политики» на 2014–2022 год содержит следующие неконкретизированные цели на подпрограмму «Туризм»: «Развитие туризма для приобщения граждан к региональному культурному и природному наследию». На данную цель в период с 2014 по 2022 годы выделяется из бюджета всего 40350,4 тыс. рублей.

Брендинг территории необходим для популярности среди туристов. Но наиболее распространенная проблема многих регионов — это проведение малоэффективной политики по продвижению территории. В связи с чем многие потенциальные туристы не в курсе того, какие места он мог бы посетить, а мог бы, если бы знал о них более подробную и интересную информацию. Так как главным двигателем мотивов туристов является интерес в познании нового, уникального и интересного.

5) Высокая стоимость авиаперелетов, пакетных туров, проживания в гостиницах.

Россия — самая большая страна в мире, и отдаленность городов друг от друга, проезд на автобусе, железнодорожном транспорте или машине не всегда актуален, так как затрачивается большое количество времени только на дорогу. Поэтому дороговизна авиаперелетов по нашей стране является большим сдерживающим фактором, так

как цены крайне высокие и не дают возможности совершать перелеты между городами с туристскими целями многим гражданам.

Высокая стоимость проживания в российских средствах размещения совершенно не оправдана. К сожалению, в РФ существует тенденция несоответствия гостиничных услуг тем большим деньгам, которые за них отдают туристы.

Пакетные туры в России имеют ту же проблему, что и вышеперечисленные инфраструктуры туризма.

В статье названы основные сдерживающие факторы развития туризма. При должном и ответственном отношении к которым, туризм в регионах выйдет на совершенно новый уровень, тем самым будет увеличивать спрос российского туриста на национальный туристский продукт.

Полное или частичное устранение сдерживающих внутренних туризм факторов позволит:

- Повысить уровень туристской инфраструктуры, тем самым повышая уровень жизни граждан РФ
- Будет способствовать повышению качества выполнения работ и оказания услуг в области туризма
- Повысит осведомленность граждан о туристско-рекреационных объектах, тем самым увеличит поток туристов
- Увеличит внутренний валовой продукт страны
- Сделает доступным туризм граждан по всей стране, а не в пределах своего региона, за счет оптимизации стоимости цен

Литература:

1. Биржаков М. Б. Введение в туризм. — СПб.: Издательский дом «Герда», 2000. — 192 с.
2. Е. И. Арсеньева, А. С. Кусков, Н. В. Феоктистова. Туризм и культурное наследие. Межвузовский сборник научных трудов. — 2005. — Выпуск 2. — 210 с.
3. Бочкарева Т. В., Экотуризм: анализ существующего международного опыта. — Владивосток: УРБЭКС — развитие, 2003. — 90 с.
4. Боголюбов В. С., Орловская В. П. Экономика туризма. — М.: Академия 2005. — 192 с.
5. Тихонова Т. Ю. Перспективные виды российского туризма. Учебное пособие. — М.: МИИТ, 2010. — 64 с.
6. Преображенский В. С. Теоретические основы рекреационной географии. — М.: Наука, 1975. — 223 с.

Исторические закономерности развития винодельческой отрасли и перспективы ее развития

Пономарь Кристина Ивановна, студент;
Григорьев Максим Александрович, кандидат биологических наук, доцент
Московский государственный университет пищевых производств

История промышленного российского виноделия насчитывает несколько веков. Свои истоки винодельческая промышленность берет в XVII веке. Именно в это время зарождается отечественное виноделие. Виноделие, прямыми наследниками которого мы являемся сегодня.

В 1613 году по приказу царя Михаила Романова виноградники были высажены в районе Астрахани. Достоверно известно, что ко двору его сына, царевича Алексея, вина поставлялись именно оттуда. В XVIII столетии из Кизляра на север отправляли уже тысячи бочек вина.

После победы над Крымским ханством в 1783 году наступила очередь Крыма и Краснодарского края. В Судакской долине виноградарство и виноделие стали бурно развиваться. Также в 1840-х годах князь Михаил Воронцов уделял много внимания виноделию, но теперь уже на Южном берегу Крыма. К сожалению, в годы Крымской войны (1853–1856) все эти начинания канули в Лету.

Начало промышленному виноделию в регионе положил глава Черноморского округа генерал Дмитрий Пиленко, которого справедливо называют отцом кубанского виноделия. В 1868 году он высадил первые триста лоз в собственном имении. При непосредственном участии Пиленко были заложены первые виноградники в Мысхако и удельном имении Абрау-Дюрсо, месте, которое впоследствии стало центром производства игристых вин в стране. Дело генерала продолжил князь Лев Голицын, назначенный императором главным виноделом в имениях Удельного ведомства. Помимо высадки новых виноградников в Крыму, на Тамани и на Кавказе он основал винодельни в Массандре, Новом Свете и Абрау-Дюрсо. Эти предприятия с успехом работают и по сей день, являясь старейшими и наиболее известными российскими винными брендами.

Революция и последовавшая за ней Гражданская война подорвали, но не разрушили отечественное виноделие. Уже со второй половины 1920-х отрасль начинает возрождаться. Следующий спад развития винодельческой отрасли связан с началом Великой Отечественной войны. Однако и его удалось преодолеть всего за несколько лет. Виноградарство и виноделие оставались важными элементами экономической политики государства.

Времена СССР до начала 80-х годов запомнились бурным развитием на винодельческом рынке. Качество продукции повышалось, переоснащались действующие производства и строились новые. Одной из доминиру-

ющих проблем в виноделии была оторванность вторичных предприятий от виноградников. Качество вина ухудшалось, потому что приоритет отдавали высокой урожайности, и скорости производства, а не качеству продукта. К основным недостаткам можно отнести недостаточное содержание спирта в некоторых сухих винах, в крепких винах слишком выделялись тона зерновых спиртов, недостаточная сбалансированность вкуса и консистенции. Основным достоинством была натуральность.

В 1985 году правительство принимает постановление о мерах по преодолению пьянства и алкоголизма. Впервые со времен воцарения Романовых власть сознательно отвернулась от виноделия. Борьба с пьянством на деле обернулась уничтожением десятков тысяч гектаров виноградников, закрытием предприятий, оттоком кадров в другие отрасли, а также самое главное — изменением структуры потребления алкоголя. Долю потребления алкогольной продукции стремительно заняла водка, а затем различного рода ликероводочные изделия. Нанесенный ущерб винодельческой отрасли ощущался многие десятилетия. [1]

В начале 2000-х годов потребление вина в стране растет. Согласно исследованиям компании Euromonitor International в 1999 г. оно составляло примерно 620 млн литров, то в 2005 г. этот показатель равнялся 1,2 млрд литров, а в 2006-м — 1,02 млрд л (данное снижение объясняется запретом на импорт молдавского и грузинского вина). [2]

Объемы производства вина сокращаются с 2015 года. Это связано с рядом причин — бурный рост акцизов на игристое вино, погодные условия, падение доходов населения, курсовая разница.

Продажи вин в России за 2015–2018 года снижается на 13 %. При этом показатель ежегодно демонстрирует отрицательную динамику, темпы снижения колеблются от

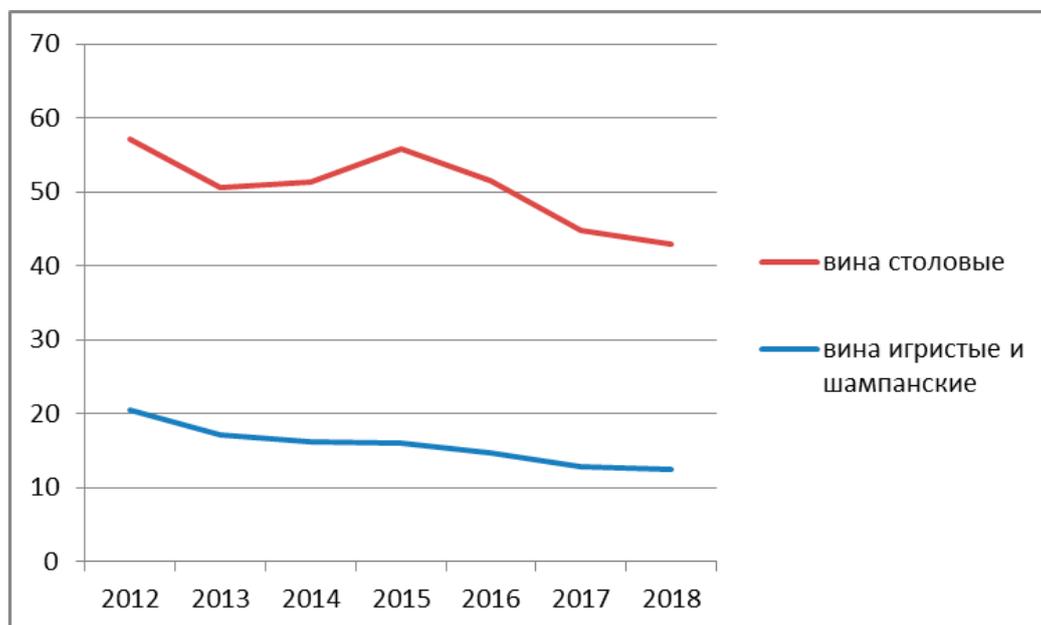


Рис. 1. Динамика производства вина в Российской Федерации, млн. дал [3]

0,9 до 5,4 %. Уменьшение объёма продаж вин в эти годы связано с регулярным повышением цен. Ситуацию усугубило и то, что в условиях падения реальных доходов потребители стремились к экономии, а следовательно, сокращали объёмы покупки вин.

В 2019 г сокращение продаж продолжается и составляет 1 % относительно 2018 г. С 2020 г, по оценкам BusinessStat, объём реализации вин будет расти в среднем на

1,4 % в год. А в 2023 г он составит уже 962,5 млн л, что превысит значение 2018 г на 4,6 %. [4]

Подводя итог, следует отметить, что развитие виноделия прошло сложный и тернистый путь, сопровождавшийся взлетами и периодом застоя. В целом современное виноградарство России характеризуется низким уровнем производства и потребления. Положение отрасли остается нестабильным.

Литература:

1. <http://dz-online.ru/article/2461/>
2. <http://www.alco-online.ru/>
3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]: <http://www.gks.ru/>
4. <https://marketing.rbc.ru/research/27160/>

Технология наставничества на государственной гражданской службе

Савенко Алексей Александрович, студент магистратуры;

Научный руководитель: Трофимова Татьяна Витальевна, кандидат экономических наук, доцент
Нижегородский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

В статье предпринимается попытка определения сущности института наставничества, а также его особенности в системе государственной гражданской службы. Рассмотрены зарубежные виды технологии наставничества, а также обоснована необходимость их применения на государственной службе

Ключевые слова: наставничество, государственная гражданская служба, государственные гражданские служащие, зарубежный опыт наставничества.

In the article an attempt of definition of essence of mentoring institute, and also its features in the system of public civil service is made.

Considered foreign types of technology mentoring, and justified the need for their use in civil service.

Key words: mentoring, public civil service, public civil servants, international experience of mentoring.

Само по себе наставничество на государственной службе является далеко не новой технологией управления трудовыми ресурсами в системе государственного управления. Данный инструмент управления персоналом призван восполнить пробел в проводимой работе по формированию кадрового потенциала системы государственного управления. Суть института наставничества состоит в том, что оно позволяет сформировать необходимые профессиональные качества для замещения определенной должности, а также выработать у государственных служащих верную позицию к исполнению возложенных на них должностных обязанностей [2].

Стоит отметить, что наставничество как форма обучения персонала появилось еще в древние времена, когда подготовка новых ремесленников проходила под руководством мастера. Иными словами, на протяжении обучения новичок получал профессиональные навыки от опытного, владеющего ремеслом наставника непосредственно на рабочем месте с помощью наблюдения и повторения дей-

ствий мастера, начиная от простого к самому сложному, под его контролем. А полностью самостоятельно осуществлять профессиональную деятельность мог, только став мастером.

Согласно определению Карташова Л. В. наставничество можно отнести к «эффективной форме межличностной коммуникации, на основе которой под влиянием опытного специалиста выполняется целеустремленное развитие молодого специалиста»

Стоит отметить, что в настоящее время достаточно сильно возросло внимание к наставничеству как каровой технологии. Об этом свидетельствует большое количество статей, появившихся в научных журналах и описывающих актуальность развития института наставничества в современном мире.

По мнению авторов, наставничество выполняет две важнейшие социальные функции в органе власти, а именно формирует у молодых служащих профессионально-деловые качества посредством его знакомства

с практическим аспектом службы, а также помогает в становлении активной гражданской и жизненной позиции, сознательности и ответственного отношения к службе на примере более опытных сотрудников [7].

Однако если мы обратимся к практической стороне реализации наставничества на государственной службе мы увидим, что в органах власти оно носит прежде всего формальный характер и как следствие не работает на 100 % своей эффективности. Служащие и вовсе начинают воспринимать наставничество как своего рода «ношу» так как на фоне растущего количества трудовой деятельности, вызванного поступательным развитием экономики, и как следствие ростом должностных обязанностей, специалисты просто не могут найти достаточное количество времени на обучение новопришедшего сотрудника. Такое отношение, прежде всего тормозит не только вхождение новых специалистов в должность, но и снижает эффективность их дальнейшей деятельности.

Однако если мы обратимся к зарубежной практике, мы увидим что при должной настройке механизма наставничества, оно становится существенным рычагом управления развития трудовых ресурсов и как следствие повышения результативности их деятельности.

Существует несколько основных моделей наставничества за рубежом, а именно классическое наставничество или «менторство», «коучинг», «супервизия», «консультирование» и др. Их можно дифференцировать согласно их целям и методам, но все они основаны на едином принципе взаимодействия сотрудников в пределах одной структуры с целью передачи профессиональных навыков, знаний и культуры организации [1].

Выделяют также два основных вида наставничества согласно его целям, участникам и культуре организации.

Первое это формальное наставничество. Его характеризует то, что в нем поставлены четкие цели, оговорены ожидания организации от наставника и ученика, а также между ними определены структура и формы прохождения наставничества; обязательна итоговая оценка ученика и наставника.

Второй вид — это неформальное наставничество. Суть его состоит в том, что оно возникает и осуществляется на основе общих интересов и взаимоотношений между сотрудниками [6].

Литература:

1. Кадровая политика в сфере государственной службы в США // Интернет-портал librisum.com [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://librisum.com/gossab/civserv108.htm> (дата обращения: 11.04.2019).
2. Кадровая политика государственного органа // Интернет-портал cyberleninka.ru [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kadrovaya-politika-gosudarstvennogo-organa.htm> (дата обращения: 11.04.2019).
3. Современные кадровые технологии в органах власти: Монография // Под общ. ред. С. Е. Прокофьева, А. М. Беляева, С. Г. Еремина. — М.: Юстицинформ, 2015—662 с.
4. Карташова Л. В. Управление человеческими ресурсами. — М.: ИНФРА-М, 2015. 160 с.
5. Беклемищев Е. П. Современные направления и методы совершенствования управления карьерным развитием государственных служащих: журнал / Беклемищев Е. П., Панкратова И. А. Ученые записки СКАГС 2016—40с.

Однако несмотря на такое многообразие, каждый вид наставничества, несомненно требует тщательной предварительной методической подготовки для последующей взаимосвязанной поэтапной реализации с целью получения долгосрочного эффекта от технологии. В противном же случае отсутствие единых целей, задач и методов может в дальнейшем привести к тому, что отношение участников к данному процессу будет лишь формальным.

Существенное отличие предлагаемых методических рекомендаций от уже внедренных в системе государственного управления состоит в том, что они включают своего рода критерии оценки работы сотрудника прошедшего обучение, но не самого наставника. Следовательно, у служащего, который параллельно со своей деятельностью обучает нового работника, отсутствует мотивация, так как он знает, что его успехи не будут оценены со стороны руководства. Именно поэтому, на первое место, выходит необходимость определения критериев оценки работы наставника. Такими критериями могут стать: успешность прохождения испытательного срока новым сотрудником; выполнение обязанностей, перечисленных, к примеру, в «положении о наставничестве» в должном объеме и в срок; результаты тестирования/квалификационного экзамена государственных гражданских служащих до 3 лет работы, впервые назначенных на государственную гражданскую службу [3].

На наш взгляд данные аспекты должны быть закреплены в Положении о наставничестве, утвержденном руководителем государственного органа власти, которое будет действовать в организации, и детально регламентировать вопросы взаимодействия государственных гражданских служащих до 3 лет работы, впервые назначенных на государственную гражданскую службу и их наставников. Такое положение о наставничестве в государственном органе станет организационной основой для мотивации как самого наставника, так и его подопечного.

Из всего вышесказанного следует, что несмотря на то, что в настоящее время система наставничества формально присутствует на государственной службе, она по-прежнему требует совершенствования в аспекте повышения мотивации участвующих в наставничестве сотрудников, а также обновлении методической базы наставничества как кадровой технологии.

6. Иванова Л. Л. Наставничество на государственной гражданской службе: журнал / Иванова Л. Л. — Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС, 2015. — 30с.
7. Иванова Н. Л. Кадровая политика в государственном управлении: Проблемы и поиски их решения: журнал / Иванова Н. Л. Васильев О. А. Вопросы государственного и муниципального управления 2018 ВАК — 6с.

Затраты на обслуживание собственного транспорта при международных перевозках

Савочка Илья Анатольевич, студент магистратуры
Российский университет транспорта (МИИТ) (г. Москва)

Актуальность темы научной статьи заключается в том, что логистическая система транспорта является неотъемлемым элементом для стабильного функционирования предприятия в современных рыночных условиях Российской Федерации.

На сегодняшний день транспорт играет одну из ведущих ролей в логистическом процессе и представляет собой крупнейшую отрасль народного хозяйства. Согласно отчетным данным на конец 2017 г. на территории России находилось около 71 млн транспортных средств, из них 53,51 млн легковых автомобилей, 7,56 млн легких коммерческих (в том числе, микроавтобусов), 9,35 млн средних и тяжелых грузовиков, а также 574 тыс. автобусов.

По состоянию на 1 января 2017 г. в России насчитывалось 43349246 зарегистрированных легковых автомобилей и 5,93 млн ед. грузовых, а на начало 2018 г. — 5101347 грузовиков. Эксперты утверждают, что в России за последние 3 года (2015–2018) автопарк увеличился более, чем на 5 млн а через 5 лет он будет насчитывать до 50 млн транспортных средств.

По данным Федеральной службы государственной статистики, в январе 2018 г. объем перевезенных грузов составил 334,6 млн т, что всего на 1,9% меньше, чем за аналогичный период 2017 г. При этом грузооборот автомобильного транспорта в январе-феврале 2018 г. — 30,5 млрд т-км.

Процесс транспортировки является особым видом деятельности транспорта. Толчком к трансформации сущности процесса транспортировки и подходов к управлению им послужило развитие рыночных отношений.

1. Затраты на обслуживание

Рассмотрим затраты на обслуживание фур:

В общем виде затраты на рейс группируются следующим образом:

$$Z_{\text{рейс}} = Z_{\text{руб}} + Z_{\text{з.п.}} + Z_{\text{вал.}} + Z_{\text{пост.}} + Z_{\text{доп.}} + Z_{\text{нал.}}, \text{ где}$$

$Z_{\text{руб}}$ — затраты в рублях;

$Z_{\text{вал.}}$ — затраты в валюте;

$Z_{\text{з.п.}}$ — зарплата водителей;

$Z_{\text{пост.}}$ — постоянные затраты (содержание офиса, управленческого персонала и т.д)

$Z_{\text{доп.}}$ — дополнительные затраты, которые могут быть в рублях, так и в инвалюте и которые связаны с технологическими аспектами перевозок

$Z_{\text{нал}}$ — налоги, рубли

Затраты в рублях:

$$Z_{\text{руб}} = Z_{\text{топл}} + Z_{\text{см}} + Z_{\text{тор}} + Z_{\text{ш}} + Z_{\text{ам}} + Z_{\text{страх}} + Z_{\text{разр}} + Z_{\text{спг}} + Z_{\text{там}} + Z_{\text{виз}}, \text{ где}$$

$Z_{\text{топл}}$ — затраты на топливо, руб;

$Z_{\text{см}}$ — затраты на смазочные материалы, руб;

$Z_{\text{тор}}$ — затраты на техническое обслуживание и текущий ремонт, руб;

$Z_{\text{ш}}$ — затраты на восстановление износа шин, руб;

$Z_{\text{ам}}$ — затраты на амортизацию по восстановлению подвижного состава, руб;

$Z_{\text{страх}}$ — затраты на страхование, руб;

$Z_{\text{разр}}$ — затраты на разрешение проезда по иностранной территории, руб;

$Z_{\text{спг}}$ — затраты на приобретение накладной международного образца, руб;

$Z_{\text{там}}$ — затраты на приобретение таможенных документов, руб;

$Z_{\text{виз}}$ — затраты на приобретение виз водителям, руб.

2. Затраты на топливо (1 рейс)

Затраты на топливо зависят от двух основных факторов — нормы расхода топлива и стоимости одного литра топлива.

№ п/п	Показатель/формула расчета	Ед. изм.	Расчётная величина
	$Z_{\text{топл}} = Q_n * S_{1л}$, где	Руб	19 404,00
	Q_n — нормативный расход топлива, л	л	554,4
	$S_{1л}$ — стоимость одного литра топлива	Руб	35,0
1а	$Q_n = 0,01 * (H_{\text{сан}} * S + H_w * W) * (1 + 0,01 * D)$, где		
	S — пробег автомобиля или автопоезда	Км	920
	$H_{\text{сан}}$ — норма расхода топлива на пробег автомобиля или автопоезда в снаряженном состоянии без груза	л/100 км	33,08
	H_w — норма расхода топлива на транспортную работу	л/100 км	1,3
	W — объем транспортной работы	Ткм	18 400
	D — поправочный коэффициент	-	2
1аа	$H_{\text{сан}} = H_s + H_g * G_{\text{пр}}$, где		
	H_s — базовая норма расхода топлива на пробег автомобиля (тягача) в снаряженном состоянии	л/100км	24,5
	H_g — норма расхода топлива на дополнительную массу прицепа или полуприцепа	л/100км	1,3
	$G_{\text{пр}}$ — собственная масса прицепа или полуприцепа	Т	6,6
1аб	$W = G_{\text{гр}} * S_{\text{гр}}$, где		
	$G_{\text{гр}}$ — масса груза	Т	20
	$S_{\text{гр}}$ — пробег с грузом	Км	920

3. Затраты на смазочные материалы

Примем затраты на смазочные материалы, как 15% от затрат на топливо.

Показатель/формула расчета	Ед.изм.	Расчётная величина
$Z_{\text{см}} = 15\% Z_{\text{топл}}$, где $Z_{\text{топл}}$ — затраты на топливо	Руб.	2 910,60

4. Затраты на техническое обслуживание и текущий ремонт (ТО и Р)

Техническое обслуживание и ремонт осуществляются сторонней организацией, поэтому затраты на ТО и Р отнесем к оплате услуг.

$$Z_{\text{то}} = 0,001 * (T_p * C_{\text{т.час}} + (H_{\text{мат}} + H_{\text{зч}}) * K) * L, \text{ руб, где}$$

T_p — трудоемкость текущего ремонта, чел/час/1000км

$C_{\text{т.час}}$ — стоимость одного часа работы, руб

$H_{\text{мат}}, H_{\text{зч}}$ — нормы затрат на материалы и запасные части, руб/1000км

L — пробег, км

K — коэффициент увеличения трудоемкости для иномарок

Определяя затраты на ТО и Р применительно к одному рейсу, можно говорить только о средних величинах, которые могут быть получены путем обработки статистических данных по каждой марке и модели подвижного состава, работающей при тех или иных условиях эксплуатации. Часты случаи, когда ТО и Р выполняется на иностранной территории, допустим, что ТОиР проходят исключительно на территории РФ, тогда, в зависимости от протяженности рейса в ценах 2016 г. можно принять:

$$\begin{cases} 1000 \leq L_p \leq 2500 \\ Z_{\text{мор}} 2974,89 \dots 3966,53 \text{ руб} \end{cases} \quad \begin{cases} 2501 \leq L_p \leq 4000 \\ Z_{\text{мор}} 3968,51 \dots 4958,16 \text{ руб} \end{cases} \quad \begin{cases} 4001 \leq L_p \leq 6000 \\ Z_{\text{мор}} 4960,14 \dots 6941,42 \text{ руб} \end{cases} \quad \begin{cases} 6001 \leq L_p \leq 10000 \\ Z_{\text{мор}} 6943,4 \dots 8924,68 \text{ руб} \end{cases}$$

При общей протяженности пути — 5900 км затраты на ТО и ремонт 1 а/м составляют в среднем **5951 рублей**.

5. Затраты на восстановление износа и ремонта шин

Показатель/формула расчета	Ед. изм.	Расчётная величина
$Z_{\text{ш}} = ((C_{\text{шт}} * N_{\text{шт}}) + (C_{\text{шп}} * N_{\text{шп}})) * L_p / L_{\text{ш}}$, где	руб	10 878,00
$C_{\text{шт}}$ — цена одной шины седельного тягача	руб	15 000,00
$C_{\text{шп}}$ — цена одной шины полуприцепа	руб	11 000,00
$N_{\text{шт с.т}}$ — количество шин седельного тягача	шт	6
$N_{\text{шп п/п}}$ — количество шин полуприцепа	шт	12
$L_{\text{ш}}$ — ходимость шин 315/70R22,5	тыс. км	120 000,00

6. Затраты на амортизацию и полное восстановление

Возьмем срок амортизации седельных тягачей и тентованных прицепов — 5 лет. Амортизационные отчисления должны равномерно распределяться во время 5-летнего периода эксплуатации и в конечном счете, должны найти отражение в структуре затрат на выполнение одного рейса.

Показатель/формула расчета	Ед. изм.	Расчётная величина
$Z_{\text{ам}} = (S_{\text{бт}} + S_{\text{бп}}) / 5 * N_p$, где	руб	19 444,44
$S_{\text{бт}}$ — балансовые стоимости седельного тягача	руб	2 300 000,00
$S_{\text{бп}}$ — балансовые стоимости полуприцепа	руб	1 200 000,00
N_p — количество рейсов, выполняемых автопоездом в год	шт	36

7. Затраты на страхование

Показатель/формула расчета	Ед. изм.	Расчётная величина
$Z_{\text{страх}} = (H_{\text{стрт}} + H_{\text{стрп}} + H_{\text{стрв}} + H_{\text{строт}} + H_{\text{строп}} + \sum H_{\text{страд}}) / N_p$, где	руб	
$H_{\text{стрт}}$ — сумма обязательной страховки тягача в пересчете на 1 год	руб	
$H_{\text{стрп}}$ — сумма обязательной страховки полуприцепа-контейнеровоза в пересчете на 1 год	руб	
$H_{\text{стрв}}$ — сумма обязательной медицинской страховки водителей в пересчете на 1 год	руб	
$H_{\text{строт}}$ — сумма страховки при ОСАГО тягача	руб	
$H_{\text{строп}}$ — сумма страховки при ОСАГО полуприцепа	руб	
$\sum H_{\text{страд}}$ — сумма дополнительных страховок в пересчете на 1 год и на 1 автопоезд	руб	
$H_{\text{стрв}}$ — составляет на одного водителя в год	руб	

8. Затраты на разрешение проезда по иностранной территории

Суммарные затраты на разрешение проезда определяются количеством разрешений, которые необходимо получить перевозчику для выполнения рейса, что определяется положениями межправительственных соглашений в сфере автомобильных перевозок, заключенных между РФ и иностранными государствами.

Показатель/формула расчета	Ед.изм.	Расчётная величина
$Z_{разр} = C_{разр} * n$, где	руб	3 000,00
$C_{разр}$ — стоимость разрешения	руб	1 500,00
N — количество разрешений, необходимых для выполнения данного рейса	шт	2

9. Затраты на приобретение накладной международного образца (накладная CMR)

Показатель/формула расчета	Ед.изм.	Расчётная величина
$Z_{смг} = C_{смг} * n_{смг}$, где	руб	140,00
$C_{смг}$ — стоимость одной накладной CMR	руб	35,00
$n_{смг}$ — требуемое количество накладных	шт	4

10. Затраты на приобретение таможенных документов

Показатель/формула расчета	Ед.изм.	Расчётная величина
$Z_{там} = C_{мдп} * n_{мдп}$, где	руб	2 500,00
$C_{мдп}$ — стоимость одной книжки МДП	руб	2 500,00
$n_{мдп}$ — требуемое кол-во книжек МДП	шт	1

11. Затраты на приобретение виз

Стоимость оформления виз в различные страны различна.

Единая «Шенгенская» виза требуется при въезде в следующие страны: Германия, Бельгия, Люксембург, Франция, Нидерланды, Италия, Греция, Австрия, Дания, Исландия, Норвегия, Испания, Португалия, Финляндия, Швеция. Однако, условия получения и стоимость получения виз в различные страны «Шенгена» различны и зависят от периода оформления визы.

Показатель/формула расчета	Ед.изм.	Расчётная величина
$Z_{виз} = (\sum C_{визі}) / N_p$, где	руб	1 211,00
$C_{визі}$ — стоимость оформления визы для въезда в i-ую страну в пересчете на 1 год	руб	500 € + страховка 45 € При среднем курсе рубля ЦБ РФ — 80,00 руб = 43 600,00 руб.
N_p — количество рейсов, выполняемых автопоездом в год	шт	36

Заработная плата водителей

$$Z_{зп} = S * L_m, \text{ руб, где}$$

S — ставка за 1 км. пробега (руб./км)

L_p — общая протяженность маршрута

Оплата труда водителей по данным ООО «СВ-ТРАНСЭКСПО» происходит по сдельной системе — за каждый рейс. Законодательством РФ установлены следующие виды начислений на заработную плату — единый социальный налог (ЕСН=26%), а также обязательное социальное страхование (ОСН) от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний (1,1% — для X класса)

Затраты в валюте

На иностранной территории, так же, как и на российской, международные автомобильные перевозчики несут расходы. Прежде всего это затраты, связанные с движением и обслуживанием подвижного состава, а также оформлением документации.

В структуре валютных затрат также могут учитываться затраты на квартирные и суточные водителям, однако, в большинстве случаев данные затраты идут на оплату труда водителям.

Общая сумма затрат в валюте определяется по формуле:

$$Z_{вал} = Z_{топл} + Z_{дор.сб.} + Z_{пл.маг} + Z_{аг} + Z_{мс}, \text{ где}$$

$Z_{топл}$ — затраты на топливо при заправках на иностранной территории, Евро;

$Z_{дор.сб.}$ — затраты на дорожные сборы при проезде по иностранной территории, Евро;

$Z_{пл.маг}$ — затраты на проезд по платным магистралям;

$Z_{аг}$ — затраты на оплату услуг экспедиторов агентов на иностранной территории (таможенных брокеров и т.д.);

$Z_{мс}$ — затраты на мойку и стоянку подвижного состава на иностранной территории.

Затраты на топливо определяются стоимостью топлива, а также ограничениями ввоза топлива на территорию отдельных стран.

Затраты на дорожные сборы также зависят от условий, определенных в отдельных странах.

В Дании Люксембурга, Нидерландах, Бельгии, Швеции для всех грузовых автотранспортных средств общим весом 12 т и более действует система евровиньетки. Данная система создана для оплаты проезда по дорогам. Величина оплаты зависит от количества осей автопоезда и соответствия тягача (грузового автомобиля) требованиям Евро.

Затраты на проезд по платным магистралям зависят от особенностей маршрута.

Накладные затраты

Накладные затраты — затраты на ведение хозяйственной деятельности, которые не могут быть непосредственно отнесены с производством конкретного вида услуг (в т.ч. с перевозкой грузов автомобильным транспортом в международном сообщении) и поэтому распределяются между себестоимостями всех производимых товаров и услуг. Накладные затраты включают в себя затраты на содержание офиса, стоянки подвижного состава и т.д.).

Естественно, что такие затраты не подлежат нормированию, но применительно к одному рейсу данные затраты могут быть определены по формуле (20% от суммы рублевых затрат, затрат на выплату заработной платы водителю, валютных затрат):

$$Z_{накл} = (Z_{руб} + Z_{з.п} + Z_{вал}) * 0,2$$

Налоги

Транспортный налог

Ставка транспортного налога — грузовые автомобили:

№ п/п	Лошадиные силы	Ставка
1	до 100 л.с.	20 руб.
2	от 100 до 150 л.с.	32 руб.
3	от 150 до 200 л.с.	38 руб.
4	от 200 до 250 л.с.	47 руб.
5	свыше 250 л.с.	45 руб.

Ставка транспортного налога для Московской области составляет $S_{лс} = 45$ руб/л.с.

Налог на имущество организации:

$$Z_{им} = (S_{им} * S_{им}) / N_p$$

$S_{им}$ — ставка налога на имущество (2,2% от стоимости имущества)

$S_{им}$ — стоимость имущества организации

2. Спутниковые системы мониторинга процесса транспортировки автомобильным транспортом.

В условиях современной экономики любое транспортное предприятие или компания, имеющая собственный либо арендованный автопарк, сталкивается с проблемой контроля использования автотранспорта в процессе выполнения заявки. Решить данную проблему помогает спутниковый мониторинг транспорта.

Спутниковый логистический мониторинг представляет собой систему тотального контроля передвижения автотранспорта, включающую в себя логистические системы спутниковой навигации (как правило, на основе технологии GPS/ГЛОНАСС), мониторинговое оборудование (спутниковые терминалы-трекеры), технологии сотовой связи и цифровые (растровые либо векторные) карты. Суть работы системы заключается в отслеживании и анализе координат местонахождения автотранспортного средства. Данная технология используется для решения задач логистики в автоматизированных системах управления грузоперевозками и автопарком.

Таким образом, современные спутниковые системы мониторинга транспорта представляют собой взаимосвязанные элементы навигации, организации и анализа грузоперевозок. Важно отметить, что преимуществами применения спутникового мониторинга процесса транспортировки являются повышение качества транспортного процесса и увеличение объема перевозок за счет возможности онлайн доступа к информации о текущем местонахождении автотранспорта, времени прибытия транспортного средства и отправки грузов; оперативного реагирования на отклонение автомобиля от маршрута движения либо заданного графика; маршрутизации и планирования перевозок; увеличения срока эксплуатации транспортных средств за счет возможности контроля режимов вождения автомобиля и скоростных характеристик движения.

Заключение

Причины возрастания интереса к транспортной логистике и логистическим системам обусловлены потребностями развития бизнеса и национальной экономики Российской Федерации. Изначально усилия предприятий в производстве продукции направлялись, в основном, на снижение себестоимости продукции. В настоящее время предложение начинает превышать спрос, поэтому предприниматели все больше начинают признавать важность применения в деятельности логистических принципов и подходов.

Однако, текущий уровень развития логистических систем транспорта предприятий России стоит считать неудовлетворительным, чему доказательства в виде высокого уровня издержек по отношению к конечной цене продукта. Более того, при анализе основных проблем транспортной логистики России стоит заметить, что ключевой характер их возникновения — это дефицит инвестиционных ресурсов, которые не направляются на обновление парка, системы управления и программного обеспечения логистики. Лишь с использованием ресурсов для внедрения инноваций и обновления системы транспортной логистики, отечественный рынок получит стимул для своего развития.

Литература:

1. Клепиков В. В. Проблемы и задачи, стоящие перед российскими транспортными предприятиями при организации экспортных грузопотоков // Наука транспорту, Труды, МИИТ — М., 2016 — с. 11–13.
2. Клепиков В. П., Клепиков В. В. Смешанные перевозки: эволюция научных идей // Мир транспорта, 2016, № 4, с. 142–147.
3. Клепиков В. В. Экспортные грузопотоки: дефицит координации // Мир транспорта, 2017, № 3, с. 86–89.
4. Абрамов А. П., Галабурда В. Г., Иванова Е. А. Маркетинг на транспорте / Под ред. В. Г. Галабурды. — М.: ИПК Желдориздат, 2017—367 с.
5. Анненков А. В. Организация производства и управление транспортной компанией в условиях конкуренции на транспортном рынке. Монография — М.: РГОУПС, 2003. — 245 с.
6. Анненков А. В. Управление транспортной компанией: Монография. — М.: ВИНТИ РАН, 2003. — 280 с.
7. Аркадьев К. Г. Логистические системы и их роль в современной экономике // Экономика, управление, финансы: материалы V Междунар. науч. конф. (г. Краснодар, август 2015 г.). — Краснодар: Новация, 2015.
8. Резер С. М. Логистика экспедирования грузовых перевозок — М.: ВИНТИ РАН. 2002. — 472 с.
9. <http://www.rvalogistic.com/logistika>
10. <http://www.ektotrans.ru/articles/11-multimodalnie-perevozki-gruzov>
11. Транспортная стратегия РФ на период до 2030 года. URL: <http://трансавтоцистерна.рф/press-centr/stati/2792/39142/> (дата обращения 25.04.2019).

Индустрия туризма в Узбекистане: проблемы и тенденции развития

Саидов Акмал Азимович, студент

Университет мировой экономики и дипломатии (г. Ташкент, Узбекистан)

Современное состояние индустрии туризма рассмотрено с точки зрения статистических данных о состоянии отрасли, наличии туристских ресурсов и предприятий индустрии туризма и гостеприимства и туристских потоков из стран СНГ и дальнего зарубежье. Разнообразие туристских ресурсов, особое внимание со стороны руководства страны к развитию индустрии туризма, комплексный подход к ее обеспечению подтверждаются устойчивыми тенденциями в улучшении показателей отрасли. Особое место отводится созданию туристского маршрута «Золотое кольцо» в Узбекистане с посещением старинных городов страны: Бухары, Самарканад, Хивы и др.

Ключевые слова: Узбекистан, UNWTO, культурное наследие, огромный потенциал, туристская инфраструктура, доля туризма.

Современное состояние индустрии туризма гостеприимства в странах СНГ недостаточно исследовано и использовано для развития более экономичного и близкого как по менталитету, так и традиционного международного туризма. Отсутствующие сведения о современных туристских ресурсах, созданных в последние десятилетия, существенно могли бы изменить представления не только потенциальных туристов, но туристских агентств и фирм в представлении предложений по туристским продуктам для потребителей. Республика Узбекистан обладает различными туристскими ресурсами, но в сознании международного обывателя не всегда находит отражение все их многообразие.

Используя методы статистического анализа развития индустрии туризма и гостеприимства, можно установить реальные существенные изменения в отрасли туризма Узбекистана за последние десятилетия.

Развитие международного туризма на фоне совершенствования в Узбекистане малого бизнеса и частного предпринимательства привело к тому, что на практике

в международном туристском рынке страны сейчас предлагаются гостиницы разного уровня комфорта по различным ценовым категориям. Каждый год средства массовой информации информируют о новых формах этого сервиса для многочисленных клиентов.

Президент Республики Узбекистан подписал указ «О мерах по обеспечению ускоренного развития туристической отрасли Республики Узбекистан». Согласно этому указу, туризму придаётся статус стратегического сектора экономики [7]. Основное внимание уделяется превращению его в мощную сферу устойчивого роста экономики государства, эффективному использованию туристского потенциала регионов, повышению влияния туризма на улучшение уровня жизни и достатка населения.

Узбекистан имеет огромный потенциал в туристской индустрии. В стране находятся около 7000 исторических объектов, большинство которых входит в список объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО. Несмотря на огромный потенциал, туристская инфраструктура Узбекистана не отвечает современным требованиям. Вклад ту-

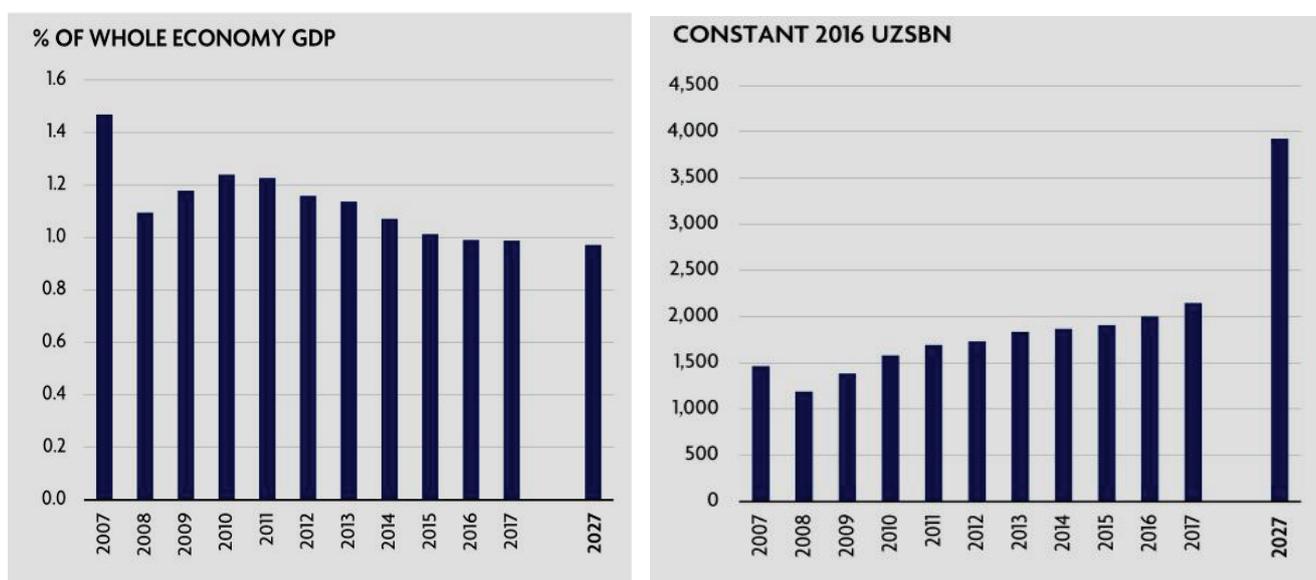


Рис. 1. Вклад туризма в ВВП Узбекистана: В% (слева); уз. сумм (справа) [6]

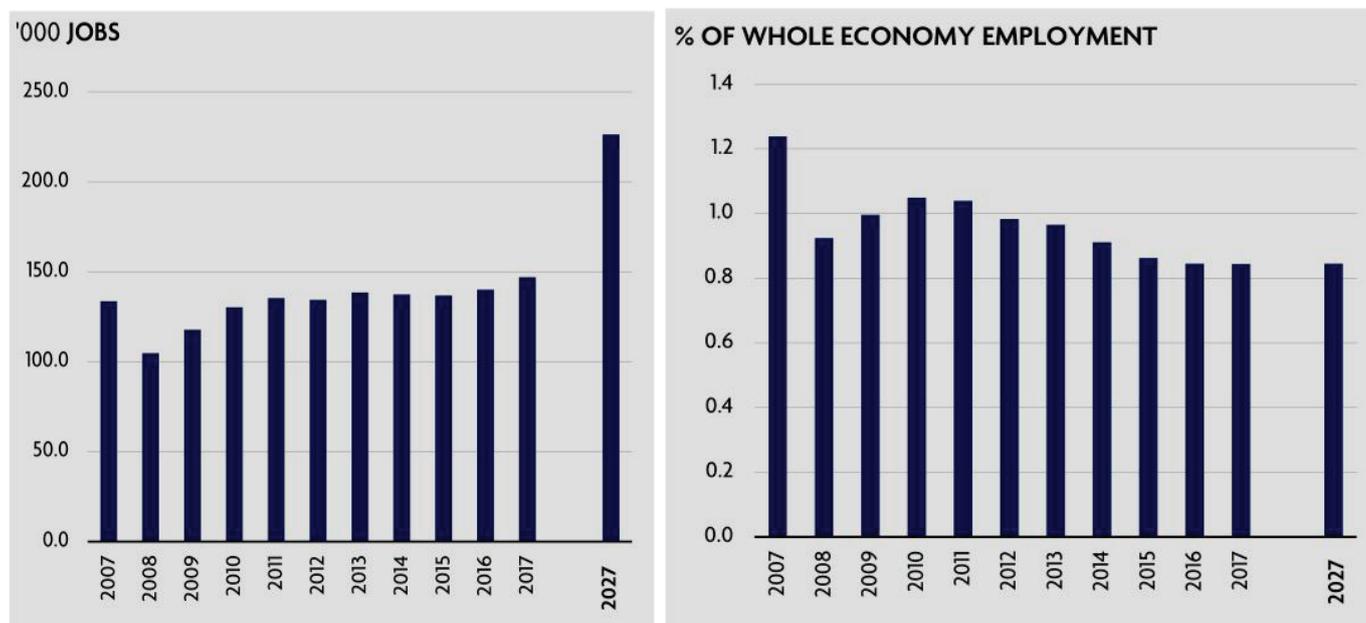


Рис. 2. Занятость населения в сфере туризма [6]

ризма в ВВП страны, сфера услуг туристской индустрии, обеспечение занятости не соответствуют среднемировым показателям.

Узбекистан богат объектами культурно-исторического наследия, которые считаются достоянием мировой цивилизации. Государство заботится о бережном сохранении исторических объектов согласно закону РУз «Об охране и использовании объектов культурного наследия»:

Государственное управление в области охраны и использования объектов культурного наследия осуществляется Кабинетом Министров Республики Узбекистан, Министерством по делам культуры и спорта Республики Узбекистан, Агентством «Узархив» при Кабинете Министров Республики Узбекистан и органами государственной власти на местах [8].

По указу Президента создан Государственный комитет Республики Узбекистан по развитию туризма. Комитет выполняет ряд задач и функций по коренному реформированию отрасли.

Ключевым изменением стала кардинальная либерализация визовой политики государства, предусматривающая следующие нормы:

- отмена визового режима для 27 стран до 1 января 2021 года;
- туристы при въезде уплачивают сбор в размере \$50;
- введены единые туристские визы для всех стран;
- введение с 2021 года системы электронных виз и др.

Все эти меры направлены на улучшение туристской инфраструктуры и повышение привлекательности страны для иностранных туристов. Стоит отметить, что британская газета Financial Times включила Узбекистан в топ-10 самых «горячих» туристических направлений. Узбекистан занял второе место в данном списке.

Президент Узбекистана Шавкат Мирзиёев 19 мая 2017 года подписал постановление «О мерах по ускоренному развитию туристского потенциала города Бухары и Бухарской области на 2017–2019 годы [9]. Согласно постановлению Президента, в городе Бухаре и Бухарской области будут созданы новые туристские маршруты и приняты меры по развитию новых видов туризма. Планируется увеличение визита международных туристов в 2 раза.

Узбекистан входит в состав Всемирной организации по туризму (UNWTO) с 1993 года, является действительным и полноправным членом UNWTO, и принял на себя все обязательства этой организации. Барометр UNWTO каждый год объявляет статистику всех членов-государств.

Доля туризма в ВВП Узбекистана не превышает 2%. Хотя для стран с таким высоким потенциалом, как Узбекистан, доля туризма различается от 10% до 45%. Опыт управления туризмом в развитых странах характеризуется высокой эффективностью развития индустрии туризма с четким определением функций правительства в этой области.

Изучение международного опыта показывает, что создание нового комитета станет большим шагом в развитии туристской индустрии Узбекистана.

Экспорт посетителей считается самым важным компонентом Travel&tourism. В 2017 году Узбекистан посетили 1,857,000 международных туристов, показывая рост в 4.6%. Прогноз на 2027 год составляет 3,903,000.

Капитальные инвестиции в 2016 году составили 1,008,0 млрд сум. В 2017 году показатель вырос на 7.4%, прогнозы на 2027 год составили 1,933.8 млрд сум.

Поскольку туризм стимулирует развитие инфраструктуры страны, имеет сильное положительное влияние и помогает диверсифицировать экономику, поддерживает локальную культуру и других структур туристской инфра-

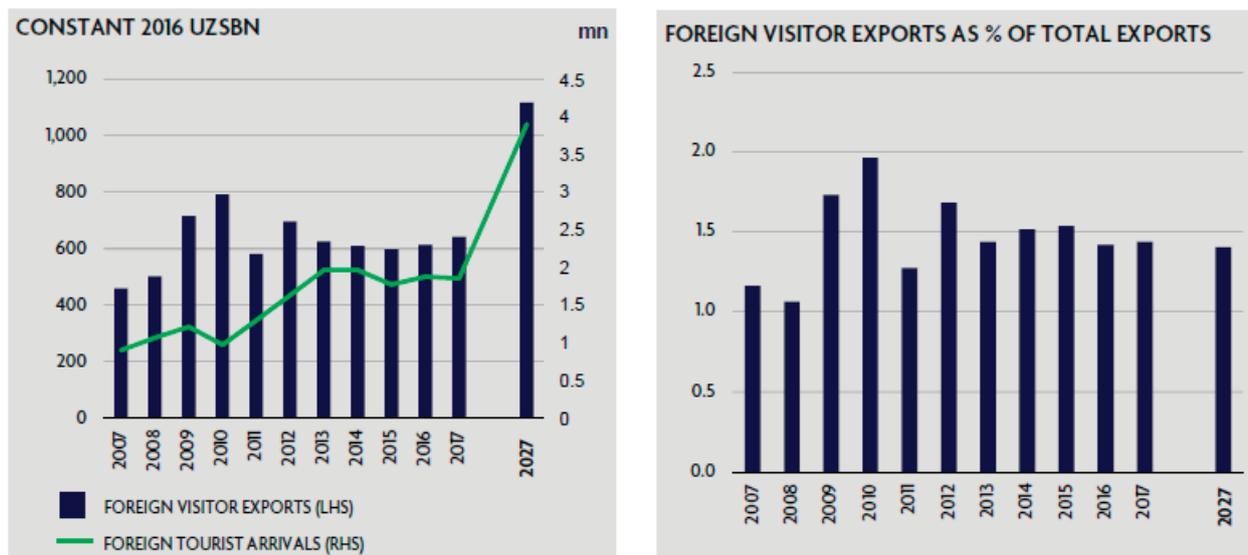


Рис. 3. Экспорт посетителей и международные туристические прибыли [6]

структуры, путешествие и туризм считаются ведущей экспортной индустрией по всему миру, для стран Средней Азии в том числе.

Самые древние города, через которые прошел Великий Шелковый Путь, расположены именно на сегодняшней территории Узбекистана. Города как Бухара, Самарканд, Хива, Шахрисабз (древний Кеш), Маргелан

сегодня являются главными направлениями туристского потока.

Создание новых туристских направлений, таких как паломнический туризм, создание «золотого кольца», включающего в себя туристские города Ташкент, Самарканд, Бухара, Хива и Фергана, позволят повысить туристическую привлекательность страны.

Литература:

1. Нарзиев М., Ермаков А., Бабакулов А. «Современное состояние и тенденции развития индустрии туризма в Узбекистане»
2. Firdavs Saliev «Economic Advancement of Tourism Industry in Uzbekistan»/ June 2015
3. Musaev Husanboy «Tourism in Uzbekistan: opportunities and new challenges»/ <http://dx.doi.org/10.20534/ESR-17-1.2-267-271> (дата обращения: 07.05.2019)
4. The UNWTO World Tourism Barometer, URL: <http://mkt.unwto.org/barometer>.
5. EHL/UNWTO Silk Road Strategy Initiative | UNWTO Silk Road Programme. (2015). <http://silkroad.unwto.org/en/project/ehlundwto-silk-road-strategy-initiative>
6. TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2017
7. gazeta.uz/ Туризм станет стратегическим сектором экономики
8. Закон РУз «Об охране и использовании объектов культурного наследия»/Статья 5
9. UzDaily.uz

Приоритетные направления формирования регионального туристского кластера

Саттарова Зухра Илхамовна, старший преподаватель
Самаркандский институт экономики и сервиса (Узбекистан)

В статье проанализированы основные факторы формирования регионального туристского кластера в Самаркандской области. Подробно рассмотрены сильные и слабые стороны, обуславливающие формирование туристского кластера. Возможности формирования и факторы, препятствующие формированию регионального туристского кластера.

Конкурентоспособность туристической территории (дестинации) и ее привлекательность для инве-

сторов во многом зависит от того, насколько эффективно структурировано ее экономическое пространство

Таблица 1. SWOT-анализ основных факторов формирования регионального туристского кластера Самаркандской области

Сильные стороны, обуславливающие формирование туристского кластера	Слабые стороны, обуславливающие формирование туристского кластера
<p>— существующая нормативно-правовая база развития малого и среднего предпринимательства;</p> <p>— действующий механизм поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства;</p> <p>— развитая структура начального, среднего и высшего профессионального образования, значительный научный и инновационный потенциал;</p> <p>— наличие большого количества ресурсов для развития нескольких видов туризма: исторического, познавательного, научного, этнографического, экологического, спортивного, приключенческого;</p> <p>— наличие развитого гостиничного комплекса;</p> <p>— стратегическое географическое положение Самаркандской области, центральное место на участке Великого шелкового пути;</p> <p>— транспортная система области (международный аэропорт);</p> <p>— наличие развитой инфраструктуры питания;</p> <p>— разнообразный природно-ресурсный потенциал;</p> <p>— наличие богатой историко-культурного наследия;</p> <p>— благоприятная экологическая ситуация;</p> <p>— заинтересованность населения области в развитии въездного и внутреннего туризма;</p> <p>— стабильная социально-экономическая обстановка;</p> <p>— событийные мероприятия, связанные с культурой и историей области;</p> <p>— опыт проведения выставок, ярмарок, фестивалей, семинаров как элемент развития делового туризма;</p> <p>— опыт проведения соревнований по различным видам спорта;</p> <p>— наличие памятников археологии: городище Афросиаб пещера Гунджак, пещера Аман кутан, пещера Хазрати Довуд пещера Еттикиз, пещера Ходжа Гургур ота;</p> <p>— наличие памятников истории: Ансамбль Регистан, Мечеть Биби Ханым, Мавзолей Гур Эмир, мемориальный комплекс Шахи Зинда, Мемориальный комплекс Святого Да-ниила, Обсерватория Улугбека;</p> <p>— наличие памятников архитектуры, градостроительства и музеев;</p> <p>— наличие природных памятников, среди которых можно выделить «Заравшанский заповедник» «Аманкутан», «Долина Демонов», «Миранкуль», «Агалык», «Ургут», огромный валун «Камень сердце»</p> <p>— наличие бальнеологических ресурсов (12 санаторно курортных комплексов)</p> <p>— наличие 12 достопримечательных объектов природы, среди которых 2 объект-та — особо охраняемые природные территории, 6 объектов — особо охраняемые памятники природы, 7 объектов — не охраняемые государством и одна курортная зона;</p>	<p>— отсутствие понимания в необходимости использования кластерного подхода в деятельности хокимията области для развития региональной экономики;</p> <p>— нет опыта подготовительной работы по созданию кластеров в сфере туризма;</p> <p>— отсутствие сформированных кластеров в экономике Самаркандской области;</p> <p>— отсутствие базовых нормативных правовых актов по определению основных направлений и механизмов кластерной политики области;</p> <p>— часть выпускаемой в регионе туристских продуктов и услуг проходит стадии жизненного цикла — зрелость и/или спад и имеет невысокую конкурентоспособность на мировом уровне;</p> <p>— индивидуальная и зачастую краткосрочная стратегия развития туристских пред-приятий региона;</p> <p>— неразвитая система государственной поддержки туристской деятельности в Самаркандской области;</p> <p>— недостаток у хозяйствующих субъектов (туристских предприятий, малого и среднего бизнеса, вузов и научно-исследовательских институтов (далее — НИИ) информации о преимуществах и мерах государственной поддержки развития бизне-са в рамках кластеров; отсутствие мер, ориентированных на повышение заинтересо-ванности хозяйствующих субъектов в согласовании форм и долей участия в организа-циях по формированию кластеров и управлению ими;</p> <p>— отсутствие у хозяйствующих субъектов опыта и собственных средств для раз-работки документации, необходимой для получения государственной поддержки их инвестиционных проектов и программ развития на уровне Узбекистана и Самарканд-ской области;</p> <p>— нестабильные связи между туристскими предприятиями, вузами и НИИ в процессе создания новых конкурентоспособных видов продуктов и услуг, проведения научных исследований и внедрения разработок в производство;</p> <p>— нехватка подготовленных инвестиционных площадок для развития существующих и создания новых предприятий;</p> <p>— отсутствие системной информационной и методической поддержки хозяйству-ющих субъектов — потенциальных участников кластеров, недостаточный уровень компетенции их специалистов в вопросах кластерной политики.</p> <p>— высокая цена туристического продукта на национальном и международном рынках;</p> <p>— несоответствие туристических услуг международным стандартам;</p> <p>— сезонность туристических услуг, связанная с климатическими условиями;</p> <p>— низкая конкурентоспособность гостиничного фонда;</p> <p>— нехватка номерного фонда во время туристического сезона;</p> <p>— недостаточный брендинг области;</p>

Таблица 1 (продолжение)

<p>Сильные стороны, обуславливающие формирование туристского кластера</p> <ul style="list-style-type: none"> — возможность развития системы частных гостиниц; — возможность использования меньших капитальных и организационных затрат (по сравнению другими видами туризма) — наличие природных ресурсов для развития пешеходного, лыжного, водного, велосипедного и горного туризма; — наличие биоресурсов для развития охотничье-рыболовного туризма; 	<p>Слабые стороны, обуславливающие формирование туристского кластера</p> <ul style="list-style-type: none"> — малое количество современных автотранспортных средств для обслуживания туристических потоков; — необходимость реконструкции объектов туризма; — малое количество мероприятий, связанных с историей и культурой области; — недостаток квалифицированных специалистов в туристической индустрии; — неблагоприятные демографические процессы; — недостаток рекламных материалов о туристическом продукте Самаркандской области; — малое количество музеев и выставок; — малое количество мероприятий, связанных с историей и культурой области; — малая доступность объектов археологического туризма для туристов; — неудовлетворительное состояние объектов археологии; — низкая безопасность путешествий к природным памятникам; — недостаток выставочных залов, демонстрирующих товары народных художественных промыслов; — недостаточное продвижение народных художественных ремесел; — нехватка инвестиционных ресурсов; — отсутствие оборудования на экологических тропах, стоянках; — отсутствие смотровых площадок — изношенность материально-технической базы; — отсутствие рекламных материалов для продвижения туристических продуктов на международном рынке
<p>Возможности развития кластера</p> <ul style="list-style-type: none"> — возможность получения финансовой поддержки от институтов развития а также субсидий из государственного бюджета на государственную поддержку субъектов малого и среднего предпринимательства, разработку и реализацию проектов государственно-частного партнерства (далее — ГЧП) и др.; — интерес узбекских и иностранных инвесторов к реализации инвестиционных проектов по открытию новых туристских бизнес-структур в Самаркандском регионе; — доступ к информационным ресурсам, объединяющим наиболее успешный мировой опыт формирования и развития кластеров в сфере услуг (туризма) в мире. — наличие международных связей; — возможность для развития разнообразных видов туризма; — возможность сочетать несколько видов туризма; — возможность привлечь туристов из Китая, Японии, Кореи; — возможность развития туристической инфраструктуры за счет привлечения инвестиций — рост экономического потенциала за счет развития рынка услуг; — повышение привлекательности области на основе стабильной тенденции реализации маркетинговой политики территории; — возможность при модернизации производственной базы вписаться в общую стратегию развития Узбекистана; 	<p>Угрозы развития кластера</p> <ul style="list-style-type: none"> — нет политической и методической поддержки создания и развития кластеров на государственном и региональном уровне; — сложное финансово-экономическое состояние предприятий и организаций — хозяйствующих субъектов, субъектов малого и среднего предпринимательства — потенциальных участников создаваемых кластеров в связи с мировым экономическим кризисом; — недоступность для хозяйствующих субъектов кредитных ресурсов для финансирования операционной деятельности и для реализации инвестиционных проектов и программ развития; — ограниченный набор механизмов государственной поддержки создания и развития кластеров в Узбекистане, ограниченность объема средств из государственного бюджета; — вступление Узбекистана во Всемирную торговую организацию (далее — ВТО) и высокая конкуренция мировых производителей на глобальном рынке

и в какой степени используются наиболее рациональные формы территориальной и отраслевой организации. Современной эффективной и широко используемой во всех странах формой территориальной организации туризма являются региональные кластеры. Формирование региональных туристских кластеров позволяет более интенсивному обмену информацией, взаимодействию и взаимной поддержке между предпринимательскими структурами, содействует росту их конкурентоспособности, их инвестиционной и инновационной активности.

Для анализа основных факторов формирования регионального туристского кластера в Самаркандской области проведем SWOT-анализ, который является одним из универсальных инструментов анализа ситуации в отрасли, и его можно эффективно использовать для разработки стратегии развития туристической отрасли региона.

SWOT-анализ основных факторов формирования регионального туристского кластера Самаркандской области представлен в таблице 1.

В связи с вышесказанным назрела необходимость разработки Концепции кластерной политики Хокимията Самаркандской области, определяющей приоритетные направления деятельности Хокимията Самаркандской области по созданию и развитию кластеров на территории региона.

Все предложенные мероприятия послужат формированию на территории области конкурентной туристической отрасли, а развитие отрасли, в целом, позволит:

- 1) удовлетворить потребности туристов в получении качественных услуг;
- 2) создать дополнительные рабочие места;
- 3) увеличить инвестиционную привлекательность региона;
- 4) увеличить поступления в региональный и государственный бюджеты;
- 5) повысить благосостояние жителей области.

Комплекс данных мероприятий позволит, в целом, повысить туристический имидж Самаркандской области, что, в свою очередь, повлечет рост финансовых поступлений.

Опыт зарубежных стран в развитии региональных туристских кластеров Узбекистана

Саттарова Зухра Илхамовна, старший преподаватель
Самаркандский институт экономики и сервиса (Узбекистан)

Эффективное функционирование и достижение международных стандартов конкурентоспособности туристского рекреационного сектора является важнейшим направлением социально-экономического развития, поскольку предполагает решение ряда приоритетных задач: повышение качества жизни населения и уровня занятости, создание эффективного механизма воспроизводства трудовых ресурсов, повышение роли региона в международном и межрегиональном разделении труда, увеличение доходной части бюджета, стимулирование притока инвестиций, в том числе иностранных, решение вопросов рационального землепользования, развитие современной инфраструктуры и т.д. В настоящее время, во всем мире одним из направлений, обеспечивающих конкурентоспособность туристского рекреационного сектора, выступает соответствующий организационно-экономический (кластерный) механизм. Наиболее эффективным организационно-внедренческим механизмом кластеризации признается механизм государственно-частного партнерства (ГЧП) — «юридически оформленные отношения органов власти и субъектов предпринимательства в отношении объектов, находящихся в юрисдикции государства, основанные на обязательном разделении рисков, учете интересов и координации усилий сторон, осуществляемые в целях наиболее эффективной реализации проектов, имеющих важное общественно-государственное значение»

Развитие региональных туристских кластеров в Узбекистане является одним из условий повышения конкурентоспособности отечественной экономики и интенсификации механизмов частно — государственного партнерства: между наукой, государством, образованием и бизнесом. Наука берет на себя аналитическую функцию в инновационном партнерстве, сфера образования занимается новыми профессиональными компетенциями, как для бизнеса, так и для государственных служащих. Данная форма партнерства (private partnership projects) впервые появилась в Англии в начале 1990-х гг. В стране был принят закон, позволяющий инвесторам строить совместно с государством объекты инфраструктуры.

В туристской отрасли, согласно Постановления Кабинета Министров РУЗ от 10.10.2012 года № 288 «О мерах по дальнейшей поддержке и развитию сферы туризма в Республике Узбекистан» государственно-частное партнерство предусматривает «эффективное взаимодействие всех органов власти, туристского бизнеса, научных и общественных организаций в реализации масштабных туристских проектов и программ, направленных на развитие туристской привлекательности регионов, увеличение внутреннего и въездного туристских потоков, повышение качества туристских продуктов».

К настоящему времени использование этого подхода уже заняло одно из ключевых мест в стратегиях социаль-

но-экономического развития ряда стран Европы, США, Кореи и Мексики. США — страна, в которой кластеры очень хорошо развиты; Европа — один из регионов, где кластеры очень плотно располагаются; Корея, где очень успешно проходит в последние десятилетия развитие региональных туристских кластеров; Мексика, которая пытается чему-то научиться у развивающихся экономик.

Кластеры в США: «силиконовая долина», Голливуд, кластеры Массачусетса и Бостона. Мы не говорим о кластерах как таковых, потому что в прошлом не было кластеров. Развитие экономики шло таким образом, что отдельные регионы развивались таким образом, что в них выделялись определенные отрасли. Это объединялось с политикой Вашингтона, но в

последние годы это изменилось, поскольку политика правительства была направлена на то, чтобы использовать силу этих сформированных кластеров для развития экономики страны. Мы говорим о различных инициативах, которые были использованы. В США имеется карта регионов, которую каждая компания, каждый представитель власти может просмотреть: что именно является специализацией данного региона. Развивая бизнес, можно прийти и посмотреть, где он наиболее удобно будет действовать. Это первый пункт. Второй пункт заключается в том, что правительство США постоянно устраивает так называемые соревнования между различными департаментами, и на этих соревнованиях просят представителей различных компаний выступать со своими предложениями и программами. Таким образом, развивается совершенно новое сотрудничество. Еще один пункт, который является интересным примером. Дело в том, что в США поняли, что для сотрудничества между компаниями и университетами нужно создать такое место, в котором действительно могут встретиться те люди, которые отвечают за сотрудничество между образованием и компаниями. Для этого были созданы так называемые институты, связующие между организациями и университетами.

В Европейском Союзе также существует традиция инвестирования средств в развитие кластеров. Роль правительства очень важна. Большое внимание оказывается и компаниям, и кластерным организациям, которые занимаются налаживанием сотрудничества между компаниями. И очень много внимания уделено укреплению связей между различными компаниями и на развитие тех организаций, которые этим занимаются. Инвестируются средства в обучение и построение сообщества людей, которые знают, как эффективно руководить актуальными с точки зрения бизнеса направлениями. Происходит много различных мероприятий, существуют инструменты для бенчмаркинга, чтобы можно было сравнить, кто лучше, кто хуже делает свою работу. Развиваются инвест-контенты, интернационализируется деятельность компаний (конкурентное преимущество в политике — это то, что называется «возникновение межотраслевых сфер».

В Корее кластерная политика стала ключевой частью их экономической стратегии. Организация, которой за-

нимается кластерной политикой является корейская корпорация индустриального комплекса — KICOX. В самом начале своего развития ее направлениями были промышленные предприятия, создание инфраструктуры, чтобы обеспечить их экономический рост. Затем они перешли к тому, чтобы обеспечить их передовыми технологиями, чтобы компании могли увеличивать прибыль, переходить на новый уровень саморазвития. Около десяти лет назад организация пришла к пониманию, что недостаточно было предоставлять знания, компетенцию, речь шла о так называемой «мягкой элаборации». Поэтому в последние несколько лет политика этого кластера вышла на тот уровень, чтобы компании и исследовательские центры могли работать вместе. Использование других этих активов стало ключевым фактором развития экономики страны.

Еще один пример — это Мексика. Рядом с границей США, располагается порядка девяти кластерных инициатив компании из отрасли IT-технологий, nano-технологий, туризма и так далее. Они занимаются традиционными направлениями — технологиями, экспортом. Правительство, изучая социальные проблемы региона, выделило несколько направлений там, где очень тяжело развиваться индивидуальным компаниям поодиночке, где возможен рост в различных секторах экономики.

В России также сформирован ряд механизмов, позволяющих обеспечить гибкое финансирование мероприятий по развитию кластеров. Так, в соответствии с Правилами предоставления средств федерального бюджета, предусмотренных на государственную поддержку малого предпринимательства, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 22 апреля 2005 г. № 249, на конкурсной основе осуществляется предоставление субсидий субъектам Российской Федерации на финансирование мероприятий, предусмотренных в соответствующей региональной программе. Данный механизм создает возможности для максимально гибкого использования финансовой поддержки субъектов Российской Федерации в целях реализации широкого спектра кластерных проектов. Благоприятные возможности для развития кластерных проектов открывает использование потенциала особых экономических зон технико-внедренческого, промышленно-производственного, туристско-рекреационного и портового типа, создаваемых в соответствии с Федеральным законом «Об особых экономических зонах» от 22 июля 2005 г. № 116-ФЗ. Дополнительные предпосылки к развитию региональных туристских кластеров на базе наукоградов обеспечиваются в рамках предоставления финансовой поддержки на строительство инновационной, социальной и инженерной инфраструктуры, осуществляемой из средств федерального бюджета в соответствии с Федеральным законом «О статусе наукограда Российской Федерации» от 7 апреля 1999 г. № 70-ФЗ.

Говоря о кластерах и кластерной политике в Узбекистане, необходимо продумать, что делает кластерную политику эффективной? Где начальные точки, где среда,

в которой кластер будет эффективен. Мы должны понимать, что в нашей деловой среде есть сложности. Экономическая география все еще подвержена влиянию ряда факторов. Например, туристская структура, которая существует. Мы не всегда видим, что география эффективно отражает кластер и компании, которые в нем работают. Конечно, есть узкоспециализированные места и регионы, есть проблема с конкурентоспособностью продукции, есть структурные проблемы, особенно по институциональному качеству, которые необходимо преодолеть. Есть, конечно, прогресс, но важно это тоже подчеркнуть. Особенно в области административных мероприятий, инфраструктуры. Есть, конечно, институциональные барьеры, есть некоторые экономические и политические проблемы, связанные с лоббированием определенных групп, секторов экономики. Учитывая, что кластерная структура не отражает всеобщую базовую структуру туризма, нужно понимать, что динамика в краткосрочном периоде достаточно ограничена. Кластерам тяжело будет решать проблемы реформирования отрасли на уровне страны. Нужно устанавливать правильные цели, организовывать правильные

мероприятия, которые могут помочь в развитии региональных туристских кластеров. Нужно развивать кластеры на уровне вилоятов. Это не может произойти в одну секунду, на это требуются большие финансовые вложения.

Для практической организации региональных туристских кластеров в Узбекистане:

- не созданы механизмы нормативной, методической, информационно-консультационной и образовательной поддержки развития региональных туристских кластеров;

- отсутствует необходимая координация деятельности государственных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти областного хокимията и органов местного самоуправления, объединений предпринимателей по организации региональных туристских кластеров;

- ограничен набор инструментов финансовой поддержки кластерных проектов из бюджетных источников.

Необходимо повысить эффективность использования потенциала развития региональных туристских кластеров как одного из приоритетных направлений повышения конкурентоспособности и диверсификации экономики.

Литература:

1. Афонин А. С. Кластер как интеграционный инновационный ресурс и полюс роста региональной экономики // Вестн. ЮР-ГТУ (НПИ). Сер. Соц-экон. науки. — 2010. — № 2. — С. 155–164
2. Волков В. И., Малицкая Е. А. Кластер как инструмент повышения конкурентоспособности и инновационной активности регионов // Самоуправление, 2012. — № 10. — С. 10–14.
3. Дондоков Б. Б. Формирование туристско-рекреационного кластера как путь диверсификации региональной экономики // Проблемы соврем. экономики. — 2010. — № 3. — С. 324–326.
4. Клейн. Экспресс-отчет «Силиконовая долина» (Silicon Valley). Июнь, 2007 [электронный ресурс]. Режим доступа: URL: http://www.nadprof.ru/library/books/kl_express_report_silikon_valley.shtml
5. Портер М. Э. Конкуренция. Пер. с англ. М.: Издат. Дом «Вильямс», 2001. С. 207.

Система государственного управления земельными ресурсами в Республике Башкортостан

Сулейманова Диана Ринатовна, студент магистратуры

Башкирская академия государственной службы и управления при Главе Республики Башкортостан (г. Уфа)

Земельные ресурсы, являясь основой национального богатства, основным потенциальным источником экономического роста страны, в силу своих природных и экономических свойств, представляют особый объект социально-экономических и общественно-политических отношений.

В соответствии со Стратегией социально-экономического развития Республики Башкортостан до 2020 года [2] государственная политика в сфере развития земельных и имущественных отношений в регионе неразрывно связана с основными ориентирами развития бюджетной сферы и направлена на дальнейшее повышение социаль-

ного благополучия и качества жизни населения, обеспечение интенсивного развития экономики, повышение ее инновационного наполнения, сохранение долгосрочной сбалансированности бюджетной системы, повышение эффективности управления государственными и муниципальными финансами.

В этой связи возникает необходимость создания условий для обеспечения роста доходной базы местных бюджетов за счет увеличения налоговых поступлений от эффективно работающих субъектов хозяйствования, земельного налога, налога на имущество физических лиц. С учетом обозначенных ориентиров одним из основных

направлений бюджетной политики является обеспечение условий для эффективного управления и развития земельного и имущественного комплексов Республики Башкортостан в интересах удовлетворения потребностей общества и граждан.

На основе анализа мирового опыта, проведенного С.В. Козловой, автор отмечает следующие базовые характеристики систем управления земельными ресурсами:

- система действует на основе тщательно разработанного законодательства;
- существуют детально отработанные и законодательно закрепленные процедуры регистрации;
- система является государственной и централизованной с делегированием некоторых полномочий на места;
- в большинстве систем поддерживаются единые стандарты обмена данными;
- кадастровые системы постоянно изменяются с учетом изменения экономической ситуации;
- реестры являются открытыми для публичного доступа [3, с. 24].

Основой любой отрасли являются нормативно-правовые акты, регулирующие ее деятельность. Полномочия по принятию законов в области земельных отношений, установлению порядка владения, пользования и распоряжения землями, находящимися в государственной собственности Республики Башкортостан и иные полномочия, переданы Государственному Собранию — Курултаю Республики Башкортостан.

Основным нормативно-правовым актом, регулирующим отношения по использованию и охране земель как основы жизни и деятельности народов, проживающих на территории Республики Башкортостан, является закон Республики Башкортостан от 05.01.2004 г. № 59-з «О регулировании земельных отношений в Республике Башкортостан». Им определены полномочия органов государственной власти и органов местного самоуправления республики в области земельных отношений; установлены особенности перевода земель из одной категории в другую и порядок предоставления, изъятия земель, резервирования и переоформления прав на землю в Республике Башкортостан, особенности правового режима земель особо охраняемых территорий и иное [1].

Глава Республики Башкортостан, наряду с иными полномочиями, определяет уполномоченный республиканский орган исполнительной власти в области земельных отношений. Так, республиканский орган исполнительной власти — Министерство земельных и имущественных отношений Республики Башкортостан, совместно с территориальными органами, образует единую систему органов по приватизации, управлению и распоряжению земельными ресурсами и государственным имуществом.

Следует отметить наделение широкими полномочиями в области земельных ресурсов Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии (Росреестр), территориальные органы которой осуществляют функции по государственной регистрации прав на не-

движимое имущество и сделок с ним, оказанию государственных услуг в сфере ведения государственного кадастра недвижимости, осуществления государственного кадастрового учета недвижимого имущества, кадастровой деятельности, государственной кадастровой оценки земель, землеустройства, государственного мониторинга земель, а также функции государственного земельного контроля.

В 2018 году общая площадь земельного фонда по состоянию на 01.01.2019 в республике составила 14294,7 тыс. га, распределение земель по категориям показывает преобладание в структуре земельного фонда земель сельскохозяйственного назначения, на долю которых приходится 50,9%, а также земель лесного фонда — 40%. На долю земель населенных пунктов приходится 4,7%, при этом города и поселки городского типа занимают площадь 215,2 тыс. га или 1,5% [4, с. 168].

Прослеживая тенденцию изменения площади распределения земельного фонда, можно отметить, что по сравнению с данными по состоянию на 01.01.2018, произошло уменьшение площади преобладающей категории земель — сельскохозяйственной, и увеличение площади земель населенных пунктов. Изменения в структуре земельного фонда связаны, в основном, с предоставлением земель для несельскохозяйственных целей (в частности, происходили расширения границ сельских и городской населенных пунктов для изыскания площадей для предоставления земельных участков льготным категориям граждан), изменением (установлением) границ населенных пунктов согласно утвержденным и согласованным Правительством Республики Башкортостан генеральным планам, учтенным в Едином государственном реестре недвижимости.

Законодательство в области государственного управления земельными ресурсами постепенно дополняется новыми положениями. Корректируются перечни целевых индикаторов и показателей, план реализации и финансовое обеспечение государственной программы, однако, все так же не предусматриваются этапы реализации задач, постановленных в данной программе, в связи с чем отсутствует возможность осуществления контроля за ее выполнением, не предусматриваются критерии оценки эффективности данной программы и ее результатов. Обозначенная еще при принятии указанной программы проблема в сфере управления объектами нежилого фонда, связанная с наличием большого количества объектов незавершенного строительства, не вовлеченных в оборот, решается в замедленном темпе, бюджет республики не поступает возможный доход от реализации такого имущества и земельного участка, на котором оно расположено.

Существуют также и положительные стороны. Большое внимание уделяется эффективности использования земельных ресурсов в части, касающейся обеспечения роста доходов от сдачи в аренду земельных участков в бюджеты всех уровней. Ответственное за реализацию некоторых задач программы Министерство земельных и имущественных отношений Республики Башкортостан совместно с органами местного самоуправления Ре-

спублики Башкортостан ежегодно обеспечивает совершенствование методики расчета арендных платежей за землю, индексацию арендных ставок с учетом индекса потребительских цен, выполнение работ по актуализации кадастровой стоимости земель различных категорий.

За 2018 и начало 2019 года наблюдается значительный вклад в развитие инвестиционного потенциала республики, неразрывно связанным с управлением земельными ресурсами. Постановлением Правительства Башкортостан от 15 мая 2018 года № 204 [2] определено поло-

жение, определяющее порядок рассмотрения документов, обосновывающих инвестиционные проекты, предусматривающие размещение объектов социально-культурного и (или) коммунально-бытового назначения; порядок определения соответствия инициатора инвестиционного проекта и проекта условиям и критериям, установленным законами Республики Башкортостан; порядок и условия заключения соглашения об обеспечении выполнения социальных обязательств и соблюдения условий предоставления земельного участка без проведения торгов.

Литература:

1. Закон Республики Башкортостан от 05.01.2004 № 59-з «О регулировании земельных отношений в Республике Башкортостан» // Профессиональная справочная система «Кодекс». URL: <http://docs.cntd.ru/document/935102453> (дата обращения: 06.06.2019);
2. Постановление Правительства Республики Башкортостан от 30.09.2009 № 370 «О Стратегии социально-экономического развития Республики Башкортостан до 2020 года» // Профессиональная справочная система «Кодекс». URL: <http://docs.cntd.ru/document/935117825> (дата обращения: 06.06.2019);
3. Козлова С.В. Земельные ресурсы как объект государственного управления: мировые подходы и направления развития // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. — 2017. — № 1. — С. 23–35.;
4. Государственный (национальный) доклад о состоянии и использовании земель в Республике Башкортостан в 2018 году // Управление Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии по Республике Башкортостан — 247 с. URL: <https://rosreestr.ru/upload/to/respublika-bashkortostan/GZ-K/!n%докл%за%2018.pdf> (дата обращения: 06.06.2019).

Теоретические аспекты внутреннего контроля

Тараненко Анна Владимировна, студент
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Данная статья посвящена рассмотрению аспектов внутреннего контроля, освещены следующие теоретические аспекты: актуальность внутреннего контроля, виды контроля, краткая характеристика, принципы внутреннего контроля.

Ключевые слова: *внутренний контроль, система контроля, принципы внутреннего контроля, управление предприятием.*

На сегодняшний день роль внутреннего контроля с каждым разом возрастает. Система контроля позволяет сопоставлять полученные им в ходе контроля фактические затраты и сравнивать их с нормативными за установленный период. Данные действия позволяют своевременно выявлять и корректировать отклонения от плановых затрат. В связи с этим контроль является одним из главных элементов при производстве определенной продукции (работ, услуг). Согласно этимологическому значению термин «контроль» в переводе с французского языка (*controle*) означает «список, ведущийся в нескольких экземплярах», а в последующем стал означать отслеживание с целью проверки.

Изучив множество различных взглядов на определение «внутренний контроль», можно отметить, что большинство авторов трактует определения по-разному:

Андреев В.Д. трактует как систему контрольных процедур, плана организации и методов управления объектом, целью которого является высокоэффективное ведение бизнеса, сохранение активов и своевременное предоставление финансовой информации [2];

Парамонова Л.А. трактует как элемент управления предприятием, целью которого является наблюдение за экономическим объектом и процессом, необходимой для проверки соответствия текущего состояния согласно нормативным документам и договорным обязательствам [8];

Воропаев Ю.Н. трактует как систему, включающую комплекс различных взаимосвязанных методик и процедур, для разработки и использованная администрацией, целью которой является обеспечение снижения нежелательного риска в деловой и финансовой деятельности, а также в учете и отчетности [4];

а также своевременного предоставления финансовой информации;

- Структура, установленная руководством предприятия для продуктивного и результативного ведения хозяйственной деятельности;

- Элемент управления предприятием для проверки соответствия текущего состояния нормативным документам, принятым управленческим решениям;

- Система, объединяющая контрольную среду, систему бухгалтерского учета и отдельные средства контроля для своевременного предоставления финансовой информации и формирования достоверной отчетности.

Для более подробного изучения внутреннего контроля как элемента управления предприятием, необходимо рассмотреть классификацию внутреннего контроля, которая представлена в таблице 2.

Таблица 2. Классификация внутреннего контроля

Признаки классификации	Элементы внутреннего контроля
По времени проведения	предварительный
	текущий
	заключительный
По полноте охвата объектов	сплошной
	выборочный
По периодичности проведения	регулярный
	разовый
По источникам контрольных данных	документальный
	фактический
По сфере деятельности	экономический
	производственный
	технический
	административный
По целям и задачам	оперативный
	стратегический

Постановка и развитие внутреннего контроля зависит в первую очередь от своевременного решения возникающих проблем (налоговые, управленческие и другие), что в свою очередь приводит к устойчивому финансовому развитию предприятия. В связи с этим, постановка и качественное развитие внутреннего контроля во многом зависит от самих предприятий.

К объекту внутреннего контроля относятся финансово-хозяйственная деятельность предприятия, деятельность структурных подразделений, финансовые потоки информации и так далее. Контрольную подсистему представляют такие объекты как информация учета и отчетности по видам учета, так и конкретные действия работников организации, ее служб, подразделений и т.д.

Субъектом внутреннего контроля является представительные органы собственников организации, сотрудники, оказывающие контрольные действия при выполнении возложенных на них обязанностей. К субъектам внутреннего контроля относятся руководство организации, ревизионная комиссия, специализированные подразделения (служба внутреннего контроля), менеджеры и тому подобное.

Цель внутреннего контроля — предоставление релевантной информации руководству предприятия, необходимой для устойчивого развития в условиях конкурентной среды, а также для сохранности активов.

Основными задачами является предотвращение и устранение на ранних стадиях различных отклонений, которые отрицательно могут повлиять на работу объекта контроля.

В связи с этим, для повышения эффективности работы, необходимо организовывать контрольную процедуру на каждом этапе. На этапе планирования осуществляются следующие процедуры контроля, а именно оценка целесообразности допустимых вариантов плановых решений с установленной стратегии организации. На этапе формирования и регулирования управленческих решений важно контролировать правильность процесса осуществления принятия плановых решений, в целях достижения определенных результатов. На этапе учета происходит контроль за наличием и движением имущества, целенаправленным использованием производственных ресурсов, не противоречащих установленным нормам и сметам. Последним этапом является анализ результатов выполнения управленческих решений.

Важным моментом при формировании контроля, является определение принципов внутреннего контроля. Основными принципами внутреннего контроля являются:

- принцип ответственности. Участники внутреннего контроля несут ответственность за правильным ведением внутреннего контроля;

– принцип целостности. Внутренний контроль является одним из элементов управления организацией на всех уровнях управления, охватывая все структурные подразделения и сотрудников при выполнении ими обязанностей;

– принцип непрерывности. Внутренний контроль организуется постоянно с целью обнаружения отклонений и предотвращения их возникновения;

– принцип объективности. Участники внутреннего контроля должны сохранять независимость суждений;

– принцип своевременности. Участники внутреннего контроля обязаны своевременно предоставлять необходимую информацию о выявленных ошибках и отклонениях в рамках своих обязанностей в максимально короткие сроки;

– принцип сбалансированности. Участнику внутреннего контроля нельзя поручать контрольные функции, не являющимися его обязанностями.

– принцип качественного контроля. Качественный контроль является одним из главных инструментов способствующий непрерывному улучшению хозяйственных процессов. Качественный контроль позволяет корректировать в рамках управления и организовывать учет результатов хозяйственных процессов. Позволяет анализировать результаты выполнения работ в рамках управления организации.

Таким образом внутренний контроль в большой степени зависит от степени соблюдения принципов внутреннего контроля. Изучив внутренний контроль в управлении, можно отметить, что данный контроль необходимо применять на всех стадиях и уровнях управления. Внутренний контроль в лице служб контроля организации заинтересован в увеличении эффективности принимаемых управленческих решений, рационализации использования ресурсов, недопущения или снижения нарушений в процессе осуществления деятельности, достижения максимальной прибыльности и рентабельности.

Литература:

1. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 N402-ФЗ (последняя редакция)
2. Андреев В.Д. Система внутрихозяйственного контроля: основные понятия // Аудиторские ведомости. 2004. 2. С. 35–41.
3. Белов Н.Г. Развитие внутреннего контроля в сельском хозяйстве // Бухгалтерский учет в сельском хозяйстве. — 2011. — № 1. — С. 48–56.
4. Воропаев Ю.Н. Система внутреннего контроля организации // Бухгалтерский учет. 2003. 9. С. 56–60.
5. Гусева Л.П. Методы контроллинга и внутренний контроль качества: взаимосвязь и различия / Л.П. Гусева, И.И. Кульнева, Л.Ф. Лахина // Молодой ученый. — 2014. — № 21. — С. 294–298
6. Карпова, Т.П. Управленческий учет. — М.: Аудит, ЮНИТИ. — 2015, — 352с
7. Качерин Е.А. Основы государственного и управленческого контроля. Москва, 2000.
8. Парамонова Л.А. Типология и модели организации внутреннего контроля экономического субъекта // Ресурсы. Информация. Снабжение. — 2012. — № 2. — С. 362–365.
9. Родина Л. А. К вопросу о внутреннем контроле в системе управления затратами. Бухгалтерский учет, анализ и аудит: вопросы теории и практики / Л.А. Родина, О.В. Кучеренко, В.В. Завадская // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». — 2013. — № 2. С. 189–192.
10. Сотникова Л.В. Внутренний контроль и аудит: Учебник для вузов / Л.В. Сотникова. — М.: Финстатинформ, 2001. — 238 с.
11. Черногузова И.Г. Внутренний контроль лизинговых операций у лизингодателей: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / И.Г. Черногузова; — Москва — 2013. — 22 с.

Features of the creation and promotion of the brand in the global market

Tulebayev Olzhas Maratovich, candidate of master degree
School of Business Management, Hangzhou Dianzi University (China)

The article discusses the prerequisites and conditions of globalization in conjunction with the characteristics and features of international, global, multinational and transnational brands. The conditions for the effective implementation of global brand management are analyzed and the factors of brand perception on the international market are indicated.

Keywords: brand, globalization, strategy, world market, norms, management, economic relations.

In the 90s of the 20th century, global market liberalization began, which allowed large Western companies to enter

the global market. With the increasing role of leading transnational corporations, as well as competition between them,

one of the effective measures to increase the competitiveness of companies on world markets and the way to quickly optimize tangible assets in accordance with the changing market situation remains the policy of mergers and acquisitions.

In the context of global competition, the company’s leadership is ensured by its activities in all markets, but it is especially important to gain an advantage in strategically important countries where the market capacity is the greatest and there is a developed infrastructure. It is in strategically important markets that competition achieves the greatest sharpness.

Global competition arises when a company has a global view on competition and decides to maximize profits, using sources of its creation around the world [2]. Globalization makes the competitive environment highly mobile. With global competition, companies penetrating new international markets will affect firms entrenched there by bringing various competitive advantages to the competition field, expanding and combining several sources of differentiation and cost leadership. These often globally oriented companies go

beyond simple strategies and try to develop multiple sources of advantage using business opportunities around the world.

Thus, at a certain stage of development of international economic relations, we can talk about global marketing, which views world space as a single market, which is built on the uniformity of national, cultural, behavioral and other characteristics of the world market, and not only on account of national characteristics [1].

To increase the efficiency of brand portfolio management, leading corporations focus on global brands, which are a source of additional value for companies in the long run, and apply international brand management policies, focusing on the requirements of the largest world markets (USA, Japan, China, EU countries).

Globalization as a form of business internationalization

The spread of globalization as a form of internationalization of business, and the growing popularity of global (global) brand policy are promoted by a number of factors presented in Figure 1.



Fig. 1. Factors of world (global) brand policy

A truly international activity can be based on:

- technological development;
- innovation;
- basic concept;
- relevant marketing.

Strategies for entering the international market

Different dimensions of the brand determine its essence and strategic orientation, the comparative characteristics of which are presented in Table 1.

Any brand that is sold in at least two different countries can be called international. Nevertheless, companies that want to implement internationalization and are looking for a suitable branding strategy to reach the international level have several possibilities for this [4].

1. The strategy of an international brand. Companies that operate in international markets, without widely adapting their market offerings, brands and marketing activities to various local conditions, use the strategy of an international brand. This strategy is suitable for companies whose brands and products are truly unique and do not encounter any serious competition in foreign markets, for example, as happens in the case of Microsoft. These companies have valuable competence that is difficult to imitate. Thus, in this case, internationalization is not related to price pressure and economies of scale — the main driving forces of the global brand strategy.

2. Global brand strategy. This strategy is characterized by a strong focus on increasing profitability by reducing costs based on standardization, the effect of the growth curve of

Table 1. Comparative characteristics of brand strategies

Brand Feature	Brand strategy	Virtues	Disadvantages
Width	Corporate brand	The most extensive and efficient use of time, resources and investment in the brand. High stability, less complexity. Supports complex solutions. Maximum market impact	General brand profile. The ability to transfer bad reputation to all products
	Brand family	Brand investment covers the entire product line. Transfer of a positive image and brand to all products (synergistic effect). Using brand related relationships	The possibility of blurring the brand. Restrictions for the positioning of individual products
	Product brand	Brand profile, focused on the product. The lack of transfer of bad reputation. Creating a variety of growth platforms	The high cost of creating a brand for a particular product. A wide variety of brands weakens the perception of some of them.
Length	Premium Brand	High quality, high-quality positioning. High premium price	The high cost of creating a brand. Poor compatibility with the brand family
	Classic brand	Can be used in the mass market. Generates high brand credibility	Requires ubiquitous presence. High brand awareness required (costly)
Depth	Multinational (local) brand	Lack of language problems. Adapted to national requirements	May become useless with subsequent internationalization. May be too costly (less room for standardization)
	International brand	The possibility of standardization. Cost effective (economies of scale). Use of international media	The need to comply with various legal requirements. The possibility of blurring the image. Language / Cultural Issues

overall productivity and local savings. Companies that use a global strategy do not adapt their branding concept to possible national differences, but use the same brand name, logo and slogan all over the world, for example, as Intel did at the beginning of its operations.

Market offer, brand positioning and communication are also identical in all global markets. Standardized brand performance leads to significant economies of scale in terms of brand investment. Most industrial companies comply with the requirements associated with the global brand strategy, and therefore often use it in practice.

The global brand bears an emotional advantage for the consumer; it is associated with strength, proven product quality [3]. Therefore, a very important point in branding is the integrity and consistency of the promotion policy, and inconsistency undermines trust and weakens the brand.

To implement a global strategy, it is important to clearly identify profitable market segments. This goal is served by a global segmentation, the essence of which is to define «paired» country markets with similar characteristics.

Depending on the specifics of the products underlying the brand, there are three approaches to global branding:

1) for products of natural and natural universality, the standardization of which occurs without the production of human participation — raw materials, fuel, energy;

2) for goods and services resulting from human production, which are easy to standardize on uniform requirements;

3) for goods sold in countries with unsatisfied demand, and any unsuitable goods are bought (for example, without instructions in Russian, electrical equipment unsuitable for the country's electrical networks, goods with inappropriate packaging, etc.).

Ways to enter the world market: can be divided into three blocks: «inhaling», «jumping» and «joining».

The first path is the longest (may take years) and is typical for companies operating in traditional industries. In this case, companies consistently go through a series of stages that allow them to gain more and more experience in foreign markets, which, in turn, helps reduce perceived risks of activities in the business environment of foreign countries and increase the transfer of resources to foreign markets (making foreign direct investment).

The second way allows companies to almost immediately become noticeable players in the global market. This approach to international expansion is called «born global». Companies in this category usually do not have the resources necessary for globalization and global marketing, and obtaining these resources from traditional sources is very difficult due to the fact that these companies have not yet proved their reliability and ability to make a profit (they do not have serious positions in the domestic market and financial history).

The third path is the most common in today's practice and is associated not only with domestic but also with international mergers and acquisitions policies.

To identify the possible global potential of the brand, you can imagine a typology of goods (Fig. 3), which is based on, on the one hand, the degree of their technicality (Hi-Tech high technology products), and, on the other hand, their degree of emotional impact (high «touching» — Hi-Touch). Common to these categories are considerable inner potential, as well as an appeal to the universal language.

Brands «Hi-Tech» use a specialized technical language, understandable to all potential buyers. This applies to technicians, electronics, financial services, musical instruments, etc. Having a professional language facilitates globalization, although it does not guarantee its success, as technical adaptation can be very important.

Brands «Hi-Touch» appeal rather not to information, but to images, but rely on universal themes that are understandable to all potential buyers. Such universal themes can be, for example,

materialism, play, heroism, love. Similar topics are attracted to the sale of perfumes, jewelery, watches, garments, etc. [five].

Due to the fact that global brands may occupy different positions in local markets, for example, be leaders in some markets and have minimal market share in others, one of the tasks is to correctly position the brand in the local market.

The same brand in different markets can be positioned differently. There are the following types:

- global — implies the cosmopolitan brand and the use of similar advertising companies in all countries where the brand is promoted;
- foreign — assumes that the brand identity, its use and consumers are associated with foreign culture, most often found in countries with weak economies;
- local positioning is the positioning of a brand as part of local life.

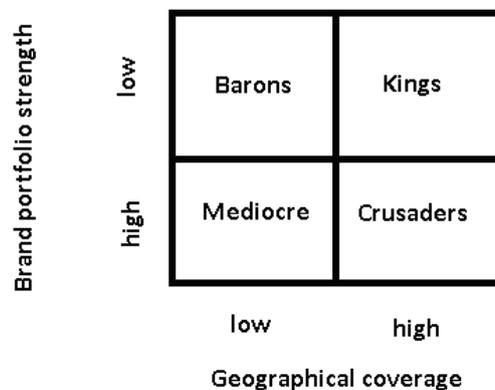


Fig. 2. Matrix of determining the competitive status of brands in the global market

The best from the point of view of competitive advantages position is taken by the «kings», which gives them the opportunity to expand the business. The worst position in the «mediocre» brands that need a strategy of marketing niches. «Barons» have the opportunity to expand, but are concentrated in a limited number of countries. «Crusaders», although they work in many countries, but their position is vulnerable due to the weakness of the product portfolio.

To implement global (global) branding, a firm must have qualified specialists in the field of international marketing, experience in foreign markets, a well-functioning marketing service, financial capabilities, and appropriate corporate culture. In other words, even with competitive products, a firm cannot always sell it in many markets without the corresponding costs and efforts to organize a complex of international marketing.

Current trends are such that with the growth of market uniformity, the homogeneity of needs in different countries, international standardization, individualization of goods, strengthening of national traditions, the desire of buyers to have a familiar product is typical.

In addition, global support increases the prestige of the brand and often allows it to be positioned in the upper price segments of the market, increasing the company’s profit.

This, in turn, allows geographically diversifying the risk of brand marketing failure.

The global brand management policy proves the effectiveness of the practice of the largest corporations. When compiling the globally recognized annual ranking of the most expensive brands, Interbrand takes into account that the globalization factor of a brand (when the company receives about a third of its revenue outside its own country), along with six other factors (stability, development trends, leadership, market position, support and legal protection of the brand), determines its value.

Speaking about the shortcomings of global marketing communications, the following should be noted.

- Complicating the coordination and reporting of a firm can lead to a significant increase in management costs, staff expansion.
- Over-centralization of power and control can adversely affect staff motivation and business morale.
- Global strategies are dangerous due to the globality of possible errors. Premature entry into a foreign market, unreasonable expansion of market coverage, etc. are possible.
- Standardization and unification of products can lead to the fact that it will no longer satisfy consumers, no matter in which country they live. In addition, the global standard product is developed for the global (slightly virtual) market

and is not always able to meet the specific needs of consumers in all its member countries.

– Concentration, standardization and rationalization of activity deprives international marketing of its true nature — focusing on meeting specific requests of specific consumers, that is, loss of flexibility and slower response to market demands with its diversity of demands and preferences. Unified marketing reduces the ability to adapt to the behavior of local consumers.

– Risks of international activities are increasing, including currency risks associated with differences in costs and revenues in different countries. Currency revenue in this case requires a special insurance system.

– Integrated competitive actions can lead to a decrease in revenues, profits, deterioration of competitive positions in local markets, including in a relatively long-term plan. In this case, individual divisions of the company have to sacrifice themselves for the sake of the interests of the company as a whole (considerable effort is spent on fighting a global competitor, rather than a direct competitor in this local market).

– The excessively high role of the communication policy of global international marketing (especially for consumer goods), when there is an active influence not only on consumer decision-making by consumers all over the world, but also influences his feelings, emotions, and convictions with the aim of imposing an idea about a certain product.

The following measures provide effective leadership in the field of global brand management of the company.

Sharing knowledge and experience in global markets. The most important element of the global leadership strategy in the field of branding is a communication system that covers the entire company. Managers in all branches of the company located in different countries should have wide access to information about all programs, their successes and failures, as well as about consumers in different markets. Creating such a system requires a climate conducive to the free flow and exchange of information, and above all, appropriate incentives, including in the form of direct remuneration for the provision of information. An effective method can serve as regular meetings and conferences. An important role is played by electronic means of communication, first of all, intra-company information networks and data banks. The management of the network monitors the movement of information, its presentation in a user-friendly form. Another means of sharing experiences is site visits. For example, Honda sends teams to learn the best experience; in some firms, top executives do. Procter & Gamble uses strategic planning groups of 3 to 20 people who study local markets and specific marketing methods that are effective in these markets, develop global strategies and recommendations for the use of their elements. Finally, information is transmitted in the process of conducting research and sharing their results.

The overall process of brand planning on a global scale. Leading companies in the field of global brand management use a planned process common to all markets and products, a single terminology, a common data structure for strategic analysis, and uniform international strategic models and pro-

grams. Any model of strategic brand development should be characterized by a clear definition of individuals or groups responsible for the brand and strategy, using standard processes that define target segments and brand identity.

In the process of strategic planning carried out for the purposes of global brand management, it is necessary to conduct:

– consumer analysis, giving the opportunity to catch consumer associations with the brand, as well as to develop an associative brand field and a platform for its positioning;

– competitor analysis needed to create brand identity, give the communication program specific features that are different from competitors;

– analysis of the brand itself, including its past stratifications, image, strengths and weaknesses, the idea that it gives about the company.

When implementing the process of planning world brands, it is necessary to avoid narrow fixation on the properties of the product, leading to the fragility of the brand's advantages, ease of copying, and superficial consumer perceptions. The strategy of a company that is aware of the purpose of its brand should include individuality, a user's perception, distinctive features of the company, its intangible assets (for example, reputation for innovation and quality), attributes that are symbols of the brand [6].

In addition, it is important to bring the brand identity to the personnel and partners of the company. Reference books, newsletters, books and videos serve this purpose. The planning process should also include the measurement of brand value and achievements.

As part of the strategic process, a mechanism for coordinating global strategies with country strategies is needed. Here two approaches are possible:

1) «top-down» coordination, when a country strategy complements or modifies the global one. Any departure from the global strategy must be justified by the country strategy developers;

2) «bottom-up» coordination, when the world strategy is a synthesis of country strategies. The latter are grouped according to similar defining features (for example, by the nature of the market or the competitive situation) with the selection of common elements.

Definition of management functions and responsibility in the field of brands. Managers on the ground, actually having knowledge of the country, the competitive situation and consumers, as a rule, are convinced that it is their strategy that best suits the local conditions, and they are afraid of imposing any other. With the decentralization of management, now dominant in most companies, there is no mechanism for overcoming this resistance and the conscious and voluntary use of the best strategy options. Therefore, it is necessary to clearly distribute managerial functions and responsibility for the development and implementation of a global strategy.

There are four types of organization of international strategic management in the field of branding:

– management teams by product. Procter & Gamble, where senior management pays great attention to marketing,

has 11 management teams — by the number of product categories, each of which consists of four managers responsible for research and development, production and marketing of relevant products within their own region, and vice president of the company, who directs their work. Teams meet 4–5 times a year and solve global branding issues. The high position of team members makes it easy to overcome organizational barriers and implement decisions;

- leadership by a senior official. At the same time, the manager takes upon himself the approval of all strategic decisions in the field of branding and monitors their implementation, both on a global scale and in individual countries, and often he himself makes specific proposals. This concentration of authority contributes to the coherence and globalization of brand strategies;

- global brand manager. In many firms, especially in high technology and service industries, where senior management is less familiar with marketing problems, effective management of this process requires the appointment of a special manager. The authority of the brand manager is usually limited, so he needs the support of top management. The tasks of a global manager include the development and implementation of a world strategy: the organization of international cooperation, the development of uniform planning standards and a communication system. He must have global experience, authority and product knowledge;

- global team. Such teams usually consist of representatives of regional (country) services and functional areas of marketing (advertising, market research, sales promotion, etc.). They can specialize in divisions or market segments. These segments are coordinated by the global brand council.

Achieving the highest quality work when creating brands. The main task in this area is to balance the overall strategy and take into account local requirements and peculiarities. Its decision is connected with the determination of the most effective way to promote a brand, the choice of the best advertising agency and developers, and constant monitoring. The system of global control, in addition to financial indicators, should take into account such parameters as consumer awareness, consumer commitment (loyalty) to this brand, its individuality, and public reaction, which lay the foundation for developing brand creation programs that hold strong positions in all markets.

3. Multinational brand strategy. This strategy is characterized by a comprehensive and complete adaptation of brands, market offers and marketing activities. It targets various domestic markets — nations or regions. Companies sometimes have to use a multinational brand strategy under the influence of market regulation and external circumstances. In certain markets, full adaptation to local conditions is inevitable. For example, in some countries legal services can be promoted using communication tools, while in others it is prohibited. The use of a multinational brand strategy is most appropriate in cases where a company is faced with high pressure, seeking to meet local requirements.

4. Transnational brand strategy. Companies using this strategy develop individual branding concepts for all foreign markets in which they operate. Not only the brand, but

also the market offer and marketing activities are specifically adapted to local conditions. However, the corporate brand concept remains visible and acts as the basis for guiding local adaptation within its boundaries. At the same time, the company can position its brand in different ways and use adapted pricing and product policies. An example of a transnational advertising campaign can serve as a standardized advertising with the participation of national celebrities. The transnational strategy is designed to best meet national needs. The negative points in this case are the high investment required to meet these requirements, as well as the lack of advantages of standardization. Thus, transnational branding combines the properties of multinational and global branding. Brands must be globally competitive, but must be modified and adapted to meet the requirements of local markets [7].

Changing conditions and expanding the boundaries of markets require constant adaptation of strategies, so in reality there are hybrid forms.

To successfully launch a brand in the international market, it is necessary to understand the differences in consumers' perception of the brand, which is influenced by many factors. Such factors can be conventionally called norms (rules defining the perception of a brand by consumers). According to the system concept of the essence of the process of perception, the norms can be divided into three types:

- norms of the product category;
- norms of needs;
- cultural standards.

Norms of product category (category conventions). For each category of products or services there are customs and unwritten rules that most players adhere to in the market. Smaller players and foreign brands try to attack such norms in order to expand their market share. The norms of categories often are or become flexible — they undergo changes in the minds of consumers or gradually disappear. Therefore, new brands most often attack precisely the norms of the category.

There are three types of norms of the product category:

1. The norms of representation (representation) describe how and where a brand manifests itself. They consist of factors such as advertising, packaging, brand name and its logo. Performance standards often reflect consumer preferences that are not so obvious to foreign brand managers. These include, for example, historical motifs and plots, which emphasize that the production of brands is carried out by traditional methods.

2. The norms of experience in using a product are dictated by the way the consumer is accustomed to using a product or service. The user experience is often determined by the benefits these products and services offer.

3. The norms of the used media and distribution channels determine which media (media) and distribution channels are considered acceptable for brand promotion. The norms of the distribution channels used determine how the product is distributed and where it is sold.

Standards of needs (needs conventions). Consumers create relationships with a brand based on their personal needs and requirements. It is very important to understand

that although a certain need may be common to all people, it can be met differently in different countries. Before launching your brand in a new country, a brand manager should be well aware of exactly what needs his brand satisfies in a new market. From this depends largely on the positioning of the brand and the choice of the target group.

Cultural norms (cultural conventions). Each society has its own cultural norms that influence the way people in this society think and act. Brands are also perceived by consumers in the context of cultural norms. It is much more difficult to struggle against the norms of culture (and most often it is meaningless) than with the other two types of norms, as they have been developed for centuries. Therefore, it is especially important for brand managers to understand the impact these norms have on the perception of their brands.

Culture norms have a large number of varieties. However, beliefs have the greatest effect on brand perception.

Beliefs are the views that members of society consider correct. Beliefs may concern various spheres of the individual's life activity, for example, health, the general structure of the world, etc. The most typical example of the influence of beliefs on a brand is the effect of the country of origin of the brand. Consumers often have a number of beliefs about a country that can positively or negatively affect the brand produced in it.

Thus, the article discusses the prerequisites and conditions of globalization, describes the characteristics and features of international, global, multinational and transnational brands, and analyzes the conditions for the effective implementation of global brand management and identifies the factors of brand perception on the international market.

References:

1. Aaker D. Marketing Research — 7th ed., 2004. — 345 p.
2. Anholt S. Branding: The Road to the World Market — M., 2004. — 174 p.
3. Groshev I. V., Krasnoslobodtsev A. A. System brand management. — M., 2012. — 513
4. K. Keller. Strategic Brand Management: Creating, Evaluating, and Managing Brand Capital. 2nd ed. — M., 2005. — 432 p.
5. Kuznetsova M. How to build a bridge from consumer research to an effective brand management strategy. Brand management. — 2001. — № 4. — p. 53–58.
6. Lamben J. Market-oriented management. Strategic operational marketing. — SPb., 2007. — 407 p.
7. Pashutin S. B. How to create a national brand. — M., 2007. — 219 p.

Вычисление и параметрический анализ размера страхового взноса, выплачиваемого определенной группой сотрудников некоторой компании в моделях страхования жизни

Ульянова Елена Анатольевна, студент;
Шлейникова Алёна Сергеевна, студент;
Татарченкова Анна Дмитриевна, студент;
Скрипцов Дмитрий Алексеевич, студент
Санкт-Петербургский государственный университет

Введение. Сегодня страхование занимает одно из основных мест в жизни многих людей, так как оно является способом финансовой защиты их жизни, здоровья, имущества. Все больше людей сейчас обращаются в страховые компании, чтобы минимизировать финансовый ущерб, полученный при возможных дорожных авариях, кражах, несчастных случаях и т.п. [1]. Данная работа посвящена исследованиям, лежащим в области краткосрочного страхования жизни. Современные методы подсчета величины страховой премии и связанных с ней величин являются довольно громоздким и трудоемким процессом [2]. Данный процесс занимает много времени, в связи с чем его необходимо автоматизировать, тем самым облегчив работу сотрудникам страховых компаний.

Постановка задачи. Компания «А» организует групповое страхование жизни для своих сотрудников. Структура персонала такова: компания «А» имеет N сотрудников, подразделяющихся на $1, \dots, n$ профессиональных классов, в каждом из которых определенное число сотрудников. Для каждого профессионального класса определена страховая сумма, а также вероятность смерти. Компания «А» хочет внести в страховой фонд сумму, равную ожидаемым выплатам страховых возмещений. Каждый сотрудник должен внести сумму, равную определенной доле d от размера ожидаемой выплаты. Размер этой доли определяется таким образом, чтобы с вероятностью $\alpha\%$ средств страхового фонда хватило для выплаты страховых возмещений [3].

Для автоматизации решения поставленной задачи требуется:
 аналитически определить размер страхового взноса для работников k -го профессионального класса;
 разработать приложение для автоматического расчета размера страхового взноса, позволяющее пользователю самостоятельно задавать значения всех параметров, таких как общее количество сотрудников в компании, количество профессиональных классов, вероятность неразорения страховой компании и др., и рассчитать с его помощью величину страхового взноса;
 сравнить полученные результаты.

Алгоритм решения задачи. Для решения данной задачи разработан следующий алгоритм:

Вычислить среднее значение и дисперсию индивидуальных потерь для каждого профессионального класса:

$$E(\mu_i) = q_i M_i, \#(1) \quad D(\mu_i) = q_i(1 - q_i) M_i^2. \#(2)$$

Вычислить среднее значение и дисперсию суммарных выплат для каждого профессионального класса:

$$E(S_i) = N_i E(\mu_i), \#(3) \quad D(S_i) = N_i D(\mu_i). \#(4)$$

Вычислить среднее значение и дисперсию суммарных выплат для всего портфеля:

$$E(S) = \sum_{i=1}^n E(S_i), \#(5) \quad D(S) = \sum_{i=1}^n D(S_i). \#(6)$$

Вычислить долю d от размера ожидаемой выплаты

$$d = \frac{x_\alpha \sqrt{D(S)}}{E(S)} \times \#(7)$$

Вычислить защитную надбавку для работников i -го профессионального класса

$$d_i = d E(\mu_i). \#(8)$$

Пример реализации алгоритма. Покажем, как данная общая задача решается на конкретном примере. Пусть в компании «А» 1000 сотрудников и структура персонала следующая:

Профессиональный класс	Число сотрудников, (N_i)	Страховая сумма, (M_i)	Вероятность смерти (q_i)
1	300	1	0,1
2	300	1	0,2
3	400	2	0,3

Пусть $\alpha = 98\%$, q_i — вероятность смерти сотрудника i -го профессионального класса, M_i — размер страховой суммы для сотрудников i -го профессионального класса, N_i — число сотрудников i -м профессиональном классе. Необходимо определить размер взноса для сотрудников 3-го профессионального класса.

Индивидуальные потери по договору принимают значения 0 с вероятностью $1 - q_i$ и M_i с вероятностью q_i .

Среднее значение и дисперсия индивидуальных потерь для каждого профессионального класса по формулам (1) и (2) соответственно:

$$E(\mu_1) = 0,1 \cdot 1 = 0,1,$$

$$E(\mu_2) = 0,2 \cdot 1 = 0,2,$$

$$E(\mu_3) = 0,3 \cdot 2 = 0,6,$$

$$D(\mu_1) = 0,1(1 - 0,1) \cdot 1^2 = 0,09,$$

$$D(\mu_2) = 0,2(1 - 0,2) \cdot 1^2 = 0,16,$$

$$D(\mu_3) = 0,3(1 - 0,3) \cdot 2^2 = 0,84.$$

Среднее значение и дисперсия суммарных выплат для каждого профессионального класса по формулам (3) и (4) соответственно:

$$E(S_1) = 300 \cdot 0,1 = 30,$$

$$E(S_2) = 300 \cdot 0,2 = 60,$$

$$D(S_1) = 300 \cdot 0,09 = 27,$$

$$D(S_2) = 300 \cdot 0,16 = 48,$$

$$D(S_3) = 400 \cdot 0,84 = 336.$$

Среднее значение и дисперсия суммарных выплат для всего портфеля по формулам (5) и (6) соответственно:

$$E(S) = 330,$$

$$D(S) = 411.$$

По условию задачи размер взноса сотрудником заданного профессионального класса определяется таким образом, чтобы средств страхового фонда хватило для страховых возмещений с вероятностью 98%, следовательно, должно выполняться равенство:

$$P(S \leq u) = 0,98 \Leftrightarrow \left(\frac{S - E(S)}{\sqrt{D(S)}} \leq \frac{u - E(S)}{\sqrt{D(S)}} \right) = 0,98.$$

Величина общих выплат центрированная и нормированная, следовательно, можно воспользоваться Гауссовским приближением:

$$\frac{u - E(S)}{\sqrt{D(S)}} = x_{98\%}.$$

Тогда можно найти долю d от размера ожидаемой выплаты по формуле (7):

$$d = 0,12594.$$

Защитную надбавку для работников 3-го профессионального класса вычислим по формуле (8):

$$d_3 = 0,075564.$$

Результат, вычисленный аналитически. Размер взноса для работников третьего профессионального класса составляет 7,56% от размера ожидаемой выплаты.

Результат работы приложения. Приведем результаты расчетов разработанного приложения, а также его интерфейс:

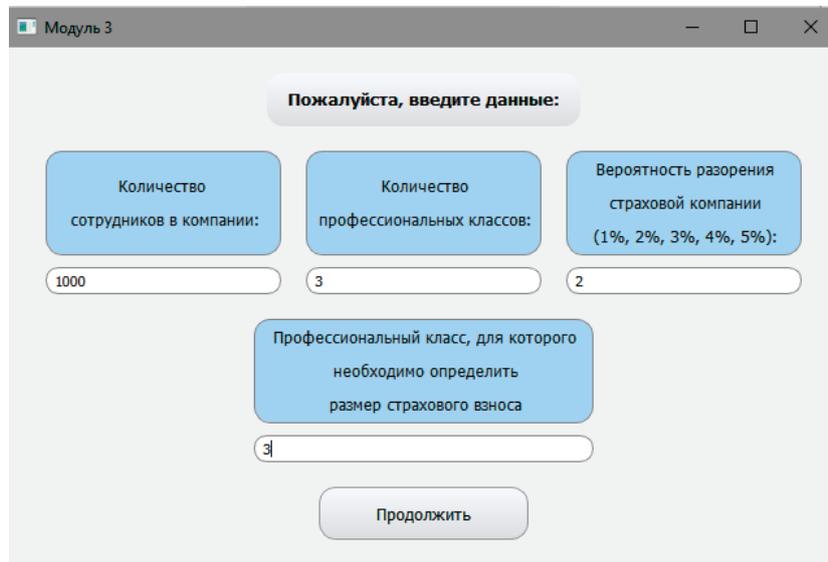


Рис. 1. Окно ввода данных

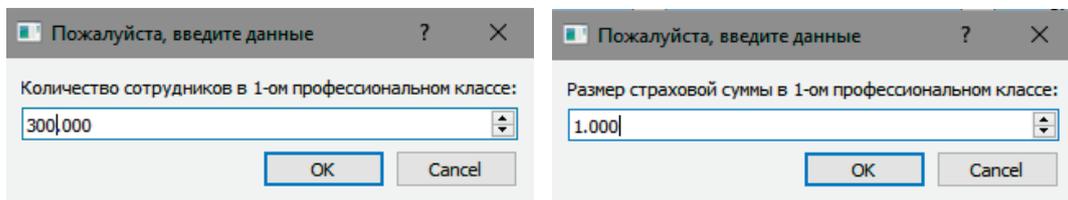


Рис. 2. Диалоговые окна ввода данных

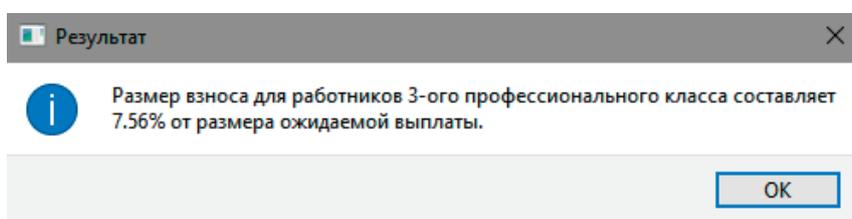


Рис. 3. Результат вычислений

Заключение. Разработана программа на языке программирования C++ для автоматического расчета размера страхового взноса для определенной группы сотрудников некоторой компании. Для данной программы реализован удобный и понятный для пользователя интерфейс в среде разработки Qt Creator. Результаты, полученные аналитически и вычисленные с помощью приложения идентичны. Приложение дает возможность пользователю самостоятельно задавать значения всех параметров и выполняет все вычисления довольно быстро, что экономит время сотрудников страховых компаний и позволяет обслуживать за то же время большее количество клиентов.

Литература:

1. Кудрявцев А. А. Актуарная математика: Оценка обязательств компании страхования жизни: Учеб. пособие. 2-е изд. СПб.: Издво С. — Петерб. ун-та, 2005. 240 с.
2. Дорофеев Б. В., Замураев К. А., Смирнов Н. В. Актуарные расчеты в пенсионном страховании (Конспект лекций). Учебное пособие. СПб: Издательский Дом Федоровой Г. В., 2018. 50 с.
3. Фалин Г. И. Математические основы теории страхования жизни и пенсионных схем. Издание 2-е, переработанное и дополненное. М.: Анкил, 2002. 262 с.

Организация сбытовой деятельности на предприятии с крупносерийным типом производства на конкурентном рынке

Федюкина Кристина Игоревна, студент

Рязанский государственный радиотехнический университет имени В. Ф. Уткина

Экономическое состояние отечественной промышленности в современных условиях хозяйствования можно охарактеризовать как нестабильностью спроса с одной стороны, так и ростом конкуренции — с другой. Поэтому производственные компании для сохранения и укрепления своих конкурентных позиций должны делать грамотный выбор эффективных способов продвижения своей продукции на выгодные рынки.

Каждая отрасль промышленности или сфера деятельности конкретного предприятия характеризуется отличительными особенностями сбытовой деятельности. Так, следует отдельно выделить сбыт продукции крупносерийного типа производства, которая считается фактически сырьем для других производств. Построение эффективной организации сбытовой деятельности на предприятии с крупносерийным производством является крайне актуальным процессом, поскольку такое производство характеризуется ограниченным ассортиментом, а в условиях конкурентного рынка найти постоянных потребителей его продукции — крайне непростая задача.

Общие вопросы сбытовой деятельности организаций достаточно широко отражены в учебно-научных публикациях. Так, В. И. Степанов определяет сбытовую деятельность в качестве итогового результата работы коммерческого предприятия, а также процесса продвижения продукции на конкурентный рынок и ее реализации промежуточным или конечным потребителям [3].

Ф. Котлер связывает сбытовую деятельность с организацией товародвижения от производителя к потребителю [2].

В. В. Бурцев считает, что сбытовая деятельность — это совокупность сбытовых маркетинговых стратегий и мероприятий, связанных с созданием товарного ассортимента, уста-

новлением цен на него, формированием спроса и дальнейшим стимулированием сбыта, договорными отношениями между контрагентами, непосредственно товародвижением [1].

С. О. Хасанова под сбытовой деятельностью подразумевает процесс продвижения произведенной продукции (товаров) на рынки и последующую организацию товарного обмена для получения прибыли производителем [4].

Все представленные определения фактически идентичны друг другу. При этом каждый из упомянутых авторов уделяет внимание методам и приемам сбытовой деятельности, конкретным каналам сбыта. Однако особенности сбыта продукции именно для крупносерийного производства в условиях высоко конкурентного рынка, где организовать сбыт однородной продукции — крайне непросто, данные и другие авторы публикаций в области организации коммерческой деятельности не уделяют должного внимания, что еще раз подчеркивает актуальность выбранной темы.

Прежде всего стоит отметить, что особенностью сбытовой деятельности предприятия крупносерийного производства следует считать преимущественное заключение сделок на поставку продукции достаточно крупными партиями. Эта продукция часто является сырьем для продукции других предприятий (металлургическое производство — производство машин, производство тары — производство алкогольной и безалкогольной питьевой продукции и так далее). Соответственно спрос на конкурентных рынках продукции с крупносерийным типом производства как сырья напрямую зависит от спроса на конечную продукцию предприятия-покупателя [5].

Кроме внешнего фактора (спроса на конечную продукцию), для предприятия-производителя с крупносерийным типом производства крайне важно поставлять продукцию

в установленные договором сроки. Ведь от своевременной поставки продукции-сырья зависят итоги коммерческой деятельности предприятия-производителя конечной продукции, а следовательно — деловая репутация поставщика.

Реализация продукции с крупносерийным типом производства в условиях современного конкурентного рынка характеризуется повышением роли заключения договоров на долгосрочный период. Долгосрочные договорные отношения между производителем продукции крупносерийного производства, которая является сырьем для конечного производства, выгодны обоим сторонам договора. Для первой стороны — это постоянный потребитель, для второй — постоянный поставщик.

Крайне важно на предприятии с крупносерийным типом производства устанавливать не только постоянных хозяйственные связи с предприятиями-потребителями, но и искать новые рынки сбыта, что является эффективным методом страхования от рисков в случае отказа покупателя в приобретении продукции поставщика, а также возможностью повысить свои конкурентные позиции.

Характерная черта сбытовой деятельности на предприятиях крупносерийного производства состоит в преимуществе прямых продаж, что, как раз и способствует налаживанию постоянных хозяйственных связей, поскольку данный факт способствует снижению цены для предприятия-покупателя.

И, наконец, наличие эффективно работающей службы сбыта, наличие в ней грамотных специалистов в области продвижения — маркетологов.

Далее проведем анализ внешней среды предприятия крупносерийного типа производства — ЗАО «Скопинский завод — ИталДекор» с целью выработки направлений организации эффективной сбытовой деятельности.

Одним из предприятий по декорированию стеклянной тары для заполнения ей алкогольной продукции на территории г. Скопин Рязанской области является ЗАО «Скопинский завод-ИталДекор». Данная стеклянная тара рассчитана на ее заполнение спиртными напитками объемом 0,25 л, 0,5 л. и 0,7 л.

Это предприятие относится к крупносерийному типу спроса, поскольку имеет достаточно ограниченный ассортимент со стандартным стилем, предполагает поставку товара крупными партиями и наличие постоянных заказчиков.

ЗАО «Скопинский завод-ИталДекор» поставляет свою продукцию следующим оптовым компаниям:

- ООО «Торговый дом «Гласс Декор»;
- ООО «Торгово-промышленная группа «Гласс Декор».

Литература:

1. Бурцев В.В. Сбытовая и маркетинговая деятельность. Типовые должностные инструкции, внутрифирменные документы. — М.: Экзамен, 2013. — 224 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент. — СПб.: Питер, 2017. — 800 с.
3. Степанов В.И. Логистика. — М.: Проспект, 2016. — 488 с.
4. Хасанова С.О. Сбытовая деятельность предприятия как объект управления // Статья в сборнике трудов конференции «Инновации в управлении региональным и отраслевым развитием». — 2015. — № Тюмень, 11–12 ноября 2015 г. — С. 224–227.

Эти компании, в свою очередь, реализуют продукцию ЗАО «Скопинский завод-ИталДекор» конечным потребителям — производителям крепких спиртных напитков.

Использование косвенного канала сбыта влечет за собой риски для завода, поскольку конечный производитель получает продукцию с наценкой посредников, что, в свою очередь, — не выгодно потребителям. Поэтому имеет место риск неполной реализации выпущенной стеклянной тары, а данный факт влечет за собой возможные убытки и затоваривание складов.

Поэтому, прежде всего, служба сбыта должна наладить прямую поставку декорированной стеклянной тары непосредственным производителям крепких спиртных напитков. Это, к примеру, ООО «Касимовский ликероводочный завод», ООО «Кристалл», ООО «Нарофоминский ликероводочный завод». При этом ориентация должна быть на тех производителей, которые расположены в относительной географической близости от ЗАО «Скопинский завод-ИталДекор» (на территории Московской и близлежащих областей). Сбыт при этом предлагается организовать с системой скидок в зависимости от объема поставляемой партии.

Для информирования прямых потребителей о наличии продукции необходимо заниматься продвижением сайта компании в поисковых системах (SEO-оптимизацией), рассылкой объявлений в официальных группах социальных сетей Instagram, ВКонтакте, Одноклассники, адресной рассылкой объявлений для личного взаимодействия с потенциальными клиентами. Для реализации данного направления потребуется IT-специалист и специалист по продвижению сайта.

С целью дополнительного страхования риска затоваривания продукции крупносерийного спроса и создания дополнительного интереса для потребителя в ЗАО «Скопинский завод-ИталДекор» следует ввести должность дизайнера для создания брендированной (эксклюзивной) стеклянной тары. Брендированную тару при этом предлагается реализовывать по эксклюзивным договорам для конкретного производителя.

Таким образом, особенности организации сбытовой деятельности на предприятии с крупносерийным типом производства состоят в заключении крупных сделок, наличие постоянных договорных отношений на долгосрочный период, организации прямых продаж. Так, предприятие с крупносерийным типом производства часто производит продукцию, являющуюся сырьем для производителя конечной продукции.

5. Тулинова В. В. Особенности бытовой деятельности промышленных предприятий // Международный журнал социальных и гуманитарных наук. — 2016. — Т. 5. № 1. — С. 107–110. [Электронный ресурс]: // Режим доступа: <http://intjournal.ru/osobennosti-sbytovoj-deyatelnosti-promyshlennyh-predpriyatij/>

Особенности рынка товаров и услуг в сфере коррекции зрения

Чимитова Дулма Батоцыреновна, студент магистратуры;
Мазанкова Татьяна Васильевна, кандидат экономических наук, доцент
Хабаровский государственный университет экономики и права

В статье рассматриваются особенности рынка товаров и услуг в сфере коррекция зрения. Выделены характеристики и классификаторы товаров и услуг, названы основные субъекты рынка.

Ключевые слова: рынок товаров и услуг в сфере коррекции зрения, сегменты рынка, очки, салоны оптики.

Рынок товаров и услуг в сфере коррекции зрения является достаточно специфичным рынком. По статистическим данным Минздрава России 15 лет назад людей, имеющих заболевание глаз, было 13,7 миллионов человек. На данный момент считается что, у каждого седьмого жителя страны, то есть у 20,7 миллионов человек выявлены разные виды нарушения зрения. Для преодоления дефектов зрения 40,8% пользуются очками и 2% — контактными линзами. Данные о заболеваемости болезнями глаза представлены в таблице 1.

В динамике за 7 лет с 2011 по 2017 год численность населения РФ выросла на 3900 тыс. человек, в то же время анализ данных по заболеваемости болезнями глаза и его придаточного аппарата показывает снижение количества заболевших на 117 тыс. человек в год или на 168,2 тыс. человек в расчете на 100 тысяч человек населения. Несмотря на снижение заболеваемости, данные являются очень высокими.

В зависимости от степени проявления нарушения зрения, оно оказывает негативное воздействие на трудоспособность, ограничивает перечень профессий, который выбирает человек. Заболевания глаз влияют на качество жизни, поэтому относятся к очень актуальным проблемам

Целью работы является определение основных элементов рынка услуг в сфере коррекции зрения и выявление факторов его определяющих.

В соответствии с целью определены следующие задачи:

– определить классификации товаров и услуг в сфере коррекции зрения;

– определить основных субъектов предложения на рынке товаров и услуг в сфере коррекции зрения;

Методы исследования: анализа, синтеза, статистический анализ.

Рынок товаров и услуг в сфере коррекции зрения является одним из наиболее быстро развивающихся коммерческих секторов медицины. В некоторых маркетинговых исследованиях рынок коррекции зрения считают частью фармацевтического рынка.

Представим вначале характеристику товаров в сфере коррекции зрения. В соответствие с общероссийским классификатором продукции по видам экономической деятельности ОК 034–2014 (КПЕС 2008), утвержденного приказом Росстандарта от 21.01.2014 № 14-ст. товары в сфере коррекции зрения относятся к группам 32.50 Инструменты и оборудование медицинские. 32.50.4 Очки, линзы и их части (рисунок 1).

В группе 32.50.4 выделены 4 подгруппы: 32.50.41 Линзы контактные, линзы для очков из различных материалов; 32.50.42 — Очки для коррекции зрения, защитные или прочие очки; 32.50.42 Оправы и арматура для очков, защитных очков; 32.50.44 Части оправ и арматуры для очков, защитных очков.

Ассортимент товаров в сфере коррекции зрения представлен в таблице 2.

Таблица 1. Динамика заболеваемости болезнями глаза и его придаточного аппарата

Показатель	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Численность населения, тыс. чел. на к.г.	142900	143000	143300	143700	146300	146500	146800
Заболеваемость населения болезнями глаза и его придаточного аппарата, всего тыс. чел.	4758	5043	5023	5067	4878	4787	4641
Заболеваемость населения болезнями глаза и его придаточного аппарата, на 100 тыс. человек	3329,6	3526,6	3505,2	3526,0	3334,2	3267,6	3161,4

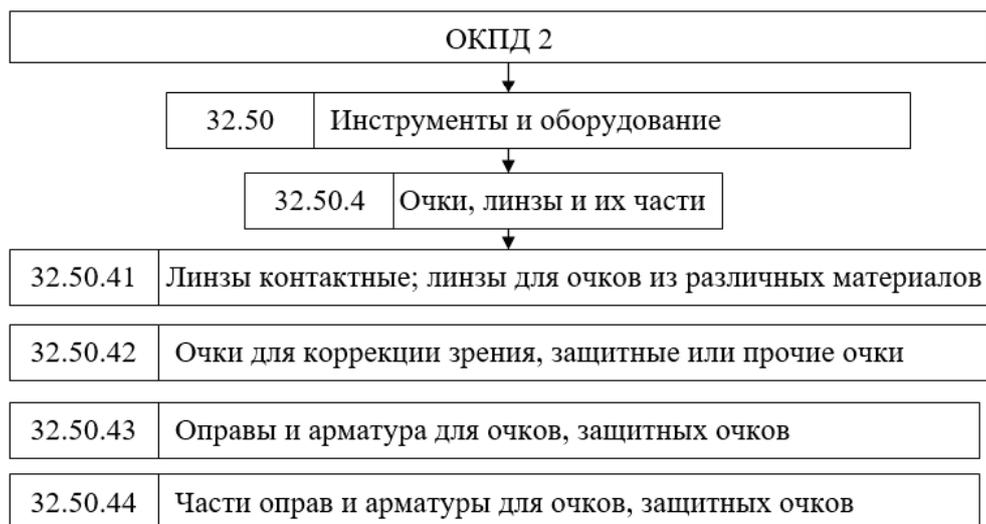


Рис. 1. Коды классификаторов очков и линз

Таблица 2. Перечень реализуемых товаров в сфере коррекции зрения

№	Наименование	Описание
1	Готовые очки	Готовые очки с диоптриями
2	Оправы очков	Мужские, женские, детские оправы
3	Очковые линзы	Прогрессивные, офисные, фотохромные, поляризационные и т.д.
4	Солнцезащитные очки	Мужские, женские, детские очки, очки для вождения и т.д.
5	Контактные линзы	Цветные, однодневные, двухнедельные, месячные и т.д.
6	Сопутствующие товары	Футляры, салфетки, шнурки для очков, лупы, контейнеры для контактных линз, окклюдеры

Основным, традиционным товаром на этом рынке являются очки. Целевое назначение очков делится на:

- медицинские очки, предназначенные для коррекции зрения;
- защитные, предназначенные для защиты от вредного воздействия на глаза;
- специальные, предназначены для достижения результатов в профессиональной деятельности.

Можно также классифицировать очки и по рыночным сегментам.

Можно выделить 4 основных сегмента: продукция эконом-класса, среднего класса, премиум класса, люкс-

класса. Важно отметить, что увеличение стоимости товаров не пропорционально увеличению качества товара. Потребитель готов платить за бренд, имидж.

Особенность данного рынка заключается в том, что население при покупке товаров в сфере коррекции зрения нуждается в консультации врача-офтальмолога и рецепте. На первом месте среди глазных заболеваний — отклонение рефракции, то есть дальнозоркость и близорукость, второе место занимает глаукома, на третьем месте — катаракта. Данные проблемы опытный врач-офтальмолог способен распознать на приеме.

Таблица 3. Классификация товаров в сфере коррекции зрения по рыночным сегментам

Сегмент	Характеристика	Цена, руб.
Эконом-класс	Очки данной категории не имеют завышенной цены, в этот сегмент вкладываются минимальные затраты продвижения, товар отличается простотой и приемлемым уровнем качества.	До 2 000
Средний класс	Люди со средним достатком желают получить качество, но не хотят переплачивать. Качественный товар, не очень раскрученный бренд	2 000–7 000
Премиум-класс	Это очки известных брендов. На первый план выходит не качество товара или услуги, а имидж. Покупатель переплачивает за бренд.	От 7 000–30 000
Люкс-класс	Это эксклюзивные, штучные товары. Продукт выпускается в единичном экземпляре и является предметом гордости коллекционеров	От 30 000 и выше

Таблица 4. Классификатор услуг сферы коррекции зрения

Классификатор	Код	Расшифровка
ОКПД 2	47.78	Услуги прочей розничной торговли в специализированных магазинах
	47.78.2	Услуги по розничной торговле очками, включая сборку и ремонт очков, в специализированных магазинах
	47.78.20	Услуги по розничной торговле очками, включая сборку и ремонт очков, в специализированных магазинах

Классификация услуг в сфере коррекции зрения представлена в таблице 4.

В России на рынке товаров и услуг в сфере коррекции зрения, выделяют [3, С. 111] следующие организации:

- специализированные салоны оптики (терапевтической оптика);
- бутики и магазины модной одежды (декоративная оптика одноименных брендов);
- небольшие специализированные киоски.

Также на рынке в сфере коррекции зрения существуют магазины в переходах и множество прилавков в метро, где обладает низкокачественная продукция.

Специализированных салонов оптики осуществляют свою деятельность по трем направлениям:

- медицинская деятельность (оказывают услуги по подбору средства коррекции зрения и определению его параметров, включая выписку врачебного рецепта);
- подбор контактных линз по заданным параметрам;
- изготовление очков и (или) подбор комплектующих материалов для оправы и очковых линз.

На услуги врача по подбору средств коррекции зрения и осуществляющие изготовление очков по индивиду-

альным заказам салоны оптики должны обладать специальной правоспособностью и иметь лицензии на медицинскую деятельность и на производство и техническое обслуживание медицинской техники.

Вывод. Особенности рынка товаров и услуг в сфере коррекции зрения являются:

- зависимость от уровня заболеваемости болезнями глаз и придаточного аппарата;
- сильное влияние моды, развитие сегментов товаров премиум- и люкс-классов, когда потребитель переплачивает за имидж, за бренд;
- сложность входа на рынок, поскольку для отдельных видов деятельности, необходима лицензия;
- существование «нецивилизованной торговли» в переходах, в киосках, на рынках, создающее условия для покупки товаров, неподходящих под индивидуальные параметры зрения человека, что может сказаться на его самочувствии.

Рынок товаров и услуг в сфере коррекции зрения зависит от материального благополучия населения, и от потребительской культуры.

Литература:

1. Здравоохранение в России. 2017: Стат.сб./Росстат. — М., 3-462017. — 170 с
2. Каняшкина Н. К. Кистенева Н. С. Общий обзор рынка товаров и услуг в сфере коррекции зрения // Российская наука: актуальные исследования и разработки: сб. науч. ст. I Всерос. заоч. науч. — практ. конф., посвящ. 85-летию Самар. гос. экон. ун-та, 10 июня 2016 г.: в 3 ч. / [редкл.: Г. Р. Хасаев, С. И. Амшарина (отв.ред) и др.]. — Ч. 2. — Самара: Из-во Самар. гос. экон. ун-та, 2016. С. 202–203. Режим доступа: https://elibrary.ru/download/elibrary_26789909_22285134.pdf (дата обращения 10.03.2019).
3. Каняшкина Н. К., Кистенева Н. С. Особенности рынка товаров и услуг в сфере коррекции зрения // Научные исследования и разработки молодых ученых. 2016. № 12. С. 108–113. Режим доступа: https://elibrary.ru/download/elibrary_26460071_97713143.pdf (дата обращения 10.03.2019).

Молодой ученый

Международный научный журнал
№ 23 (261) / 2019

Выпускающий редактор Г. А. Кайнова
Ответственные редакторы Е. И. Осянина, О. А. Шульга
Художник Е. А. Шишков
Подготовка оригинал-макета П. Я. Бурьянов, О. В. Майер

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются.
За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.
При перепечатке ссылка на журнал обязательна.
Материалы публикуются в авторской редакции.

Журнал размещается и индексируется на портале eLIBRARY.RU, на момент выхода номера в свет журнал не входит в РИНЦ.

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ №ФС77-38059 от 11 ноября 2009 г.
ISSN-L 2072-0297
ISSN 2077-8295 (Online)

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый»
Номер подписан в печать 19.06.2019. Дата выхода в свет: 26.06.2019.
Формат 60 × 90/8. Тираж 500 экз. Цена свободная.

Почтовый адрес редакции: 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231.
Фактический адрес редакции: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.
E-mail: info@moluch.ru; <https://moluch.ru/>
Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.