



**ПЕРМСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени Г.В. ПЛЕХАНОВА»**



***Актуальные проблемы и
перспективы развития
потребительского рынка***

**Материалы
IV Международной научно-практической конференции
студентов и учащихся, посвященной 55-летию учебного
заведения**

Пермь 2020

УДК 339.3, 339.5
ББК 65.422, 65.428

Редакционная коллегия: д-р экон. наук, **М.С. Оборин**; канд. мед. наук **Э.Э. Бармина**; канд. фарм. наук **Т.А. Мазунина**; канд. экон. наук **А.А. Носков**; ст. преподаватель **Т.А. Нагоева**

Ответственные за выпуск – **Т.А. Нагоева, А.А. Носков**

Актуальные проблемы и перспективы развития потребительского рынка: Материалы IV Международной научно-практической конференции студентов и учащихся, посвященной 55-летию учебного заведения (Пермь, ноябрь 2019 г.) / Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В.Плеханова». – Пермь: Изд-во «Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г.В.Плеханова», 2020. – 347 с.

В книге представлены материалы IV Международной научно-практической конференции студентов и учащихся, посвященной 55-летию учебного заведения, проходившей в Пермском институте (филиале) Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова в ноябре 2019 года.

Сборник содержит материалы, в которых рассматриваются перспективы развития потребительского рынка в современных условиях; теоретические и практические аспекты коммерческой деятельности; вопросы продовольственной безопасности как фактора социально-экономической стабильности; значение товароведения и экспертизы товаров в условиях рыночной экономики; проблемы бухгалтерского учета, аудита и налогообложения предприятий торговли и общественного питания; современные тенденции деловой коммуникации.

Материалы опубликованы в авторской редакции.

Материалы сборника будут полезны для студентов и учащихся всех курсов высших и средних учебных заведений, интересующихся вопросами торговли.

© Пермский институт (филиал)
ФГБОУ ВО «Российский
экономический университет имени
Г.В. Плеханова», 2020

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ИСТОЧНИКИ ЭНЕРГИИ – ШАГ К ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТОМУ БУДУЩЕМУ

Азимова Дилноза Кахрамоновна

студентка Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

*научный руководитель: **Воронина Эмма Васильевна***

кандидат химических наук, доцент Пермского института (филиала) РЭУ им.

Г.В. Плеханова, г. Пермь

В современном мире сложно отыскать место, где не используется электроэнергия. Человеку будет сложно представить свою жизнь без электричества. Благодаря широкому внедрению электричества были сделаны величайшие открытия, что позволило облегчить жизнь современному человеку. Человечество не может обойтись без источников энергии как в быту, в производстве так и в сельском хозяйстве, при этом не задумывается о том, что традиционные источники энергии (нефть, газ, дрова и др.) могут иссякнуть. По оценкам ученых это может произойти в ближайшие десятилетия.

Важно найти новые источники энергии, которые бы являлись более безопасными для состояния среды обитания. Ведь дело не только в истощении традиционных источников, хотя этот фактор не менее важен. Такой процесс как сжигание топлива приводит к вредным выбросам в атмосферу, при этом ухудшается среда обитания человека и появляется новая экологическая проблема. Именно поэтому растет актуальность данной проблемы.

Целью данной работы является обзор альтернативных источников энергии.

Во многих развитых странах уже используют альтернативные источники энергии. Солнечная энергия является одним из самых мощных видов альтернативных источников энергии. Чаще всего её преобразуют в электричество солнечными батареями. Если посчитать, то всей планете на целый год хватит энергии, которую солнце посылает на Землю за день. Конечно, у этой энергии есть и недостатки, главным из которых является зависимость от погоды и времени суток. Именно поэтому извлекать солнечную

энергию для северных стран невыгодно. Во-первых, конструкции дорогие, за ними нужно «ухаживать» и вовремя утилизировать сами фотоэлементы, в которых содержатся ядовитые вещества (свинец, галлий, мышьяк). Во-вторых, необходимы огромные площади для высокой выработки.

Солнечное электричество распространено там, где оно дешевле обычного. К таким регионам относятся отдалённые обитаемые острова и фермерские участки, космические и морские станции. В тёплых странах с высокими тарифами на электроэнергию, оно может покрывать нужды обычного дома. Например, в Израиле 80% воды нагревается солнечной энергией [2].

Вторым видом альтернативной энергии является ветроэнергетика. Запасов энергии ветра в 100 раз больше запасов энергии всех рек на планете. Ветровые станции помогают преобразовывать ветер в электрическую, тепловую и механическую энергию. Главным оборудованием являются ветрогенераторы для образования электричества, а также ветровые мельницы для механической энергии.

Данный вид возобновляемой энергии хорошо развит в таких странах, как Дания, Португалия, Испания, Ирландия и Германия. К началу 2016 года мощность всех ветрогенераторов обогнала суммарную установленную мощность атомной энергетике. Недостаток данного источника энергии в том, что её нельзя контролировать, так как сила ветра непостоянна. Ещё ветроустановки могут вызывать радиопомехи и влиять на климат, потому что забирают часть кинетической энергии ветра – правда, учёные пока не знают хорошо это или плохо.

Ветрогенераторы можно разделить на две категории: промышленные и домашние (для частного использования). Промышленные ветроэлектростанции устанавливаются государством или крупными энергетическими корпорациями. Как правило, их объединяют в сети, в результате получается ветряная электростанция. Ее основное отличие от традиционных (тепловых, атомных) состоит в том, что имеет место полное отсутствие, как сырья, так и отходов.

Единственное важное требование для ВЭС — высокий среднегодовой уровень ветра. Мощность современных ветрогенераторов достигает 6 МВт.

Обжитая часть России бедна ветровыми ресурсами. Средняя скорость ветра в 4–5 м в секунду характерна для большинства промышленных районов. Малая скорость ветра означает малую мощность ветрового потока. Это значит, что, скорее всего, в России ветряные мельницы будут работать в основном половину времени.

Ветрообильными районами являются прибрежные территории, расположенные вдоль морей и крупных озер. Побережье Северного Ледовитого океана, побережье Тихого океана имеют хороший ветровой потенциал, но они являются мало обжитыми. К районам, благоприятным для размещения ветряков, можно, пожалуй, отнести несколько километров побережья в Ленинградской области вокруг Финского залива и Ладожского озера. Морское побережье Ростовской области и Краснодарского края. Приморский край (район Владивостока). Перспективны ветрозапасы в Мурманской и Архангельской областях, но там более суровые условия для исполнения проектов ветропарков. Сложность использования ветра заключена в его непостоянстве. Построить генераторную и стабилизирующую установку для ВЭУ составляет самостоятельную и очень сложную задачу [1].

Следующий источник энергии – гидроэнергия. Для преобразования движения воды в электричество нужны гидроэлектростанции (ГЭС) с плотинами и водохранилищами. Их ставят на реках с сильным потоком, которые не пересыхают. Плотины строят для того, чтобы добиться определённого напора воды, который заставляет двигаться лопасти гидротурбины, а она приводит в действие электрогенераторы. Турбины могут работать в разных режимах мощности и контролировать выработку электричества. Этот источник является самым популярным вариантом альтернативного источника энергии в России. Около 200 речных ГЭС вырабатывают до 20% от всей энергии в стране. В заливе Кислая губа в Мурманской области с 1968 года есть приливная электростанция –

«Кислогубская ПЭС». Самая крупная ГЭС стоит на реке Енисей – «Саяно-Шушенская».

Энергию приливов и отливов берут от естественного подъёма и спада уровня воды. Электростанции ставят только вдоль берега, а перепад воды должен быть не меньше 5 метров. Для генерации электричества строят приливные станции, дамбы и турбины.

Приливы и отливы хорошо изучены, поэтому этот источник более предсказуем относительно других. Но освоение технологий было медленным и их доля в глобальном производстве мала. Кроме того, приливные циклы не всегда соответствуют норме потребления электричества.

Энергия жидкостной диффузии является новым видом альтернативного источника энергии. Принцип работы заключается в том, что осмотическая электростанция, установленная в устье реки, контролирует смешение солёной и пресной воды и извлекает энергию из энтропии жидкостей. Выравнивание концентрации солей даёт избыточное давление, которое запускает вращение гидротурбины. Пока есть только одна такая энергетическая установка в Норвегии.

Геотермальные станции берут внутреннюю энергию Земли, а именно горячую воду и пар. Их ставят в вулканических районах, где вода у поверхности или добраться до неё можно пробуравив скважину (от 3 до 10 км.). Извлекаемая вода отапливает здания напрямую или через теплообменный блок. Ещё её перерабатывают в электричество, когда горячий пар вращает турбину, соединённую с электрогенератором. Недостатками данного источника является высокая цена, угроза температуре Земли, выбросы углекислого газа и сероводорода. Больше всего геотермальных станций в США, Филиппинах, Индонезии, Мексике и Исландии.

Биотопливо является также альтернативным источником энергии. Биоэнергетика получает электричество и тепло из топлива первого, второго и третьего поколений. Первое поколение – твёрдое, жидкое и газообразное биотопливо (газ от переработки отходов). Например, дрова, биодизель и метан.

Второе поколение – топливо, полученное из биомассы (остатков растительного или животного материала, или специально выращенных культур). Третье поколение – биотопливо из водорослей.

Биотопливо первого поколения легко получить. Сельские жители ставят биогазовые установки, где биомасса бродит под нужной температурой. Самым традиционным видом древнейшего топлива являются дрова. Сейчас для их производства сажают энергетические леса из быстрорастущих деревьев, тополя или эвкалипта. Возможно, это один из эффективных источников, который доступен каждому.

Исходя из приведенной выше характеристики наиболее известных альтернативных источников, можно с уверенностью сказать, что главной перспективой является то, что человек сможет существовать даже в условиях жёсткого дефицита нефти, газа и угля.

Альтернативные источники имеют и недостатки. Во-первых, имеются значительные траты не только на этапе строительства, но на дальнейшее обслуживание оборудования в процессе эксплуатации. Из-за этого повышается итоговая цена электроэнергии, поэтому она не всегда оправдана экономически. Сейчас главная задача разработчиков снизить себестоимость установок.

Во-вторых, имеет место зависимость от внешних факторов: невозможно контролировать силу ветра, уровень приливов, результат переработки солнечной энергии зависит от географии страны. В-третьих, маленькая мощность установок (кроме ГЭС). Вырабатываемая мощность не всегда соответствует уровню потребления.

И последнее – влияние на климат. Например, спрос на биотопливо привёл к сокращению посевных площадей для продовольственных культур, а плотины для ГЭС изменили характер рыбных хозяйств.

Прогнозы ученых на ближайшее будущее состоят в том, что перспективным является создание так называемых топливных элементов, которые в отличие от батарей не нуждаются в подзарядке, а при использовании водорода в качестве топлива продуктом окисления является лишь вода. Они

оказывают меньшее воздействие на окружающую среду, чем большинство современных генераторов электроэнергии, требуют минимальных затрат на техническое обслуживание, могут быть использованы как в автономной, так и в стационарной энергетике. Твердоокисные топливные элементы обладают наивысшим коэффициентом полезного действия из всех современных электрогенераторов, кроме того, они хорошо совместимы с существующей энергетической инфраструктурой [3].

В заключение можно сделать вывод о том, что востребованность альтернативных источников энергии лишь растет. Многие страны задумываются о переходе на такие источники, так как думают о будущем населения и хотят вырастить здоровое поколение для развития страны. А если окружающая среда будет загрязнена, то вряд ли мы сможем достичь поставленной цели.

Список литературы:

1. Альтернативные источники энергии и энергосбережения [Электронный ресурс] – URL: <https://ekniga.org/reader/217446/> (дата обращения 15.11.2019)
2. Солнечная энергетика (мировой рынок) [Электронный ресурс] – URL: <http://www.tadviser.ru/> (дата обращения 15.11.2019)
3. Ученые рассказали об альтернативных источниках энергии [Электронный ресурс] – URL: <https://urfu.ru/ru/news/24242/> (дата обращения 15.11.2019)

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ «ХЛЕБ, ТЫ – МИР» КАК ВОЗМОЖНОСТЬ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Азанова Дарья Михайловна
студентка частного профессионального образовательного учреждения
Пермского краевого союза потребительских обществ
«Пермский кооперативный техникум», г.Верещагино
руководитель: Ларионова Татьяна Васильевна,
преподаватель ЧПОУ Пермского краевого союза потребительских обществ
«Пермский кооперативный техникум»

Российская кооперация, объединяя в своем составе полтора миллиона пайщиков и почти 2,5 тысячи потребительских обществ, организует свою деятельность в основном в сельской местности. В потребительских обществах работает 130 тысяч сотрудников, в сельской местности находится более 30 тысяч магазинов потребкооперации, её производство и заготовительные пункты. Центросоюз Российской Федерации представляет собой некоммерческую организацию, которая является высшим координирующим органом российской кооперации.

В третьей декаде сентября текущего года в Калужской области на базе парка-музея «Этномир» состоялся Международный форум предприятий и организаций потребительской кооперации «Хлеб, ты – мир». Организаторами Международного форума стали Центросоюз РФ и администрация Калужской области при поддержке Правительства Российской Федерации. ПАО «Сбербанк» стал стратегическим партнёром, а АО «Россельхозбанк» - официальным спонсором. Международный форум предприятий и организаций потребительской кооперации «Хлеб, ты – мир» собрал 50 тысяч участников из России и 36 стран мира. На форуме присутствовали губернаторы субъектов РФ, представители законодательной и исполнительной власти, руководители кооперативных организаций и ассоциаций малого и среднего бизнеса, другие заинтересованные лица. На форуме присутствовало почти две тысячи студентов из высших и средних специальных учебных заведений потребительской кооперации. В обращении к участникам Международного форума Президент РФ выразил уверенность в том, что форум не только будет способствовать укреплению международного гуманитарного и бизнес-сотрудничества, но и останется в памяти как большое событие, в центре которого человеческое общение, открытость, взаимоуважение, рождение перспективных идей и предложений.

Мероприятия деловой программы Международного форума: Международная кооперативная сессия «Потребительская кооперация 2030», пленарное заседание «Кооперация: время решений», круглые столы по

проблемам развития потребительской кооперации обозначили направления продвижения предприятий кооперации: законодательное обеспечение развития потребительской кооперации; развитие сотрудничества потребительской кооперации с государственной властью; повышение роли кооперации в устойчивом развитии сельской местности; продвижение российских региональных брендов; современные цифровые возможности кооперативной организации; возрождение заготовительной деятельности потребительской кооперации на примере отрасли дикоросов и другие. В программе Международного форума, главной темой которого был «Хлеб, ты - мир» состоялись 71-й конгресс Международного союза пекарей и кондитеров (UIBC), XX Кубок России по хлебопечению, X Всероссийский конкурс «Лучший хлеб России, Кубок качества Центросоюза РФ, был организован пробег автолавок по маршруту Калуга - Медынь – Боровск – парк «Этномир».

Молодёжная программа Международного форума предусматривала проведение Всероссийского фестиваля студенческих отрядов потребительской кооперации, Всероссийский конкурс и круглый стол по молодёжному предпринимательству и международному образованию, фестиваль добровольческого движения «Маяки дружбы. Россия сближает». На Международном форуме работали концертные площадки, проводились мастер-классы, где практически каждый участник мог освоить азы предпринимательства или какого-либо ремесла.

Международный форум «Хлеб, ты - мир» показал, что к настоящему времени российская кооперация сохранила конкурентоспособность, осталась верна своим принципам помощи тем, кто в этом нуждается, так как в основе кооперативного движения – человек.

Возможности развития потребительской кооперации в XXI веке обусловлены тем, что она, в первую очередь, пользуется доверием населения, особенно в селах и малых городах. Потребительская кооперация обеспечивает рабочие места на селе, дает людям возможность заработка, способствует развитию малого и среднего бизнеса, дает молодежи возможность реализовать

свои проекты разной направленности. В конкурсе молодежных проектов в ходе форума победители его – проект «Грядка из огорода» и производство вегетарианской еды получили награды Центросоюза в размере 500 тысяч рублей каждому. Проекты, не ставшие победителями, стали своего рода банком идей Центросоюза РФ, чтобы после их доработки молодые бизнесмены могли их реализовать.

Возможности развития потребительской кооперации также могут заключаться в использовании опыта кооператоров других стран. Председатель Совета регионального отделения Международного Кооперативного Альянса (МКА) Титосэ Араи, которая представляла Союз потребительских кооперативов Японии, рассказала о том, как кооперация организует работу с пожилыми людьми и лицами с ОВЗ. В Японии создана система доставки им продовольствия, и также кооператоры отслеживают ситуации в жизни этих категорий населения, с тем, чтобы оказывать им необходимую поддержку. Кроме того, кооперативы обеспечивают в летние каникулы рабочими местами школьников и помогают студентам. Например, большинство из 430 кооперативов в розничной торговле – студенческие.

Перед российской кооперацией стоят следующие задачи: совершенствование законодательства в сфере кооперативной экономики; внедрение инноваций в торговую, производственную и заготовительную деятельность; цифровизация кооперативной экономики; развитие образовательной системы потребительской кооперации; развитие оптово-продовольственных рынков и логистики; развитие и продвижение региональных брендов.

Участники деловой программы Международного форума подчеркнули, что ожидание большей поддержки от государства на законодательном уровне должно сочетаться с большей активностью в тех вопросах, где поддержка правительства уже есть. Например, цель возрождения деятельности кооперации по заготовке дикоросов поставлена на государственном уровне, но дело продвигается медленно.

Будущее кооперации связывается с молодежью, так как именно её привлекают инновации, связанные с продвижением информационных технологий, цифровизацией торговых, производственных, заготовительных процессов. Единая коммуникационная платформа COOP Connect, созданная со Сбербанком – информационный ресурс для повседневной работы, средство документооборота корпоративного общения. На Форуме были обсуждены мировые тренды цифровизации торговли: электронные ценники, возможности единого электронного идентификатора Coop ID и другие.

По итогам Международного форума «Хлеб, ты - мир» будет сформирован пакет предложений в адрес Президента и Правительства РФ.

Список литературы:

1. Деловая программа Международного форума предприятий и организаций потребительской кооперации «Хлеб, ты - мир». – URL: <https://rus.coop/lp/kaluga/>
2. Дубов И. На повестке дня //Российская газета. - 2019.- № 210 (7968).
3. Павлова А. Региональные бренды со всей России //Деловой вестник «Российской кооперации». -2019.-№ 9. – С.2-3.
4. Правительство РФ поддерживает кооперативное движение России // Деловой вестник «Российской кооперации». -2019.-№ 10. – С.2-3.
5. Ценим прошлое, живём настоящим, устремлены в будущее //Российская кооперация. - 2019. - № 38 (1123).

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

*Алексина Дарья Максимовна
Вольнова Дарина Витальевна
Григорцова Алена Викторовна
студенты группы ПР-21*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь
научный руководитель: Лунева Марина Наилевна
кандидат экономических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь*

В наши дни сложно представить свою жизнь без использования информационных систем. Они применяются во всех областях в различных формах. В зависимости от требований и возможностей системы могут полностью выполнять какую-либо задачу или помогать человеку при ее решении. Одной из сфер, в которой значение использования информационных технологий всегда было очень велико, является финансовая или банковская сфера. Еще не так давно такие организации использовали ручные методы обработки информации, но сейчас невозможно представить банк без компьютеров, средств коммуникации, электронных терминалов и т.д.

Расходы на технологические решения, которые реализуются в финансовой среде, достаточно высоки. Затраты в основном зависят от того, какие услуги собирается внедрять компания, какие именно информационные проекты ведет банк и какую рыночную нишу он занимает. Поэтому в настоящее время быстро растет значение ИТ-области в банковской деятельности. Современные технологии в финансовой сфере обеспечивают стабильное функционирование банков и их подразделений, поддерживают современные методы реализации связи между банками.

Такое автоматизирование информационных технологий банка способствует решению стратегических задач. Важными направлениями автоматизации являются уменьшение затрат и улучшение качества обслуживания. Такие системы также принимают участие в решении банковских аналитических задач, то есть прогнозируют направления развития, определяет

финансовые результаты, оценивает целесообразность деятельности каждого банка. Информационные технологии в банках сейчас являются одной из быстро развивающихся областей. Такой продукт, как автоматизированная банковская система (АБС), является одним из самых востребованных в любой ИТ-компании.

На рисунке 1 представлено распределение использования клиентами цифрового банкинга и отделений (по данным Diebold Nixdorf) по США и другим регионам [7].



Рисунок 1. Распределение предпочтения клиентов на использование цифрового банкинга и отделений

На данный момент, банки уже не предлагают столько новых продуктов, сколько новых услуг, предлагая более индивидуальный подход к каждому клиенту. У многих экспертов совпадает мнение, что персонализация продуктов уже стала тенденцией в банковском секторе.

Для этого часто применяется мобильный банкинг и интернет-банкинг, а использование Big Data предлагает потребителю более подходящий для него продукт. Уже все крупные банки имеют автоматизированную дистанционную помощь. В то же время весь сервисный механизм меняется. Если раньше он был многоканальным (разные сервисы выполняли разные функции), то теперь он работает, чтобы каждая услуга (интернет-банкинг, мобильное приложение, банкомат, офис) выполняла весь список сервисных услуг. Это непременно скажется на количестве работников в отделениях. Президент Сбербанка Герман Греф объявил, что планирует уменьшить штат персонала на 13,8% к 2025 году (или, фактически, уволить каждого седьмого сотрудника)[4].

Тенденция в России заключается не только в сокращении персонала, но и в уменьшении количества филиалов. Это было подтверждено результатами измерений, проведенных российским центральным банком по доступности банковских услуг.

Клиенты банка чаще выбирают дистанционные услуги или предпочитают цифровые банки. Даже в таком крупном банке, как Сбербанк, в начале января функционал уже был реализован для заказа (перевыпуска) дебетовых карт через онлайн-сервис Сбербанка, пока что для клиентов в Москве. То есть около 12 миллионов человек могут заказать карточку, не посещая отдел.

По этой причине, в частности, количество банковских офисов уменьшилось на 9% в 2017 году по сравнению с 2016 годом, эта тенденция сохранилась с 2015 года, когда число филиалов уменьшилось по сравнению с предыдущими годами на 11% и 4%. Кроме того, количество банкоматов также сокращается (на 6%). Эта тенденция прослеживается во всем мире и указывает на следующее: все большее число банков вынуждено снижать свои расходы и переходить на удаленное обслуживание от обслуживания в самом офисе[3].

На сегодняшний день наиболее распространенной услугой в цифровом банкинге являются SMS-оповещения (push-уведомления), которые уведомляют клиентов обо всей денежной деятельности на его счетах, потом по распространённости идет электронная оплата услуг (налоги, коммунальные услуги и т. Д.).

Другой способ персонифицировать сервисы - использование чат-ботов. С помощью чат-роботов вы можете найти много информации, от состояния счетов до персональных предложений банка. Использование виртуальных помощников поможет автоматизировать многие задачи: перевод денег, сравнение банковских продуктов, заказ карт, оплата услуг и т.д.

Возможности использования чат-ботов развиваются, поэтому сервис Talkbank появился во второй половине 2017 года. Этот пример уникален тем, что банк, использующий чат-бота в мессенджерах Telegram и Viber, полностью выполняет функции стандартного банка (в обыденном смысле): это помогает

открыть счет, контролировать расходы, осуществлять переводы, управлять сбережениями и инвестициями. В 2017 году этот стартап смог собрать более 66 миллионов рублей через Telegram[2].

Для того, чтобы снизить издержки на операционную деятельность и, кроме того, на межбанковские расчеты в настоящем времени и регуляторные расчеты, представляется возможность использовать в банковской сфере технологии блокчейн. Блокчейн- это база данных, в которой сохраняется информация о транзакциях участниках сделок. Главным преимуществом, который предстает перед банковскими переводами, является отсутствие посредников и децентрализация. Для банков появляется возможность проводить максимально быстрые транзакции, сделать их безопасными, эффективными и, что немаловажно, прозрачными, благодаря использованию технологии блокчейн. На данный момент около 80% крупных банков в Европе и США разрабатывают возможности применения блокчейн-технологий для выполнения платежей, при этом более 30% находятся в продвинутой стадии разработок.

Всем известно, что одним из трендов развития мобильных приложений в банках стала технология NFC - Near Field Communication. Эта технология предусматривает использование смартфона вместо банковской карты во многих ситуациях. Большинство клиентов останавливает психологический фактор и риск мошенничества при использовании данной инновации, но несмотря на это, она получила достаточно интенсивное развитие.

При всех преимуществах, использование приложения любого банка имеет ряд проблем: риски: мошенники и, реже, сбои в работе системы. введения информационных систем:

- Информационная безопасность.
- Мошенники
- Неустойчивость системы
- Законодательное регулирование.

Несмотря на активное увеличение количества мошенничеств, в современных условиях борьба банков с ними неэффективна. Но кредитные учреждения все же предпринимают ряд мероприятий по сокращению операционных рисков:

- шифрование информации через SSL-протоколы;
- виртуальная клавиатура в системе интернет-банкинга;
- электронная цифровая подпись по удостоверению личности владельца счета;
- система временных паролей по подтверждению финансовых операций.

Среди направлений по снижению рисков мошенничества можно выделить разработку законопроекта по сбору изображений лиц и голосовых слепков своих клиентов, ЦБ разработал в конце августа 2017 года. В декабре 2017 г. Госдума РФ приняла в третьем чтении поправки к закону, который позволяет банкам идентифицировать и аутентифицировать пользователей удаленно с помощью биометрических данных и сведений из Единой системы идентификации и аутентификации (ЕСИА). Центральный банк планирует внедрить к 2020 г. полное функционирование системы ЕСИА[5].

Несмотря на проблемы и трудности России удалось обогнать многие страны по уровню цифровизации банкинга за счет того, что становление рынка происходило уже в цифровую эпоху, говорят аналитики. Средний возраст российского банка с момента последней смены бизнес-модели — восемьдесят лет, что позволило им быстрее адаптироваться по сравнению со старейшими мировыми банками с выстроенной системой классического офлайн-банкинга, отметил младший директор по банковским рейтингам «Эксперт РА» Иван Уклеин [5].

Польша и Турция оказались в топ-5 по той же причине: их банки молодые, и развитие ИТ-инфраструктуры и цифровых каналов проходит быстрее, чем в банках с большим наследием и устоявшейся корпоративной культурой, как, например, в Великобритании, Франции или Нидерландах, отметили в Deloitte Digital[6].

По мнению Уклеина, Лидерство России среди стран ЕМЕА не удивительно: «Но, если взять рынок банковских услуг Сингапура, Гонконга или Южной Кореи, где цифровой банкинг находится на очень высоком уровне, в частности для малого и среднего бизнеса, Россия сильно уступает этим рынкам». Что касается физических лиц, то им российские банки действительно предоставляют качественный сервис, считает эксперт [5].

Таким образом, можно сделать вывод, что в современных условиях наблюдается снижение активного развития цифрового банкинга, на который существенно повлиял период 2009-2015 гг. Банки продолжают модернизацию дистанционного банковского обслуживания, предлагая помимо базовых операций, дополнительные возможности. По результатам данного исследования можно сказать, что с появлением новых технологий также будут появляться новые недостатки и уязвимости этих систем. Но благодаря тому, что развитие не стоит на месте проблемы можно решить, как это делают, например, с безопасностью, вводя дополнительную идентификацию клиентов. Также сейчас становится все больше квалифицированных специалистов, способных поддерживать и улучшать информационные системы. Развивать информационные банковские системы данным специалистам предстоит в направлении удобства и простоты использования для клиента, а также безопасности данных.

Список литературы:

1. Кесаев У.С. Информационные технологии в банковской сфере: следующие шаги. - URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32490973>
2. ПЛАС Журнал. - URL: <https://www.plusworld.ru/daily/banki-i-mfo/talkbank/>
3. РБК. - URL: <https://www.rbc.ru/finances/17/04/2018/5ad473779a7947ebfc5fa05e>
4. РБК. - URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5880ab7e9a794732f8c15c6f>
5. Федерального закона Российской Федерации от 5 мая 2014 г. №110-ФЗ
6. Deloitte. - URL: <https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/about-deloitte/deloitte-inpress/2018/rossija-voshla-v-top-5-liderov-cifrovogo-bankinga.html>
7. Diebold Nixdorf. - URL: <https://www.dieboldnixdorf.com>

СИСТЕМА ЕГАИС: РОЛЬ В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Антонова Юлия Александровна

студентка Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Роганова Ангелина Руслановна

студентка Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

научный руководитель: Пирогова Марина Михайловна

заведующий торгово-технологическим отделением, преподаватель

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Аббревиатура ЕГАИС - это Единая Государственная Автоматизированная Информационная Система. Она была введена еще в 2005 году для обязательного использования предприятиями, которые работают с оптовыми покупателями алкогольной продукции в Российской Федерации. В то время система ЕГАИС также контролировала парфюмерные фабрики, которые использовали в производстве вещества, содержащие алкоголь. ЕГАИС имела множество недостатков, поэтому программу направили на доработку. Окончательный вариант законопроекта, который действует и сейчас, был рассмотрен и принят в 2015 году. Согласно ему на сайте ЕГАИС с 1 января 2016 года должны быть зарегистрированы все поставщики, производители и розничные продавцы алкогольной продукции. Это означает, что с 1 января завод производитель может поставлять продукцию только в том случае, если сам зарегистрирован в системе и только зарегистрированным поставщикам. Те в свою очередь не смогут отгрузить продукцию розничным продавцам, которых нет на сайте ЕГАИС. В противном случае партия поставки будет «зависать» на сайте.

Основная функция системы - полный контроль оборота алкогольной продукции на территории России, то есть каждый покупатель может следить за всем процессом производства алкоголя (поставкой, отгрузкой, приходом). Об этом пишется в федеральном законе: «введение единой государственной автоматизированной информационной системы учета объема производства и

оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции для осуществления государственного контроля за объемом производства и оборота указанной продукции».

В Роспотребнадзоре подчеркнули, что на бутылке должны быть акцизная марка (для импортной) и федеральная (для отечественной продукции). Следует учесть, что требования не распространяются на пиво, пивные напитки, сидр, пуаре и медовуху. По оценке Росалкогольрегулирования, в 2019 году в стране значительно усилился контроль над продажами алкогольных напитков: все официальные торговые точки и точки общественного питания были подключены к системе ЕГАИС. Для борьбы с контрафактом специалисты контролирующих ведомств и правоохранительных органов регулярно проводят проверки и профилактические рейды.

Впервые систему государственного регулирования алкогольной продукции пытались внедрить в 2006 году. Однако из-за отсутствия предвидения и недостаточной реализации в сфере продажи алкогольных напитков система не могла быть адаптирована. В 2013 году на крупных предприятиях вновь запустили работу ЕГАИС в тестовом режиме. Однако и на данный момент существует множество проблем, как для предприятий-производителей, оптовых и розничных предприятий.

Существует стандартный пакет для ЕГАИС, если нет автоматизации или если оборудование компании не соответствует требованиям данной системы, от крупных сетей до небольших магазинов, который включает:

- сканер 2D-кодов PDF417;
- установленный программный модуль ЕГАИС;
- кассовое ПО, совместимое с софтом ЕГАИС;
- интернет соединение со скоростью не менее 256 кбит/с;
- крипто-ключ со встроенным криптопровайдером;
- усиленная квалифицированная электронная подпись.

Данный набор устанавливается на каждое подразделение. 80000 рублей – это средняя стоимость комплекта на одну торговую точку.

Можно сделать вывод, что подключение довольно затратное. Многие небольшие магазины будут вынуждены прекратить продажу алкоголя. В структуре доходов мелких розничных магазинов алкоголь занимает от 30 до 40%. Если малый бизнес откажется от алкоголя, то ему придется поднять цены на продукты питания, которые не регулируются государством. Также существует ещё одна проблема: для установки ЕГАИС необходим проводной интернет. А ведь в России есть территории, где нет возможности подключить интернет, а для подключения системы наличие интернета обязательно, причем именно проводного. Для приема товара следует нанять отдельного сотрудника, который будет сканировать каждую закупленную бутылку, так как в случае, если сотрудник примет товар, а впоследствии, одна из бутылок окажется нелегальной, ответственность будет нести руководство магазина.

Предприятиям следует детально изучить функции внедрения информационной системы ЕГАИС, выбрать наиболее подходящие варианты подключения.

Рассмотрим вопрос «Нужен ли ЕГАИС в общественном питании?». В последние годы Правительство РФ и финансовые ведомства проводят постепенную интеграцию помарочного учета алкогольной продукции в ЕГАИС Общепит. Все преобразования направлены на усиление государственного контроля за сбытом спиртосодержащих напитков на территории кафе, ресторанов, баров и закусочных и как следствие увеличение фискальных платежей в казну государства.

В соответствии с федеральными законами и новыми правилами ЕГАИС в общественном питании с 2018 года, каждая единица товара крепкой алкогольной продукции, поступающая на склад кафе или ресторана, должна списываться путем внесения данных в единую базу. При этом все операции должны производиться непосредственно на этапе вскрытия тары.

В розничном сегменте списание каждой единицы товара происходит через кассу в момент реализации. В общественном питании же напитки реализуются частями, поэтому всегда дополнительно составляется «Акт

вскрытия тары» с указанием акцизных данных в единой базе. Поиск необходимых идентификационных сведений производится по штрих-коду алкогольной продукции. Обычно для этого используют соответствующий сканер, имеющий связь с ЕГАИС Общепит.

Если торговая точка не подключена к ЕГАИС, то с 1 января 2016 года продавать алкогольные напитки, включая пиво, ей запрещено. Ответственность за не подключение к ЕГАИС такая же, как и за продажу спиртного без сопроводительных документов. Юридическое лицо будет оштрафовано на сумму от 150000 до 200000 рублей, а штраф за не подключение к ЕГАИС для руководителя компании (физического лица) составит 15000 рублей. Это предусмотрено в статье 14.19 КОАП.

Современная модернизированная форпост-система для общественного питания ЕГАИС является наиболее востребованным программно-аппаратным комплексом для работы по новым требованиям законодателя. Она обеспечивает наилучшую автоматизацию всех процессов, позволяя минимизировать ошибки и неточности при поштучном учете спиртосодержащих напитков на территории объекта.

Таким образом, если предприниматель имеет сеть ресторанов или кафе, необходимо позаботиться, чтобы на каждом объекте был свой крипто-ключ. В противном случае неизбежны проверки и штрафные санкции. Работа с нарушениями требований подключения к единой системе грозит штрафными санкциями до 200 тысяч рублей.

Рассмотрим ситуацию в ресторане «Строгановская вотчина». В ресторан, находящийся по адресу: город Пермь улица Ленина 58, поступила алкогольная продукция. Рассмотрим ситуацию с водкой "Finlandia". Её разливают на 5 заводах, поэтому водка имеет 5 алкокодов. Визуально данный продукт схож с водкой "Parliament", которая также имеет свой алкокод и импортируется 7 заводами. На складе поставщика перепутали заводы и вместо одного поставили другой. При поставке продукции администратор принял товар без

сканирования, и в системе ЕГАИС возникла пересортица. Всё это привело к расхождению остатков и минусам в регистре.

Таким образом, были выделены этапы решения указанных проблем:

1. Перед составлением акта постановки на баланс в ЕГАИС, предварительно должен быть зарегистрирован акт списания продукции с основанием "Пересортица" на аналогичное количество продукции. Кроме этого, продукция, которая списывается и ставится на баланс, должна находиться в пределах установленных групп продукции.

2. В акте постановки на баланс на 1 регистр, при заполнении основания "Пересортица", необходимо указать идентификатор акта списания продукции в реквизите ActWriteOffShop. Идентификатор акта имеет вид AWOS-xxxxxxxxxx.

3. При постановке на баланс разрешается использовать идентификатор акта списания продукции только один раз. Использование одного и того же актов списания в нескольких актах постановки на баланс или иной продукции не допускается.

В настоящее время продажа алкоголя через систему ЕГАИС идентична процессу продажи товаров в розничном магазине. В течение 3 лет система ЕГАИС активно используется в торговых точках и предприятиях общественного питания. Основным преимуществом этого приложения является постепенное исчезновение поддельных продуктов на рынке алкоголя. Владельцы бизнеса также отмечают, что это упрощает процесс заказа новых партий товаров и проведения продаж.

Однако у системы ЕГАИС есть и минусы, поэтому многие предприниматели негативно отреагировали на эти нововведения. Основным недостатком ЕГАИС является процесс перехода на использование этих систем. Другим недостатком является дорогое внедрение и его использование, поэтому слаборазвитые магазины и предприятия общественного питания, как правило, не могут позволить себе внедрить эту систему.

Список литературы

1. О ЕГАИС // ЕГАИС. – URL: <http://egais.com/oegais.html> (дата обращения 06.12.2019)
2. Торговля не готова подключиться к ЕГАИС // iP nalog. – URL: <http://ipnalog.ru/art/62830-torgovlya-ne-gotova-podklyuchitsya-k-egais> (дата обращения 5.12.2019)
3. ЕГАИС: первый опыт и первые трудности. // Контур.Алко. – URL: <http://konturalco.ru/stati/egais-pervyj-opyt-i-pervye-trudnosti> (дата обращения: 05.12.2019)
4. ЕГАИС: что это такое и как работает? // FB.ru. – URL: <http://fb.ru/article/210265/egais-cto-eto-takoe-i-kak-rabotaet> (дата обращения: 06.12.2019)
5. Матковская Э. С., Мануйло Н. М., Жарикова О. А. Внедрение ЕГАИС: проблемы и пути их решения для организаций розничной торговли алкогольной продукцией // Вопросы экономики и управления. — 2016. — №4.1. — С. 24-26. — URL <https://moluch.ru/th/5/archive/38/1023/> (дата обращения: 06.12.2019)

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ АНИМАЦИОННЫХ УСЛУГ КВЕСТ-ЦЕНТРОВ В ГОРОДЕ ПЕРМИ

Арсентьева Дарья Вячеславовна
студентка Пермского института (филиала) РЭУ им. Плеханова, г. Пермь
Научный руководитель: Элеана Эмильевна Бармина
кандидат медицинских наук, доцент Пермского института (филиала)
РЭУ им. Плеханова, г. Пермь

На сегодняшний день сфера развлечений играет ключевую роль в поддержании развития общества. Объединенное название для всех видов услуг в данной сфере – анимационные услуги. Квест-центры являются одним из видов таких услуг. Квест (в переводе с англ. «quest» – «поиск») – представляет собой увлекательную, интерактивную игру с определенной сюжетной линией. Участники оказываются в закрытом помещении, из которого им необходимо найти выход, как правило, за 60 минут, решая при этом различные головоломки.

Данный вид анимационных услуг, который появился на Пермском рынке сравнительно недавно, является перспективным для развития. Целью данного исследования является изучение квест-центров города Перми. При выполнении

работы были использованы статистический и сравнительный методы исследования.

Квест-румы – отличный способ развлечься и провести время с друзьями или семьей. Участие в подобном мероприятии дает возможность погрузиться в захватывающий сюжет и получить удовольствие от прохождения. Поэтому, с целью выявления возрастной структуры потребителей квест услуг был составлен и проведен социологический опрос среди 32 респондентов. Опрос проводился в одном из предприятий, предоставляющих услуги квест-комнат – ООО «КЛУБ`ОК», Квест-центр «Камелот». Результаты опроса представлены на рисунке 1.

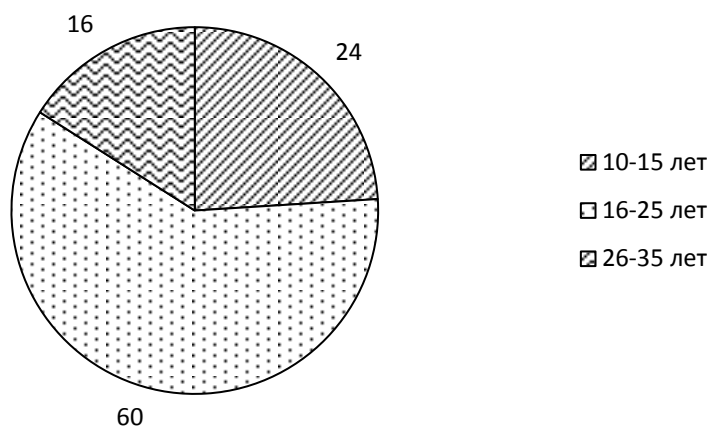


Рисунок 1 – Сегментация потребителей по возрасту

На рисунке видно, что основной целевой аудиторией являются люди в возрасте от 16 до 25 лет (60% опрошенных). Однако значительную долю составляют люди в возрасте от 10 до 15 лет. Однако квесты вызывают интерес и у более зрелой аудитории. Таким образом, можно сделать вывод, что квест-центры посещают люди разных возрастов, преимущественно до 35 лет. Люди более старших возрастных групп являются единичными клиентами в таких центрах.

Так же была проанализирована частота посещения квест-центров респондентами. Данные представлены на рисунке 2.

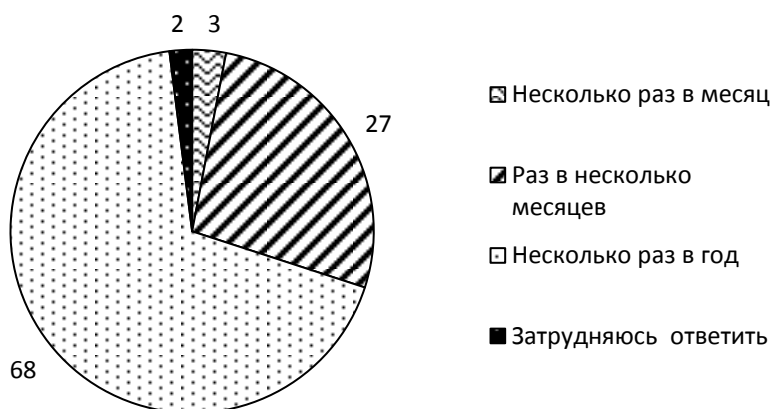


Рисунок 2 – Частота посещения квест-центров

Из диаграммы видно, что в основном к данному виду услуг потребители обращаются несколько раз в год (68% опрошиваемых), и всего 3% респондентов посещают квест-румы несколько раз в месяц, что может быть связано с сезонностью оказания услуг. Очевидно, что в летний период посещаемость сильно снизится по сравнению с осенним или зимним периодами, когда все потенциальные потребители находятся в городе.

В Перми первые квесты появились в конце 2013 года. На тот момент их было уже 30 [1]. В настоящее время только в краевом центре существует не менее 10 организаций предоставляющих услуги по прохождению квест-игр в реальности [2]. Существует тенденция к объединению компаний и мелких предпринимателей, собственники вступают в содружество и таким образом создается единый проект.

Некоторые организации находятся на рынке сравнительно недавно, а другие работают более нескольких лет. В таблице 1 представлена сравнительная характеристика таких организаций.

Таблица 1

Характеристика основных организаций по предоставлению квест услуг г. Перми

Наименование организации	Оценка сайта	Дополнительные услуги	Количество игровых площадок
ООО «Квест room №1»	Удобный, проработанный сайт с подробным описанием услуг и возможностью обратиться по телефону или в социальных сетях	Подарочные сертификаты, возможность проведения различных мероприятий Бесплатный чай, Wi-fi	17
ООО	Проработанный, яркий сайт	Большое количество различных	7

«QUESTHALL»	Возможность бронирования	акций	
Lost-for (Квест-центры «Камелот», «Джокер», «Фокс»)	Удобный, проработанный сайт Возможность бронирования	Проведение различных мероприятий, акций и скидки Wi-fi	7
ООО «LikeQuest»	Удобный сайт, возможность бронирования	Возможность проведения праздников и дней рождения	2

Анализ организаций показал, что основные и дополнительные услуги схожи у всех квест-центров. В основном предоставляется возможность проведения мероприятий и бронирования игры. Так же предоставляются различные акции и скидки. Больше всех игровых площадок у квест-рума «Квест room №1» - 17.

В ходе анализа рынка услуг квест-центров были выявлены некоторые особенности развития и факторы влияния:

1. Повышение технологичности квестов: особое значение организации придают технической оснащённости квест-комнат. Игры становятся более реалистичными и атмосферными за счет технических нововведений, обновления оборудования и т.д.

2. Расширение аудитории: все чаще квест-румы посещает не только молодежь, но и более взрослые люди. Квест-румы постепенно становятся семейным отдыхом, куда приходят родители с детьми.

3. Конкуренция: несмотря на небольшое количество компаний, представленных на Пермском рынке, конкуренция достаточно высока. Потребители имеют большой выбор, поэтому более тщательно выбирают среди возможных услуг. Низкое качество игры и неширокий ассортимент дополнительных услуг могут серьезно повлиять на будущее организации.

4. Невысокая платежеспособность потребителей: на сегодняшний день потребители склонны к сбережению своих средств, что вынуждает квест-центры, в целях привлечения клиентов, проводить различные рекламные акции, устанавливать системы скидок и бонусов [3].

Изучение сферы услуг квест-центров показало, что рынок имеет перспективы к развитию, поскольку сравнительно новый. Как и в любой сфере, имеется ряд некоторых проблем, которые, несмотря на динамичное развитие

рынка, оказывают сильное влияние. Особенно воздействует факт снижения платежеспособности потребителей и повышение требований к качеству игр. Тем не менее, если организаторы уделяют значительное внимание повышению технологичности квестов, сфера будет успешно развиваться и в дальнейшем.

Список литературы:

1. Городской портал Перми [Электронный ресурс] - электронная публикация - Режим доступа: <https://properm.ru> - Изнанка бизнеса: квест-румы - (Дата обращения 01.10.2019)
2. Яндекс. Карты [Электронный ресурс]// <https://yandex.ru/perm> (Дата обращения 25.09.2019)
3. Пермская деловая газета [Электронный ресурс] – электронная публикация - Режим доступа: <https://www.business-class.su> - Пермский рынок квеструмов (Дата обращения 01.10.2019)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДОВ НЕПАРАМЕТРИЧЕСКОЙ СТАТИСТИКИ В ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Байдин Виталий Андреевич

*студент Пермского государственного гуманитарно-педагогического
университета, г. Пермь*

*научный руководитель: **Носков Алексей Александрович***

кандидат экономических наук, ст. преподаватель

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

кандидат экономических наук, ст. преподаватель

*Пермского государственного гуманитарно-педагогического
университета, г. Пермь*

Анализ среды функционирования (DEA – data envelopment analysis), оболочечный анализ данных и непараметрическая оптимизация весьма популярный метод оценки эффективности экономических, экологических, производственных и других объектов. Он основывается на условии того, что исследуемые объекты однородные или же с ними была проведена процедура нормирования. Эти объекты описываются множеством входов (inputs) и выходов (outputs). В качестве входов чаще всего используются ресурсные показатели или показатели, характеризующие объекты исследования. Выходы –

генерируемые результаты (результатные показатели). Цель метода – поиск наиболее эффективных однородных объектов, определение параметров для неэффективных, а также выработка рекомендаций по входным и выходным параметрам. Данный метод позволяет найти эффективность объектов, то есть отношение потребляемых ресурсов к полученным результатам, а также проранжировать объекты по их мере эффективности.

В каких случаях применяются методы непараметрической оптимизации? Эти методы разработаны для тех примеров, когда мы практически ничего не знаем о параметрах исследуемой популяции или данных чрезвычайно мало, поэтому и название методов – непараметрические. Метод DEA позволяет анализировать информацию из выборок с малым объемом, а также с переменными, про распределение которых мало что или вообще ничего не известно.

Практически для каждого параметрического критерия имеется непараметрический аналог. Эти критерии можно отнести к следующим группам – критерии различия между независимыми выборками; критерии различия между зависимыми выборками; критерии зависимости между переменными. Для независимых выборок аналоги – критерий Манна-Уитни; критерий серий Вальда-Вольфовица; двухвыборочный критерий Колмогорова-Смирнова. Для зависимых выборок аналог – критерий Вилкоксона, критерий знаков. В случае, если рассматривается более двух переменных, относящихся к одной и той же выборке (зависимые выборки), то аналогами параметрического критерия являются ранговый дисперсионный анализ Фридмана и Q критерий Кохрена.

В каких случаях лучше использовать параметрический, а в каких применяется непараметрическая статистика? Во-первых, когда данных очень мало; когда объем выборок мал. В том случае, если данных много ($N > 100$), то не имеет смысла использовать непараметрические статистики. Во-вторых, в случае нарушения нормального закона распределения. Когда выборка становится очень большая, то выборочные данные подчиняются нормальному закону, даже если исходная переменная не является нормальной или измерена с

погрешностью. В-третьих – когда данные представлены в слабых шкалах, например, номинальная, порядковая, балльная шкалы. Также следует отметить меньшую статистическую чувствительность непараметрических методов, чем их параметрических конкурентов. Если важно обнаружить даже слабые отклонения, следует особенно внимательно выбирать статистику критерия.

Несмотря на перечисленные различия между параметрическими и непараметрическими методами, существуют аналогии между параметрической и непараметрической статистикой. Это единый подход – проверка статистических гипотез по специальному образу сконструированным статистическим критериям. Это возможность выявления статистических взаимосвязей между переменными, например, корреляционный анализ. Также – это возможность выявить статистически значимые различия в группах измерений (тест Манна-Уитни и тест Крускалла-Уоллиса).

Для комфортного применения метода DEA на сегодняшний день существует несколько программных средств, позволяющих проводить научные исследования, это – MaxDEA, DEA Frontier и Open Source DEA. По нашему мнению, самый понятный интерфейс у MaxDEA (рис. 1) [1].

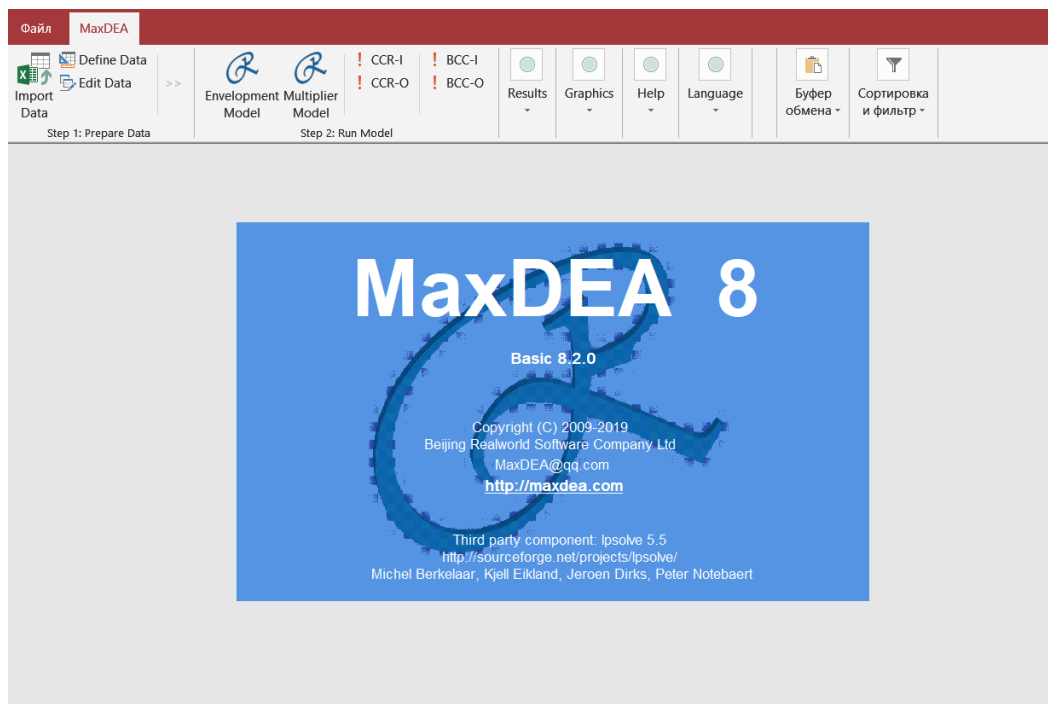


Рис. 1 Интерфейс MaxDEA

Более подробно метод непараметрической оптимизации представлен в работах С.В. Ратнер, В.Е. Кривоножко, А.В. Лычева, Н.А. Росляковой и др. [2,3,4].

Непосредственно ПО MaxDEA в свободно распространяемой версии позволяет, как уже выше было сказано выше ранжировать исследуемые объекты по тому, как соотносятся затраченные ресурсы (входы) и полученные результаты (выходы) (рис. 2)

Регион	Score (2015)
Чувашская Респ.	1,00000
Удмуртская Респ.	1,00000
Респ. Мордовия	1,00000
Респ. Марий Эл	1,00000
Пермский край	1,00000
Пензенская обл.	1,00000
Оренбургская обл.	1,00000
Нижегородская обл.	1,00000
Кировская обл.	1,00000
Самарская обл.	0,989295
Саратовская обл.	0,985716
Респ. Татарстан	0,983506
Ульяновская обл.	0,945387
Респ. Башкортостан	0,943116

Рис. 2 Ранжирование регионов Приволжского федерального округа по уровню цифровизации

Если параметр score равен единице – это говорит о достижении объектом некоего оптимума, то есть выходы больше входов. Все, что ниже значения единицы, свидетельствует об обратном. Для тех регионов, чья мера эффективности цифровизации ниже оптимума, пакет MaxDEA позволяет предложить ориентиры эффективности в рамках исследуемых объектов. И самое важное, что следует отметить в данной программе – то, что метод DEA позволяет выявить те показатели входов и выходов, которые следует изменить для достижения оптимального состояния. Эти данные можно использовать как прогнозные значения для выработки корректирующих и регулирующих мер воздействия в той или иной сфере деятельности, объекты которой подвергаются анализу.

В заключении стоит отметить, что несмотря на значительное количество работ в научно-технической сфере, экономических исследований с использованием методов непараметрической статистики не так много, поэтому можно сделать вывод о недостаточном отражении метода DEA в научной литературе и перспективах его использования в аналитических статистических исследованиях.

Список литературы:

1. Официальный сайт MaxDEA. - [Электронный ресурс] // <http://maxdea.com/MaxDEA.htm> (дата обращения: 18.12.2019)
2. Кривоножко В.Е., Лычев А.В. Анализ деятельности сложных социально-экономических систем. – М.: Макс Пресс, 2010 208 с.
3. Ратнер С.В, Ратнер М.Д. Оценка эффективности систем регионального экологического менеджмента // Известия Волгоградского государственного технического университета. – 2017 – № 7 (202). – С. 8–16.
4. Рослякова Н.А Использование инновационного развития Северо-Запада // Многофакторные вызовы и риски в условиях реализации стратегии научно-технологического и экономического развития макрорегиона "Северо-Запад": материалы Всеросс. НПК 23-24 октября 2018, ИПРЭ РАН. - СПб., 2018 - С. 67-73.

ОБЗОР РОССИЙСКОГО РЫНКА СЫРОВ

Балтаева Алина Ильдаровна

студентка Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

*научный руководитель: **Воронина Эмма Васильевна***

кандидат химических наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Российский рынок сыра находится в постоянном движении. Ассортимент сыров, представленный на отечественном рынке продовольственных товаров, постоянно увеличивается, а широкий ценовой разбег делают данный продукт доступным для всех слоев населения. Отечественный рынок сыров развивается циклически, в России наблюдается как спад, так и подъем производства сыров.

В первую очередь это связано, конечно, с введением эмбарго на продукцию, второй фактор - нестабильная экономическая ситуация в стране, влияющая на доход покупателей и, как следствие, на их покупательскую способность.

Президент России Владимир Путин 6 августа 2014 года подписал указ, запрещающий ввоз в Россию некоторых видов продовольствия из стран Европейского союза, а также из США, Австралии, Канады и Норвегии [1]. Продовольственное эмбарго явилось ответом на санкции этих государств, которые были введены в отношении России после присоединения Крыма. На сегодня Россия продлила эмбарго до 31 декабря 2019 года. Такие экономические меры дали свои результаты, состоящие в том, что отечественные производители стали демонстрировать высокие темпы роста производства сыров.

До 2013 года, то есть до введения продовольственного эмбарго, рынок сыров в России был довольно стабильным. Потребления сыра постепенно увеличивалось вместе с ростом благосостояния населения. Так, в 2013 году потребление сыра возросло на 2,7% по отношению к 2012-му, при этом достигнув 850,5 тыс. т. Из этого объема немногим более 48% приходилось на продукцию российских производителей. Остальной спрос удовлетворялся за счет импортных поставок [12].

После же введения продовольственного эмбарго, к 2015–2016 годам был отмечен рост выпуска этой продукции. Несомненно, что причиной тому послужило сокращение импортных поставок. Россия ответила переходом на производство того, что стали удобным образом называть «сырным продуктом», изготавливаемым с добавлением таких растительных жиров как пальмовое масло. В 2013 году было произведено всего 87 тысяч метрических тонн такого рода похожего на сыр продукта. А в 2016 году его производство подскочило до 136 тысяч метрических тонн, и по росту производства этот продукт стал опережать настоящий сыр [4].

В последние месяцы подобная тенденция была развернута в обратном направлении — потребление сыра растет, а его заменителей падает. Однако это

изменение вызвано ростом импорта, а не увеличением внутреннего производства, которое, в целом, не показывает особенного роста. Импортёры нашли новые заменители, не затронутые введенным эмбарго, и, кроме того, многие производители находятся в соседней Белоруссии, где европейские сыры часто переупаковываются как местные, а затем продаются в России.

Однако в 2017 году отечественным производителям не удалось повысить рентабельность производства. Причинами тому послужили сохранившаяся дефицитная ресурсная база, ценовая конкуренция с импортной продукцией и снижение покупательной способности доходов населения, но все равно объем производства сыров продолжает набирать обороты. Так в 2018 году в России было произведено 471 547,0 тонн сыров, что на 1,5% выше объема производства предыдущего года [6].

На сегодняшний день одними из популярных среди потребителей видами сыров являются твердые и плавленые сыры. В 2018 г доля твердых сыров составляла 61,1% от общего объема розничных продаж, на долю плавленых сыров приходилось 14,5%. При этом наибольший прирост в розничных продажах зафиксирован в категории мягких сыров: за пять лет объем продаж увеличился на 35,7%. Также увеличились продажи твердых и молодых сыров на 15,7% и 5,4% относительно 2014 г соответственно. Что касается потребления элитных и деликатесных сыров, то их потребления сократилось в разы [7].

Эксперты говорят, что в России уже много достойных образцов среди свежих, таких как моцарелла и буррата, и полутвердых сыров, которые мы привыкли класть на бутерброд. Но твердые, именно выдержанные а-ля пармезан практически не найти. Их немного, поскольку с ними труднее экспериментировать. Такой сыр зреет два года, и потом только виден результат. Также мало хороших сыров с голубой плесенью, а вот с белой — а-ля камамбер и бри — уже довольно много. Производство сыра в России развивается, и Гильдия сыроделов хочет сделать магазины с домашними сырами [5].

Из-за существенного роста цен на «традиционный» сыр, в стране сохраняется тренд на рост сырных продуктов, плавленых сыров и молодых сыров. Динамика цен на сыр в России представлена в таблице 1 [2].

Таблица 1 – Динамика средних потребительских цен на сыр, по состоянию на июль 2018 года, руб/кг (по данным Росстата)

Вид сыра	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2018 к 2013
Сыры плавленые, руб/кг	190,52	222,76	269,69	286,77	316,01	336,42	176,6%
Темп роста, %		116,9	121,1	106,3	110,2	106,5	
Сыры сычужные твердые и мягкие, руб/кг	282,53	342,48	402,84	430,29	473,06	484,77	171,6%
Темп роста, %		121,2	117,6	106,8	109,9	102,5	

Как видно из таблицы 1, рост цен за 2013 – 2018 годы (по состоянию на июль) составил 1,7 раза, что не могло не сказаться на объемах потребления сыра.

Рост производства сыра будет способствовать увеличению экспорта этой продукции, считают в министерстве. Согласно предварительным данным, в прошлом году Россия экспортировала 24,8 тыс. т этой продукции на сумму \$68,3 млн, что составило порядка 28% экспорта всей молочной продукции за отчетный период. Основными рынками сбыта российского сыра сейчас являются страны СНГ: Казахстан, Белоруссия, Украина, Киргизия и Азербайджан. Почти 50% экспорта сыра и творога идет из России в Казахстан. В 2018 году туда было вывезено 10,9 тыс. тонн на сумму 32,8 млн долларов. В Беларусь было экспортировано 4,8 тыс. тонн сыра и творога на сумму 12,9 млн долларов. В дальнейшем планируется расширять поставки и в страны дальнего зарубежья, в частности, в Китай[10].

В досанкционные годы импортная продукция сыра на рынке занимала около половины всей сырной продукции. Среди основных причин сильной зависимости отечественного рынка сыра от импорта можно назвать долгий период упадка сельского хозяйства в стране и, как следствие, серьезную нехватку сырья, которая была вызвана критическим состоянием молочного животноводства. До введения продовольственного эмбарго, а именно, с января

- август 2013 года, из стран Европейского союза вывозилось около 30 % импорта от всего объема сыров, в меньших объемах сыры поставлялись из Беларуси и Украины. После августа 2014 года ситуация поменялась, и кардинально изменился состав стран — поставщиков сыра из-за введения продовольственного эмбарго. С сентября-декабрь 2014 года ситуация же изменилась, доля импортных сыров из Беларуси увеличилась до 16%, а доля импортных сыров из Европейского союза и Украины составила 0 % [13].

По данным Федеральной таможенной службы (ФТС), по итогам года абсолютным лидером по поставкам сыра в Россию была именно Белоруссия, сумма поставок из которой составила \$630 млн (около 42,5 млрд рублей). Второй страной в списке является Аргентина, которая ввезла в Россию сыра на \$37 млн (около 2,5 млрд рублей). Также в пятерку крупнейших поставщиков вошли Сербия, Уругвай и Швейцария [3].

В 2019 году крупнейшие сырные компании продолжают активную реализацию масштабных инвестиционных проектов, и в результате выхода на заявленные мощности в совокупности со слияниями и поглощениями на рынке сыров ожидается усиление консолидации. Крупными производителями сыра в России выступают: среди твердых сыров - Доминант, Савушкин продукт, Фудлэнд, Вимм-Билль-Данн, SAVENCIA F&D, Сыр Стародубский, ГК «Милком», DMK Group, Молвест, Великолукский МК, Сармич, ГК Киприно, Юговский КМП; плавленых сыров - Hochland, МЗПС «Карат», Valio, Lactalis Group, Рязанский ЗПС, Ястро; молодых сыров - Hochland, Туровский МК, Умалат, Нева Милк, Lactalis Group [11].

С каждым годом российский рынок сыров развивается, но есть ряд проблем, которые затрудняют его развитие. В числе основных тормозящих факторов эксперты называют качество сырья и неудовлетворительное техническое оснащение предприятий. Еще одна немаловажная проблема – это сложность с привлечением инвестиций в сыродельческую сферу. Инвесторы опасаются вкладывать средства из-за сомнений в эффективности производства и большого срока окупаемости предприятий (5-6 лет).

Фальсификация продукции также является довольно сложной проблемой. Так до 2014 года контрафактная продукция составляла порядка 10 %, к 2018 году Россельхознадзор говорит уже о 20-30 %. Опасаясь снижения спроса, производители делают ставку на производство недорогих сырных продуктов [8]. Такой тренд экономически оправдан. К сожалению, данная тенденция создаёт дополнительный барьер для развития качественного сыроделия в России.

Эксперты считают, что рынок сыров подошел к этапу насыщения и серьезной трансформации, и в ближайшие годы развитие рынка будут определять три ключевых фактора. Во-первых, это доходы населения и, как следствие, динамика спроса. Вторым фактором является внедрение электронной ветеринарной сертификации и других мер по борьбе с фальсификацией молочной продукции, таких как изменения в маркировке, раздельная выкладка на торговой полке и другие.

Третий фактор - это большое количество заявленных новых мощностей и выход на рынок новых игроков. В результате в условиях стагнирующего спроса и усиления конкуренции с рынка будут вынуждены уходить наименее эффективные игроки с устаревшими производствами [9].

Список литературы

1. Указ Президента РФ от 06.08.2014 № 560 «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_166922/ (дата обращения 12.11.2019)
2. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс] – URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 13.11.2019)
3. Федеральная таможенная служба. [Электронный ресурс] - URL: <http://customs.ru/index.php> (дата обращения 14.11.2019)
4. Бершидский Леонид. Bloomberg (США): Трамп и Путин не любят европейские сыры [Электронный ресурс]. – URL: https://polpred.com/news?ns=1§or=22&cat_a=1 (дата обращения 14.11.2019)

5. Воробьева Наталья. Хороший сыр меньше 1000 рублей стоить не может [Электронный ресурс]. – URL: https://polpred.com/news?ns=1§or=22&cat_a=1 (дата обращения 13.11.2019)
6. Дятловская Екатерина. Потребление сыров выросло на четверть [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.agroinvestor.ru/markets/news/31742-potreblenie-syrov-vyroslo-na-chetvert/> (дата обращения 13.11.2019)
7. За 2014-2018 гг объём продаж сыров в России сократился почти на 3%: с 709 до 689 тыс т. [Электронный ресурс]. – URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/11017/>(дата обращения 13.11.2019)
8. Клычбаева З.К. Анализ и перспективы развития рынка сыра в России // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки, 2019. - №11. – С.132-136.
9. К 2022 году выпуск сыров может увеличиться на 40%. [Электронный ресурс]. - URL: <https://kvedomosti.ru/news/k-2022-godu-vypusk-syrov-mozhet-uvelichitsya-na-40.html> (дата обращения 13.11.2019)
10. Обзор российского рынка молочной продукции [Электронный ресурс]. – URL: <https://t-laboratory.ru/2019/03/26/obzor-rossijskogo-rynka-molochnoj-produkcii/> (дата обращения 13.11.2019)
11. Обзор: Крупнейшие российские инвестпроекты в производстве сыра [Электронный ресурс]. – URL: <https://milknews.ru/analitika-rinka-moloka/rinok-moloka-v-Rossii/krupneishie-investicii-pererabotka.html> (дата обращения 13.11.2019)
12. Пармухина Елена. Рынок сыра после эмбарго: рост производства пошел на спад [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.agroinvestor.ru/markets/article/25832-rynok-syra-posle-embargo/>(дата обращения 13.11.2019)
13. Пять лет продуктового эмбарго. Итоги. [Электронный ресурс]. – URL: https://www.znak.com/2019-08-06/pyatiletie_produktoivogo_embargo(дата обращения 13.11.2019)

ПЕРСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА С ЦЕЛЬЮ ОЗНАКОМЛЕНИЯ С НАЦИОНАЛЬНОЙ КУХНЕЙ ГОРОДОВ И ПОСЕЛКОВ ПЕРМСКОГО КРАЯ

Бахматова Валерия Андреевна
студентка Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В.Плеханова
научный руководитель: Симонова Вера Алексеевна

В настоящее время одной из актуальных проблем потребительского рынка является отсутствие знаний о культурных ценностях Пермского края и их понимание. Важной задачей для каждого района является восстановление и сохранение национальной кухни, в которой заложены культурные ценности меню, предполагающие многовековые традиции. Знакомство с культурными ценностями достаточно начинать с малого, к примеру с ознакомления с национальной кухней и коронных блюд каждого населенного пункта. В жизни находят множество важных вопросов в области книжного издательства, театра, туризма, экологии, лишь в этом году внимание экспертов было обращено к проблеме культуры питания, ведь национальная кухня и культура питания – это основа национальной культуры. Таким образом, шагая в ногу со временем, хотелось бы, в данной статье осветить вопросы значимости знаний национальной кухни на примере ознакомления и дегустации традиционных блюд населенных пунктов Пермского края во время туристических поездок.

Общественное питание представляет собой отрасль народного хозяйства, основу которой составляют предприятия, характеризующиеся единством форм организации производства и обслуживания потребителей, различающиеся по типам и специализации. Услуги общественного питания являются особыми по важности и масштабу. Они занимают определяющее место на отраслевом рынке предоставления различных потребительских услуг. Одно из перспективных направлений экономики Пермского края можно обозначить туризм. Есть различные направления туризма: потребительский, лечебно - оздоровительный, научный, культурно-познавательный и другие. Более подробно остановимся на перспективах развития потребительского туризма. Одним из вариантов его развития можно рассмотреть туры по населенным пунктам Пермского края с целью ознакомления с их достопримечательностями, и дегустацией блюд национальной кухни.

Питание – это основа нашей жизни. Развитие общественного питания дает существенную экономию общественного труда, предоставляет рабочим и служащим в течение рабочего дня горячую пищу, что повышает их работоспособность и сохраняет здоровье. Благодаря научно-техническому прогрессу и внедрению новых технологий приготовления пищи, использование ГМО, в результате чего, все больше появляются полуфабрикатов, фаст - фуда, которые сокращают время на приготовление пищи, но совершенно вредны для нашего здоровья. Что не скажешь о блюдах национальной кухни, которые приготовлены с использованием качественных продуктов и имеют свою проверенную веками технологию приготовления. В отличие от полуфабрикатов и фаст - фуда блюда национальной кухни готовятся не намного сложнее, но имеют множество полезных для организма веществ.

Туристическое путешествие предполагает только временный выезд человека за пределы его обычной среды, без ведения в месте пребывания оплачиваемой деятельности. Для туриста будет двойная польза от посещения заведений или мероприятий, предлагаемых продегустировать национальную кухню, посещаемого населённого пункта. Во - первых, турист не будет задумываться о том, где остановиться ему на обед и что покушать, выбор блюд будет огромен и уникален. Данная кухня будет представлена только здесь и нигде больше. По всему миру можно увидеть рестораны японской, китайской, украинской, русской и других кухонь, а вот кухни определённой местности – очень редко встретишь. Наш край богат особенностями национальной кухни. Во-вторых, посещение именно того мероприятия, где предлагают ознакомиться с национальной кухней, предоставит возможность не только пообедать, но и более хорошо познакомиться с городом или поселком, который был выбран для определенной цели посещения. Турист сможет не только увидеть, но и «попробовать его на вкус», узнать рецепт приготовления. Туризм включает в себя множество функций, таких как познавательные - образовательные, воспитательные, культурные и другие. Ознакомление с национальной кухней – одна из возможностей повышения культурного уровня граждан.

Если говорить о потребительском туризме, то блюда национальной кухни, например, блюда коми – пермяцкой кухни. Они имеют своеобразие и будут так же привлекательны для российских и зарубежных туристов, как мы, например, дегустируем блюда в туристической поездке по Японии или по другим зарубежным странам. Во многих населенных пунктах есть свои укоренившиеся традиции, благодаря которым появляются мероприятия, на которых предоставляется возможность продегустировать их национальные блюда.

Одним из примеров таких мероприятий является традиционный праздник «Бур сур» (что означает с коми – пермяцкого хорошее пиво), который проводится 2 августа на Ильин день в деревне Мижуево Кудымкарского района. На этом празднике местное население и гости готовят пиво и национальные блюда, такие как пирожки и шанежки с различной начинкой, по собственным рецептам и предлагают их продегустировать. Праздник сопровождается концертными номерами и различными конкурсами. На данное мероприятие съезжаются гости из Удмуртии, Кировской области и со всего Пермского края.

Одно из таких мероприятий прошло в августе этого года, называлось «Гастроли фест» и имело довольно большой масштаб. Фестиваль проходил в городе Перми и его называли главным гастрономическим событием. Гости Перми с удивлением отмечали, что в городе много интересных мест, где можно насладиться едой. Это и небольшие кафе «для своих», и рестораны высокой кухни. Ежегодно в Перми открывается несколько новых заведений, в том числе сезонных.

Всё это многообразие «Гастроли Фест» представляло в одном месте под хорошую музыку, яркие представления и приятное общение [4]. На данном празднике было множество различной еды, кулинарные поединки и шоу, открытые дегустации, мастер классы известных шеф-поваров и встречи рестораторов. На праздники предлагали для дегустации различные пасты, видыпельменей и вареников, различные сыра.

Создатели екатеринбургского проекта «Наш Урал» выпустили книгу «Уральская кухня: 52 лучших рецепта от лучших людей Урала». В неё вошли восемь пермских блюд, в том числе и посикунчики. В издании есть рецепты из Екатеринбурга, Челябинска и Перми, Полярного и Северного Урала и адреса заведений, в которых готовят такие блюда[5].

Издатели книги «Уральская кухня: 52 лучших рецепта от лучших людей Урала» общались в регионах со специалистами и любителями хорошей еды, с краеведами и просто энтузиастами для сбора рецептов .

Например, в книге есть рецепт кундюмов от повара Зинаиды Габовой, многократного призёра фестиваля «Прикамская кухня». Также из пермских блюд в издание попали блины со щучьей икрой, калитки с брусникой, косимы, коми-борщ, пельмени со щукой, посикунчики и рулетики из мяса глухаря[5].

В данной книге представлен обзор нынешнего состояния уральской кухни, освещены рецепты национальных блюд, и некоторые семейные воспоминания о кухне советского времени, и современные фантазии шеф-поваров на тему уральской кухни, а также рецепты иностранцев, которые нашли изюминку в местных продуктах.

Пермский край в деле продвижения уральской, пермской кухни — один из самых успешных на Урале. Во-первых, здесь уже есть блюдо с маленькой легендой, известное, на мой взгляд, во всей России — посикунчики. Во-вторых, в Перми работают несколько заведений, отсылающих в своих названиях к уральской кухне, то есть рестораторы не боятся использовать эту кухню как бренд, — говорит Марина Чеботаева, руководитель проекта «Наш Урал» [3].

Таким образом, можно сделать вывод, как часто и много проходят различные фестивали и мероприятия, на которых представляются блюда национальной кухни, так и народ заинтересован в народной коренной кухне не меньше, чем в нововведениях в кулинарии.

Список литературы

1. Электронный ресурс. – URL: https://vk.com/away.php?to=https%3A%2F%2Fpermfest.ru%2Fgastroli-fest%2F&cc_key=
2. Электронный ресурс. – URL: https://vk.com/away.php?to=https%3A%2F%2Fwww.chitaitext.ru%2Fnovosti%2Fpermskie-posikunchiki-popali-v-novuyu-knigu-retseptov-uralskoy-kukhni%2F&cc_key=
3. Электронный ресурс. – URL: <https://www.chitaitext.ru/novosti/permskie-posikunchiki-popali-v-novuyu-knigu-retseptov-uralskoy-kukhni/>
4. Электронный ресурс. – URL: <https://permfest.ru/gastroli-fest/>
5. Электронный ресурс. – URL: <http://www.media-office.ru/?go=20818719&pass=5b3360789d65581fe92a02b83805c18d>

ВНЕШНИЕ АГЕНТЫ И ПОСРЕДНИКИ КАК СУЩЕСТВЕННЫЙ ФАКТОР ВЛИЯНИЯ НА ЛОГИСТИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ

Богданова Анжелика

*студентка 4 курса учетно-финансового факультета группы ЭК-41
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь*

*Научный руководитель: **Оборин Матвей Сергеевич***

д.э.н., профессор

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Логистика – это выбор наиболее эффективного варианта обеспечения товаром нужного количества и качества, в нужное время, в нужном месте с минимальными затратами (то есть должно быть оптимальным).

Грамотно выведенная логистическая схема позволяет значительно снизить данный показатель за счет оптимизации количества запасов, уменьшения затрат на транспорт и ручной труд. Она также в состоянии существенно сократить время прохождения товаров по логистической цепи. Это ускорит оборачиваемость оборотного капитала, и соответственно, увеличит прибыль.

Цель логистики – доставка в нужном количестве и качестве товаров в согласованное место, в максимально возможной степени подготовленную к

производственному или личному потреблению при заданном уровне издержек [2].

По данным Росстата грузоперевозки в России осуществляется несколькими видами транспортов, в нижеприведённой таблице указано, сколько тысяч тонн груза было поставлено различным транспортом.

Таблица 1

Перевозки грузов по видам транспорта в России, тыс. тонн [6]

Вид транспорта	2016	2017	2018	Среднее абсолютное отклонение	Средний темп роста, %
Железнодорожный	1226951,1	1266482,1	1291504,7	32276,8	102,599
Автомобильный	5366459,2	5446971,2	5544406,3	88973,55	101,645
Морской	24622,4	26392,5	23024,5	-798,95	97,214
Внутренний водный	117968,4	118527,1	116156,9	-905,75	99,237
Воздушный (транспортная авиация)	1080,6	1174,4	1175,8	47,6	104,400
Трубопроводный	1113549,8	1138241,5	1169288,1	27869,15	102,472

Анализ таблицы 1 показывает, что люди в РФ чаще всего пользуются автомобильными перевозками товаров, так как их показатель по сравнению с остальными превышает пять миллионов в каждом году. На втором месте – железнодорожный вид транспорта, а на третьем – трубопроводный. Более того, средний темп роста железнодорожного вида равен 102,599%, что говорит о его положительной тенденции. Так же с каждым годом возрастают показатели таких видов транспорта, как автомобильный, воздушный (транспортная авиация) и трубопроводный. Уменьшаются показатели морского и внутреннего водного вида транспорта, так как их среднегодовой темп роста меньше 100%. И всё же больше всего увеличились поставки продукции на автомобильном транспорте, их показатель с 2016 года вырос на 177947,1 тыс. тонн в 2018 году.

Рассмотрим более подробно, что перевозят на железнодорожных путях. Все данные также были отобраны на сайте Росстата.

Таблица 2

**Объем погрузки основных видов грузов на железнодорожном
транспорте в 2016-2018 гг. в России, тыс. тонн [6]**

	2016	2017	2018	Среднее абсолютное отклонение	Среднегодовой темп роста, %
Грузы	1226951	1266482	1291504,7	32276,8	102,599
из них:					
каменный уголь	331124,7	361539,0	374891,9	21883,6	106,439
Кокс	11711,4	11162,9	11252,0	-229,7	98,057
нефть и нефтепродукты	236180,8	235733,8	236642,1	230,65	100,098
руда железная и марганцевая	109537,0	110472,1	116776,9	3619,95	103,280
руды цветных металлов и серное сырье	21081,1	20224,3	19658,0	-711,55	96,568
черные металлы	71013,8	72967,9	78110,7	3548,45	104,900
лом черных металлов	15028,4	15744,5	15960,5	466,05	103,068
химические и минеральные удобрения	53471,5	57084,6	59192,5	2860,5	105,225
строительные грузы	141339,2	133139,9	124034,0	-8652,6	93,680
Цемент	26657,1	26824,3	25077,8	-789,65	97,058
лесные грузы	42220,9	43271,4	45694,0	1736,55	104,043
зерно и продукты перемола	21611,9	24746,0	29719,2	4053,65	117,299
Комбикорма	998,5	993,5	928,7	-34,9	96,488
импортные грузы	8418,5	9778,4	9751,3	666,4	107,938
Рыба	361,3	332,7	276,2	-42,55	87,551
прочие грузы	136195,0	140857,4	143538,9	3671,95	102,664

Вывод по таблице 2 следующий: на железнодорожных путях чаще всего осуществляют поставки каменного угля и нефти и нефтепродуктов. Поставки некоторых товаров в течении трёх лет снижались, но есть и те, которые с каждым годом растут.

Если логистическая система в состоянии достичь своей цели, то такая система будет считаться эффективной. Чтобы проверить качество

логистической системы, необходимо посмотреть на отношение между плановым показателем результата и фактически достигнутым результатом.

Эффективность логистической системы во многом зависит от эффективности её подсистем. Существует некая зависимость: слаженная работа всех компонентов способствует росту эффективности логистической системы в целом, но не всегда приводит к ней [3].

В роли логистических подсистем могут выступать как внутренние подразделения компании, так и внешние агенты. В последующем будет говорить конкретно о внешних агентах, то есть о логистических посредниках. **Логистический посредник** - физическое (или юридическое) лицо, которое выполняет логистические операции, тем самым приближая товар и право собственности на него к конечному потребителю продукта.

Данные подсистемы сильно связаны между собой и оказывают друг на друга существенное влияние. И в то же время они способны действовать самостоятельно. Такая автономность любого из элементов системы неизбежно приведет к снижению эффективности логистической системы в целом. Чтобы избежать такой проблемы, эта система должна обладать устойчивостью, то есть способностью сохранять динамическое равновесие со всей средой и компенсировать воздействие разрушений.

Чтобы сохранить её целостность, необходимо совладать с наиболее сложными отношениями, с внешними агентами, так как их участие в логистической системе основано на их личных интересах. Другими словами, они будут принимать участие в логистической системе до тех пор, пока это выгодно для них. Эта проблема значительно обостряется в сложных и сверхсложных логистических сетях, где влияние внешних агентов на эффективность логистической системы оказывается существенным [5].

Выбор логистических посредников - это одна из самых важных задач, которая должна решаться практически всеми функциональными подразделениями логистики. Если присутствует конкуренция в звеньях логистической системы, то существует многовариантность. Она выражается как

в существовании различных альтернативных вариантов решений, так и в количестве посредников, которые могут выполнять конкретные функции.

В экономической литературе выбор логистических посредников чаще всего изучается в условиях определенности как однокритериальная или сводимая к ней многокритериальная задача. Существуют два подхода к выбору посредника: первый – это аналитический, который предполагает осуществление выбора с использованием формул, включающих ряд параметров логистического посредника. И второй подход - экспертный, он базируется на мнении специалистов и, естественно, на их экспертных оценках.

За эффектом, возникающим в процессе взаимного усиления связей между логистическими подсистемами, выступает логистическая синергия. Она может быть как отрицательной, так и положительной.

Отрицательная синергия возникает только при одновременном невыполнении несколькими главными контрагентами своих обязательств. Отрицательная синергия означает огромнейшую потерю сырья, времени и средств.

Положительная логистическая синергия возможна в лишь том случае, когда абсолютно все партнеры и контрагенты выполняют свои обязательства перед инициативной структурой. Она положительная означает улучшение равномерности производства, реализации продукции, ритмичность поставок товара, повышение технологической и организационной дисциплины, что в конечном счете отразится в улучшении качества продукции.

Чтобы достичь устойчивости логистической системы и положительного эффекта синергии, необходимо уделить особое внимание потенциальным конфликтным ситуациям, которые возникают между участниками логистической системы. Разрешение событий конфликтной ситуации в основном зависит от решений, которые принимаются каждой из сторон конфликта. Разумное поведение любого участника конфликта должно учитывать возможные действия других участников.

Каждый участник сложной логистической системы, вступая в неё, преследует свои личные экономические интересы. Это означает, что такая логистическая система будет устойчива только в том случае, если все участники экономически заинтересованы во взаимодействии друг с другом, в противном же - участники прибегают к нерациональному поведению. Это приводит к отрицательному синергетическому эффекту. Это значит, что в логистической системе взаимодействие между различными фирмами можно считать протекающими в условиях противодействия, поскольку каждый из участников отстаивает в первую очередь свои собственные интересы.

Возникает следующий парадокс: с одной стороны, сложная логистическая система даёт положительный синергетический эффект, с другой – она же из-за «личных» интересов посредников и поставщиков должна обладать низкой устойчивостью, что предусматривает её неэффективное функционирование.

Из всего вышеупомянутого можно сделать следующий вывод, что наличие логистической системы у предприятия может стать существенным преимуществом в конкурентной борьбе компаний. Особое пристальное внимание при этом стоит уделять отношениям с контрагентами. Ведь именно от их заинтересованности в сотрудничестве во многом зависит эффективность всей логистической системы. Следовательно, от внешних агентов логистики может зависеть прибыль (убыток) предприятия.

Список литературы:

1. Пьянкова К., Игуменова Е. Логистический центр как механизм продвижения продуктов на внутренний и внешний рынки. // Международный сельскохозяйственный журнал. 2016. №3. С. 69-74.
2. Гаджинский А.М. Логистика: учебник. М., 2018. 236 с.
3. Гаджинский А.М. Основы логистики: учебное пособие. М., 2015. 189с.
4. Логистика: интеграция и оптимизация логистических бизнес-процессов в целях поставок: учебник / В.В. Дыбская. М., 2017. 315 с.
5. Оборин М.С., Старикова Л.Н. Совершенствование бизнес-процессов при организации логистических услуг// Вестник Пермского национального

6. Официальный сайт Росстата: www.rosstat.gov.ru

ИНВЕСТИЦИИ В СФЕРУ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РЕГИОНОВ ПРИВОЛЖСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Ваганов Александр Андреевич

*студент 4 курса учетно-финансового факультета группы ЭК-41
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь*

*Научный руководитель: **Оборин Матвей Сергеевич***

д.э.н., профессор

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Развитие любого сектора экономики невозможно без осуществления инвестиций. Вопросы инвестирования в сферу сельского хозяйства, как гаранта продовольственной безопасности государства, на сегодняшний момент стоят наиболее остро. Посредством развитого сельского хозяйства обеспечивается продовольственная безопасность государства, развивается пищевая промышленность [1].

Инвестиции – это долгосрочные вложения на приобретение объектов основных и оборотных средств в процессе осуществления экономической деятельности с целью получения прибыли или иных выгод [6].

В качестве субъектов инвестирования выделяют инвесторов, подрядчиков и пользователей объектами, поставщиков товарно-материальных ценностей, банки, инвестиционные компании, граждан. Объектами инвестиционной деятельности являются создаваемые и модернизируемые основные и оборотные средства, ценные бумаги, земля и т.д. [3].

Важность отрасли в долгосрочной перспективе обуславливается следующими факторами [1]:

– обширными запасами природных ресурсов и высоким сельскохозяйственным потенциалом отдельных территорий;

- внешнеполитическим положением со стремлением к импортозамещению, росту продовольственной независимости страны;
- ориентацией общества на потребление натуральной продукции;
- инвестиции в реальный сектор ведут к образованию новых трудовых ресурсов (и росту численности населения территорий).

Рассмотрим удельную величину инвестиций в отрасль сельского хозяйства Приволжского федерального округа в динамике (см. рис. 1)

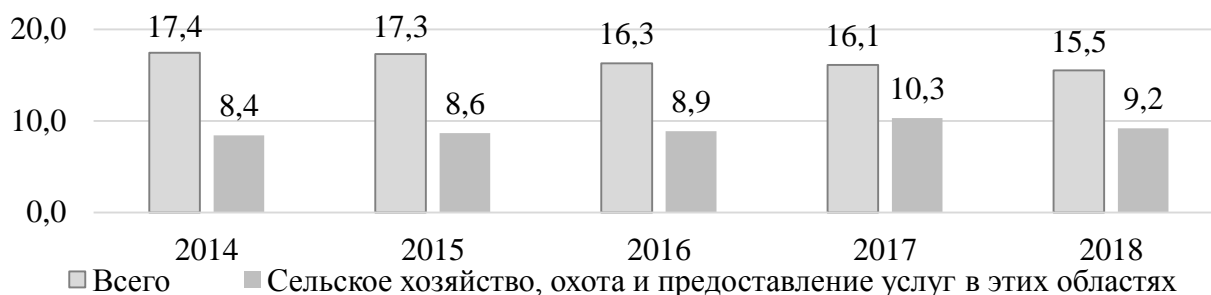


Рис. 1. Доля инвестиций, направленных на реконструкцию и модернизацию, в общем объеме инвестиций в основной капитал в 2014-2018 гг., %

Несмотря на высокую потребность в обновлении основных средств и модернизации сельскохозяйственных производств, доля, идущая на данные цели в отрасли сельского хозяйства, ниже, чем в целом по стране. Однако в последние годы наблюдается рост средств, идущих на развитие отрасли (10,3 и 9,2% в 2017 и 2018 гг.), тогда как в целом инвестиции, идущие на модернизацию, планомерно сокращаются (с 17,4 до 15,5%).

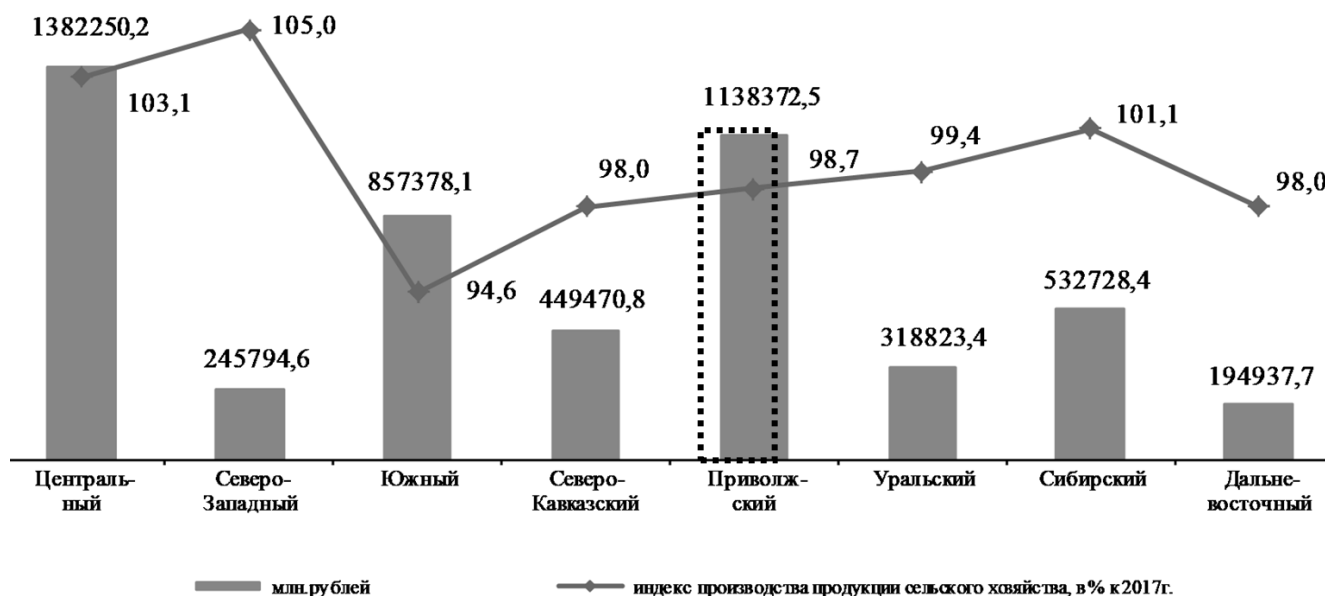


Рис. 2. Объем производства продукции сельского хозяйства по округам в 2018 году

Приволжский федеральный округ по объему сельскохозяйственной продукции на текущий момент уступает лишь Центральному федеральному округу, являющемуся главным поставщиком данной продукции в нашей стране.

Природно-климатические условия оказывают определяющее значение на размещение и эффективность ведения сельского хозяйства на территории. Северные местности отличаются более развитым животноводством, в то время как лесостепные и степные области делают упор на разведение растений. Лидером по посеву являются пшеница, рожь, овес, ячмень, крупяные культуры (просо, гречиха), сахарная свекла и подсолнечник, а среди плодовоовощных культур развито производство картофеля и овощебахчевых культур [5]. Животноводство в округе представлено, главным образом, мясомолочным скотоводством, свиноводством, птицеводством. Пищевая молочная и мясная промышленность концентрируется в центральных зонах и вблизи городов. Прежде всего, стоит оценить вклад каждого из регионов рассматриваемого округа в производство сельскохозяйственной продукции (см. таблицу 1).

Таблица 1

Объем производства продукции сельского хозяйства в 2018 году, млн. руб.
[7]

	Млн. руб.	Отклонение, %		
		к 2017 г.	к РФ	к округу
Российская Федерация	5119756	99,4	100,00	449,74
Приволжский федеральный округ	1138372,5	98,7	22,23	100,00
Республика Башкортостан	152220,3	99,1	2,97	13,37
Республика Марий Эл	41386,4	109,6	0,81	3,64
Республика Мордовия	59758,9	101,3	1,17	5,25
Республика Татарстан	216002,9	97,1	4,22	18,97
Удмуртская Республика	64491,1	101,1	1,26	5,67
Чувашская Республика	37370,9	101,7	0,73	3,28
Пермский край	42920,6	105,6	0,84	3,77
Кировская область	39869,2	104	0,78	3,50
Нижегородская область	66901,5	99,6	1,31	5,88
Оренбургская область	99576,4	89,5	1,94	8,75
Пензенская область	74247,8	100,6	1,45	6,52
Самарская область	85420,8	100,9	1,67	7,50
Саратовская область	124728,5	96,6	2,44	10,96
Ульяновская область	33477,4	96,9	0,65	2,94

Объемы производства сельскохозяйственной продукции Приволжского федерального округа в 2018 году составляют 22,2% от общих объемов, в том

числе Татарстан производит - 4,2%, Башкортостан – около 3%, Саратовская область – 2,4%. Наименее развито сельскохозяйственное производство в Ульяновской и Кировской областях, Чувашской республике. В Марий Эл, Пермском крае и Кировской области отмечается положительная динамика. В Оренбургской области произошло наиболее весомое сокращение производства.

Таблица 2

Инвестиции в сельское хозяйство по субъектам округа в 2017 г., млн. руб.

[7]

	Всего инвестиций, млн.руб.	Сельское хозяйство, млн.руб.	Отклонение, %	
			отрасли к общему объему	региона к округу
Приволжский федеральный округ	1587512,7	71671,9	4,51	100,00
Республика Башкортостан	179138,2	7918,6	4,42	11,05
Республика Марий Эл	14056,6	1896,9	13,49	2,65
Республика Мордовия	46856,2	4295,2	9,17	5,99
Республика Татарстан	351567	14295,5	4,07	19,95
Удмуртская Республика	51184,5	4664,9	9,11	6,51
Чувашская Республика	33428	1647,8	4,93	2,30
Пермский край	188235	3355,1	1,78	4,68
Кировская область	40390	5168,8	12,80	7,21
Нижегородская область	160025	5455,8	3,41	7,61
Оренбургская область	135807,3	2741	2,02	3,82
Пензенская область	38675	12077,9	31,23	16,85
Самарская область	211194,1	3230,7	1,53	4,51
Саратовская область	89682,6	4430,8	4,94	6,18
Ульяновская область	47273,3	492,1	1,04	0,69

Наиболее масштабные вложения осуществляются в Татарстан (около 20%), Пензенскую область (16,9%) и Башкортостан (11%), как в целом, так и в сферу сельского хозяйства в абсолютном выражении. По относительным показателям доли инвестиций в сельское хозяйство в соотнесении с общими вложениями в регион можно выделить Пензенскую и Кировскую области, Республику Марий Эл. Наименьшее внимание отрасли сельского хозяйства уделяется Ульяновской и Самарской областям.

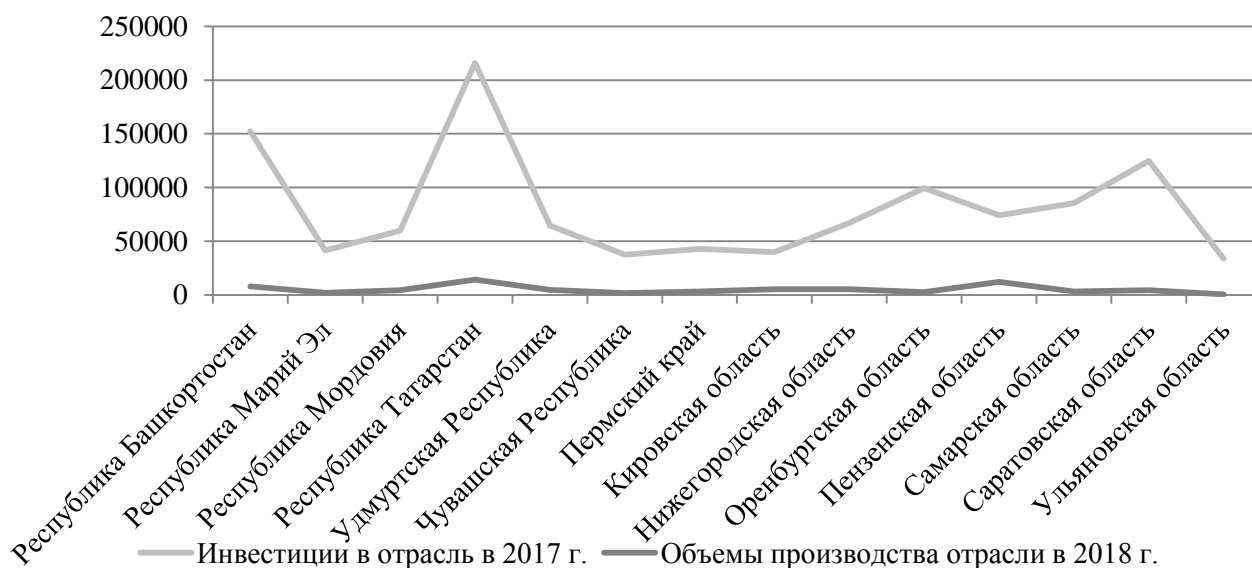


Рис. 3. Эффективность инвестиций в отрасль сельского хозяйства по регионам Приволжского федерального округа [7]

Успешность инвестиций в сельское хозяйство различается в зависимости от региона округа. Наиболее эффективны инвестиции в Ульяновской (отдача в 68 раз превышает вложения), Оренбургской (в 36,3 раз), Саратовской области (в 28,2 раза). В Кировской и Пензенской областях соотношение капитала и доходов отрасли сельского хозяйства наименьшее [4].

Наиболее уместными и эффективными путями финансирования ресурсов в отрасль являются лизинг и инвестиционный кредит. Для регулирования инвестиционной деятельности необходимо упорядочить процесс регистрации прав собственности на землю сельскохозяйственного назначения; создать нормальную конкурентную среду и развитую инфраструктуру; принять порядок предоставления государственных гарантий по заимствованиям эмитентов долговых ценных бумаг, осуществляющих кредитование сельхоз товаропроизводителей [5].

Другой важный источник для финансирования – средства бюджетов в виде поддержки высокоэффективных инвестиционных проектов на конкурсной, тендерной, аукционной основе, либо в формате полного или частичного централизованного финансирования через дотации, субсидии. Для оптимизации инвестирования необходимо проводить дифференциацию предприятий при

распределении финансов для поддержки сельхозпроизводства; разрабатывать программы предоставления заемных средств производителям; инвестировать в подотрасли с растущим спросом и с учетом региональной специфики [2].

Список литературы:

1. Быстрова А.Ю. Киркорова Л.А. Роль инвестиций в развитии сельского хозяйства // Наука, бизнес, власть – триада регионального развития - сборник статей II междунар. науч.-практ. конф. 2017. С. 98-107.
2. Васильев С. В. Пути привлечения инвестиций в сельское хозяйство // Экономика и бизнес: теория и практика. - 2018. №12-1. С. 64-71
3. Кожанчикова Н.Ю. Инвестиции в аграрный сектор региона // Вестник сельского развития и социальной политики. - 2017. №3 (15). С. 52-57.
4. Оборин М.С. Технологии цифровой экономики в развитии сельского хозяйства// Друкерровский вестник. 2018. № 2 (22). С. 68-72.
5. Радюк Е.В. Инвестиции в развитие сельского хозяйства РФ // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сб. ст. по мат. ХLI междунар. студ. науч.-практ. конф. № 4(41). С. 59-67.
6. Старкова О.Я. Инвестиции в основной капитал в сельском хозяйстве // Аэкономика: экономика и сельское хозяйство. - 2017. №3 (15). С. 25-34.
7. Федеральная служба государственной статистики (Росстат). [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ ФАРФОРОВЫХ КРУЖЕК ОТЕЧЕСТВЕННОГО И ЗАРУБЕЖНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Васильева Анастасия Ивановна
студентка Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь
научный руководитель: Симанова Ирина Марковна
кандидат фармацевтических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

На протяжении последних трех лет в России наблюдается спад производства изделий из фарфора. Среди ключевых ограничителей роста внутреннего производства является растущее влияние китайских производителей, импортирующих фарфор на российский рынок. Они

предлагают низкие цены и широкий ассортимент продукции, одновременно с этим четко реагируют на модные тенденции по сравнению с российскими производителями.

Объектами исследования являются фарфоровые кружки отечественного и зарубежного производства. Их внешний вид представлен на рисунке 1.



Рисунок - 1. Внешний вид образцов: №1 - страна изготовления КНР; №2 - Китай; №3 и №4 - Россия

Результаты оценки маркировки исследуемых образцов требованиям ГОСТ 28389-89 [3] представлены в таблице 1.

При анализе маркировки у образца №1 выявлено отсутствие указанного сорта. Образец №1 не соответствует, а образец №3 соответствует требованиям ГОСТ 28389-89 «Изделия фарфоровые и фаянсовые. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение».

Таблица 1

Результаты оценки соответствия маркировки образцов требованиям ГОСТ 28389-89

Требования ГОСТ 28389-89	Образец №1	Образец №3
Наименование предприятия-изготовителя и его товарный знак	Чанъи Серэмикс Мэньюфэкчер Ко., Лтд, Промзона КНР, товарный знак отсутствует	ПК «Дулевский фарфор», Россия, МО, г. Ликино-Дулево, ул. Ленина, 15, товарный знак присутствует
Наименование изделия	Кружка «Совята»	Кружка «Витая Прованс»
Сорт	Отсутствует	1 - указан красным цветом
Обозначение нормативного документа на изделие	ГОСТ 28390-89, ГОСТ Р ИСО 6486-2-2007	ГОСТ Р 54575-2011

Результаты оценки маркировки фарфоровых кружек на соответствие требованиям ФЗ № 2300-1 «О защите прав потребителей» указаны в таблице 2.

Таблица 2

Результаты оценки соответствия маркировки фарфоровых кружек требованиям ФЗ № 2300-1 «О защите прав потребителей» [1]

Требования ФЗ № 2300-1 «О защите прав потребителей»	Образец №2	Образец №4
Наименование технического регламента или иное установленное законодательством Российской Федерации о техническом регулировании и свидетельствующее об обязательном подтверждении соответствия товара обозначение	Отсутствует	Отсутствует
Сведения об основных потребительских свойствах товаров	Кружка, объем 350 мл	Отсутствует
Цена	89,90	120
Срок службы или срок годности товаров	Не ограничен	Отсутствует
Адрес (место нахождения), фирменное наименование изготовителя	HUNAN RSLEE CERAMIC CO.LTD; LUJIANG ROAD, LILING, HUNAN, CHINA	«Промыслы Вербилкок», адрес отсутствует
Информацию об обязательном подтверждении соответствия товаров	РСТ	РСТ

Вывод: при анализе маркировки у образцов №2 и №4 выявлено отсутствие нормативного документа, в соответствии с которым было проведено обязательное подтверждение соответствия. У образца №4 также отсутствуют сведения об основных потребительских свойствах товаров, срок службы/срок годности, адрес изготовителя. Образцы №2 и №4 не соответствуют требованиям ФЗ № 2300-1 «О защите прав потребителей».

При оценке качества кружек было выявлено, что все образцы устойчивы на горизонтальной поверхности, приставные детали прочно прикреплены к основному изделию, незаглазурованные места у основания зашлифованы, имеют деформацию по наибольшему диаметру [2, 4].

Образец №1. На оборотной стороне изделия присутствует мушка, а также прыщ. Дефекты малозаметны и не ухудшают товарный вид кружки. По выявленным дефектам изделие можно отнести ко 2-ому сорту. Заявленная вместимость 350 мл соответствует фактической. Изделие имеет 3 вида дефектов, что не превышает допустимое значение [2].

Образец №2. На оборотной и лицевой стороне изделия присутствует мушка. Мушка малозаметна и не ухудшает товарный вид кружки, также

имеется малозаметная царапина на рисунке, не ухудшающая его. Заявленная вместимость 350 мл соответствует фактической. На изделие имеется 3 вида дефектов, что не превышает допустимое значение [4].

Образец №3. На оборотной и лицевой сторонах изделия присутствует мушка. Дефекты малозаметны и не ухудшают товарный вид кружки. Заявленная вместимость 350 мл соответствует фактической. На изделие имеется 2 вида дефектов, что не превышает допустимое значение [4].

Образец №4. На оборотной и лицевой сторонах изделия присутствует мушка, по краю кружки имеются плешины. Дефекты малозаметны и не ухудшают товарный вид кружки. Заявленная вместимость отсутствует. На изделие имеется 3 вида дефектов, что не превышает допустимое значение [4].

Вывод: при оценке качества образца №1 выявлено соответствие требованиям ГОСТ 28390-89 «Изделия фарфоровые. Технические условия», у образцов №2, №3, №4 - соответствие требованиям ГОСТ Р 54575-2011 «Посуда фарфоровая. Технические условия»

Сравнительная оценка потребительских свойств фарфоровых кружек проводилась по эргономическим, эстетическим и экономическим свойствам.

Образец №1. Эргономические свойства: удобная ручка и форма черепка. Эстетические свойства: яркий броский рисунок, неполная маркировка, наличие дефектов. Экономические свойства: цена 65 рублей, является самой низкой.

Образец №2. Эргономические свойства: неудобная ручка и форма черепка. Эстетические свойства: блеклый рисунок, наличие дефектов, неполная маркировка. Экономические свойства: цена 89,90 рублей.

Образец №3. Эргономические свойства: тонкая ручка с выступающими концами. Эстетические свойства: пестрый рисунок, небольшое количество дефектов, неполная маркировка. Экономические свойства: цена 115 рублей.

Образец №4. Эргономические свойства: маленькая ручка с формой, не обеспечивающий удобный захват пальцами. Эстетические свойства: темный, не привлекающий рисунок, несоответствие маркировки. Экономические свойства: цена 120 рублей является самой высокой, не соответствует качеству образца.

В соответствии с определением потребительских свойств была проведена балльная экспертная оценка и проставлены коэффициенты весомости. Результаты экспертной оценки потребительских свойств фарфоровых кружек указаны в таблице 3.

Таблица 3

Результаты экспертной оценки потребительских свойств фарфоровых кружек

Потребительские свойства	Коэффициент весомости	Образец №1	Образец №2	Образец №3	Образец №4
Эргономические	0,4	5	4,8	4,7	4,0
Эстетические	0,3	4,8	4,7	4,7	3,8
Экономические	0,3	5	4,5	4,0	3,5

Вывод: в результате экспертной оценки потребительских свойств фарфоровых кружек выявлено, что образцы №1 и №2 зарубежного производства по общим оценкам превосходят образцы №3 и №4 отечественного производства.

На основе результатов экспертной оценки потребительских свойств фарфоровых кружек была проведена комплексная оценка с помощью средневзвешенного показателя качества, которые представлены в таблице 3.

Комплексный показатель рассчитывается по формуле 1:

$$K = m_1 \times k_1 + \dots + m_n \times k_n, \quad (1)$$

где K – комплексный показатель;

m – единичный показатель;

k – коэффициент весомости.

$$K_1 = 0,4 \times 5 + 0,3 \times 4,8 + 0,3 \times 5 = 4,94$$

$$K_2 = 0,4 \times 4,8 + 0,3 \times 4,7 + 0,3 \times 4,5 = 4,68$$

$$K_3 = 0,4 \times 4,7 + 0,3 \times 4,7 + 0,3 \times 4 = 4,49$$

$$K_4 = 0,4 \times 4 + 0,3 \times 3,8 + 0,3 \times 3,5 = 3,79$$

Вывод: при комплексной оценке качества образцов выявлено, что наибольшие показатели имеют образцы №1 и №2 зарубежного производства в отличие от образцов №3 и №4 отечественного производства.

Выявлено, что по всем оцениваемым потребительским свойствам образцы зарубежных производителей превосходят отечественные. Также определено, что цена импортных кружек ниже отечественных.

Предложения по улучшению потребительских свойств отечественных товаров:

- донести до изготовителей об отсутствии на маркировке некоторых пунктов, установленных стандартами;
- устанавливать на изделия цену, соответствующую качеству;
- производить кружки с рациональной формой ручки, которая может обеспечить удобный захват пальцами;
- декорировать кружки в соответствии с потребительскими предпочтениями (модой, регионом, видами материалов для декорирования).

Список литературы:

1. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 29.07.2018) «О защите прав потребителей».
2. ГОСТ 28390-89 Изделия фарфоровые. Технические условия. - М.: ИПК Издательство стандартов, 2003
3. ГОСТ 28389-89 Изделия фарфоровые и фаянсовые. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение. М.: ИПК Издательство стандартов, 1999
4. ГОСТ Р 54575-2011 Посуда фарфоровая. Технические условия. - М.: Стандартинформ, 2012

ОБЗОР СОСТОЯНИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА КОСМЕТИЧЕСКИХ КРЕМОВ ДЛЯ РУК

Ваулина Олеся Владимировна
Студентка Пермского института (филиала)
РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь
руководитель Мазунина Татьяна Александровна
кандидат фармацевтических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

В последние несколько лет во всем мире, в том числе и в нашей стране, наблюдается тенденция роста потребления косметических товаров, в частности средств по уходу за кожей рук. Это связано с тем, что кожа на руках, как правило, незащищена и уязвима перед воздействием различных неблагоприятных факторов (холод, воздействие бытовой химии и т.п.). Поэтому, на сегодняшний день, крем для рук является одним из самых необходимых косметических средств для человека в повседневной жизни. Современные кремы позволяют решить целый спектр проблем. Они способствуют питанию кожи рук, ее увлажнению и защите, возвращают ей молодость и ухоженный вид [6].

Многие эксперты отмечают, что на российском косметическом рынке представлено достаточно большое разнообразие кремов по уходу за кожей рук, различающихся по своему функциональному назначению. В последнее время, появилось огромное количество новых видов такой продукции с новыми потребительскими свойствами, а также много неизвестных ранее фирм, как зарубежных, так и российских [4].

Если еще 20 лет назад весь ассортимент средств по уходу за руками был представлен лишь питательными и увлажняющими кремами, то сегодня он более разнообразен и интересен. Помимо вышеуказанных выпускают кремы защитные, антивозрастные, заживляющие и т.д.

Рассматривая косметический рынок кремов по уходу за кожей рук, важно отметить, как распределяются продажи внутри данного рынка. Весь российский рынок разделен по трем ценовым сегментам: масс-маркет, мидл-маркет и

косметика класса люкс. Среди марок «Mass market» следует отметить Oriflame, Avon, Nivea, Eveline и другие. Основными представителями «Middle market» являются: L'oreal, Mayu Kay и другие. В нашей стране в сегменте косметических кремов премиум-класса представлены марки Elizabeth Arden, Chanel, Estee Lauder, Cleanic, Helena Rubination, Givenchy и другие [5].

В ходе маркетинговых исследований было выявлено, что основными потребителями косметических кремов для рук в России являются женщины. По данным компании «Комкон Групп», в общей структуре расходов российских женщин, затраты на данный вид косметической продукции составляют около 12%, что в 1,5 - 2 раза больше аналогичных показателей жительниц США и Европейского Союза [3].

Стоит отметить, что на протяжении последних 3-х лет в РФ наблюдается небольшой спад производства кремов для рук, несмотря на увеличение спроса среди населения. По данным Росстата в 2017 году было произведено 108 825 тыс. такой продукции, что на -0,8% ниже объема производства предыдущего года. Производство кремов для рук в октябре 2018 года сократилось на -2,6% к уровню октября прошлого года и составило 10 736,4 тыс. шт. На рисунке 1 представлена информация об объемах производства косметических кремов для рук по округам [1].



Рисунок - 1 Объем производства кремов для рук в РФ по округам за 2018 г.

Из вышеприведенных данных видно, что в 2018 году лидером по производству кремов для рук от общего произведенного объема стал Уральский

федеральный округ (УФО) с долей около 55,5%, на втором месте по данному показателю находится Центральный федеральный округ (ЦФО) - 30,2 %, последнее место занимает Приволжский федеральный округ (ПФО) - 14,3 %.

Что касается средней розничной цены на данную продукцию, то в 2018 году она выросла на 2% к уровню прошлого года и составила в среднем 145,7 руб./шт [7].

На сегодняшний день в России насчитывается более 120 компаний, осуществляющих производство косметических товаров, в том числе и кремов для рук. Среди них находятся как давно известные изготовители, так и новые, которые уже хорошо зарекомендовали себя на косметическом рынке. К ним относят: АО «Свобода» , Рассвет», «Новая Заря» (Москва), концерн «Калина» (Екатеринбург), «Северное сияние», «Невская косметика», «Грим», «Сувенир», «Линда», «Гармония Плюс», «Грин Мама» и др [7].

Отметим, что наиболее успешными российскими производителями являются: концерн «Калина» (Екатеринбург), «Невская косметика» (Санкт-Петербург), «Свобода», «Новая заря» и «Красная линия» (Москва).

Однако, как показали последние исследования, большую часть в данном сегменте косметических товаров занимает импортная продукция. На рисунке 2. представлена структура ассортимента косметических кремов для рук в зависимости от страны изготовителя.



Рисунок - 2 Структура ассортимента косметической продукции по стране-изготовителю

Из рисунка видно, что в среднем на долю импортной продукции приходится около 60 % от общего объема косметических кремов для рук, представленных на рынке. Доля товара отечественного производства составляет 40 %.

В России, в течение последних нескольких лет, на фоне политических событий и последствий экономического кризиса, наблюдается повышение потребительского интереса к продукции отечественных производителей. На основании результатов социологического опроса было выявлено, что при выборе кремов для рук покупатели стали все чаще отдавать свое предпочтение продукции произведенной в нашей стране, по причине ее доступности, из-за сравнительно низких цен по отношению с аналогичными товарами зарубежного производства. Кроме того, у многих из них сложилось мнение, что российские средства по уходу за кожей рук имеют в своем составе более натуральные и безопасные компоненты. В настоящее время среди них наибольшей популярностью пользуются кремы следующих торговых марок: Librederm, Natura Siberica, «Бархатные ручки», [Aravia Professional Cream](#), «Чистая линия», Garnier, «Белоручка»[4].

Не сокращается спрос и на кремы среднего ценового уровня, а именно «Middle market», а также на кремы, относящиеся к продукции премиум-класса.

Одними из основных представителей данной категории являются La Roche-Posay Cicaplast mains (Франция), Neutrogena Norwegian (Франция), [Shiseido Advanced Essential Energy](#) (Япония), [Biotherm Biomains](#) (Франция), Collistar Crema (Польша), Chanel Body Excellence Hand Cream (Франция) и т.д [4]. На отечественном рынке косметических товаров по уходу за кожей рук значительное представительство имеют кремы органического сегмента. В структуре российского косметического рынка сектор органической косметики занимает всего 1 %. Несмотря на это его рост за год составил в среднем 30 % . По прогнозам аналитиков, данный сегмент вскоре будет занимать 3 % от общего рыночного объема. На отечественном рынке представлены все основные европейские органические бренды, включая STYX,

Weleda, Melvita, LOGONA и Dr.Haushka. К российским брендам органической косметики относят EcoCraft, «Природный элемент», Mi&Ko, Levrana и др. Лидирующую позицию по покупательскому спросу имеет российская Natura Siberica, характеризующаяся оптимальным соотношением цена/качество [6].

Таким образом, в нашей стране на косметическом рынке представлено достаточно широкий ассортимент кремов по уходу за кожей рук, различающихся по своему назначению. Российские производители кремов для рук работают в основном в среднем и нижнем ценовых сегментах. Большая часть данной продукции представлена зарубежными производителями. В последнее время наблюдается тенденция повышения потребительского интереса к продукции отечественного производства. Также на рынке косметических товаров по уходу за кожей рук значительное представительство имеют кремы органического сегмента, среди которых есть и отечественные торговые марки.

Список литературы:

1. Состояние российского рынка косметической продукции URL: <https://gks.ru/>
2. 10 Российских брендов фито- и органической косметики URL: <https://pink.rbc.ru/beauty/5bc8b1279a7947269ad67bd5>
3. Рынок косметических кремов в России. Текущая ситуация и прогноз на 2019-2023. Маркетинговое исследование URL: <https://alto-group.ru/otchet/marketing/912-rynok-kosmeticheskikh-kremov-tekuschaya-situaciya-i-prognoz-2019-2023-gg.html>
4. Российский косметический рынок. Данные о рынке. URL: www.Rosinvest.com
5. Вахтеева Д. А. Особенности российского рынка косметических средств // Молодой ученый. — 2015. — №21. — С. 367-369. — URL <https://moluch.ru/archive/101/22706/>
6. Средства по уходу за руками URL: <http://www.woman.ru/beauty/nails/article/80858/>
7. РБК исследования рынков. Российский парфюмерно-косметический рынок — один из самых крупнейших в Европе. Данные о рынке. URL: www.marketing.rbk.ru

ЦИФРОВАЯ СРЕДА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА

Вылегжанина Яна Александровна

*студентка 4 курса учетно-финансового факультета группы ЭК-41
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь*

Научный руководитель: Оборин Матвей Сергеевич

д.э.н., профессор

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Нагоева Тамара Александровна

старший преподаватель

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

В условиях цифровой экономики открывается прямая зависимость между экономической безопасностью и системой управления трудовыми ресурсами компаний. Это происходит, потому что цифровая экономика предполагает смещение акцента в интеллектуальную собственность, где главным ресурсом достижения конкурентных преимуществ являются человеческие знания и навыки.

Термин «цифровая экономика» появился более 20-ти лет назад. Считается, что канадский предприниматель, консультант и исполнительный директор компании Tapscott Group – Дон Тэкспотт является «отцом цифровой экономики». Вышедшая в 1994 году его «Цифровая экономика» стала первой книгой, описывающей систему виртуальной хозяйственной системы.

А.В.Бабкин с коллегами приводит определения, которые подходят к термину «цифровая экономика» [1]. На их взгляд, цифровая экономика – это:

– система социально-экономических и организационно-технических отношений, основанных на использовании цифровых информационно-телекоммуникационных технологий;

– сложная организационно-техническая система в виде совокупности различных элементов (технических, инфраструктурных, организационных, программных, нормативных, законодательных и др.) с распределенным

взаимодействием и взаимным использованием экономическими агентами для обмена знаниями в условиях перманентного развития.

Иванов В. придерживается более широкого определения: «Цифровая экономика – это виртуальная среда, дополняющая нашу реальность». Здесь он говорит, о том, что цифровая экономика стала возможна с появлением компьютера. Но стоит отметить, что к виртуальной реальности можно отнести и всю мыслительную деятельность человека. Например, деньги – порождение виртуальности, так как являются придуманным «мерилом» стоимости товаров и услуг. Но с изобретением компьютера удалось «оцифровать» деньги, что значительно упростило товарно-денежные отношения, привело к огромной экономии времени и повышению безопасности операций [3].

Цифровая трансформация всех областей жизнедеятельности и главное «аналоговой экономики» требует дополнительных мер по обеспечению кибербезопасности и защиты конфиденциальности. В связи с этим создаются государственные цифровые платформы, представляющие собой цифровую экосистему, технологическую среду с API.

Следует заметить, что, как и любое другое масштабное явление, развитие цифровой экономики сопряжено с различного рода рисками и угрозами. Их источниками являются два основных эффекта. Во-первых, это появление новых видов рисков и угроз, присущих именно цифровой экономике и базирующихся на ее технологических особенностях. Во-вторых, при переходе к цифровой экономике происходит институциональная трансформация, которая сама по себе, независимо от ее причин и природы, является мощным дестабилизирующим фактором для устойчивого и успешного социально-экономического развития. Рассмотрим несколько негативных последствий развития цифровой экономики:

– рост киберпреступности. Например, по данным Microsoft, в первом квартале 2017 г. 14,8% компьютеров в России подверглись воздействию вредоносного программного обеспечения (в мире данный показатель составил 9%);

– технологическая уязвимость созданной цифровой инфраструктуры. В качестве примера можно привести типичные (к сожалению) для российских крупных городов ситуации массовой эвакуации машин из-за неработающего сервиса оплаты парковок, возвращения к «живой» очереди при неполадках в системах электронных очередей в государственных учреждениях и др.;

– быстрое устаревание техники и, как следствие, наличие проблемы ее утилизации. По данным ООН, каждый год в мире производится до 100 млн. т «электронных отходов», не более 20% этого объема перерабатывается в соответствии с экологическими требованиями. С развитием цифровой экономики экологические опасные эффекты будут нарастать;

– рост технологической зависимости от зарубежных поставщиков и, как следствие, ослабление технологической и экономической безопасности как на уровне страны в целом, так и отдельных отраслей и предприятий.

Кемеровская область относится к числу наиболее развитых индустриальных регионов Сибири, обладает огромным природным, ресурсным и промышленным потенциалом. Развитие промышленности и диверсификация экономики региона, подразумевающая создание новых инновационных производств, требуют больших финансовых вливаний. Развитие инфраструктуры и подготовка кадров для цифровой экономики, формирование нормативно-правовой базы и методических основ цифровизации, поддержка инновационной деятельности невозможны без должного финансирования. Однако, денег в регионе нет. Бюджет региона, 2015 г. по 2016 г. – дефицитный. Лишь в 2017г. Кемеровская область исполнила бюджет с профицитом 20859560 тыс. руб., что было обусловлено благоприятной конъюнктурой цен на продукцию угольной отрасли [4].

Выделение региону средств из бюджета страны в ближайшие годы представляется маловероятным, поскольку доля долговых обязательств в доходах Кемеровской области в 2016 г. уже составляла 46,4%. Профицит бюджета позволяет постепенно оптимизировать уровень и структуру долговой

нагрузки. В 2017 году область замещает дорогие банковские кредиты (полученные в 2015–2016 годах) более дешевым рыночным долгом.

Надежды на привлечение зарубежных инвестиций у региона практически нет, что обусловлено, с одной стороны, санкционными ограничениями, с другой, — отсутствием стабильной и справедливой правовой системы, обеспечивающей инвесторам защиту от рейдерских захватов и национализации активов.

Также наблюдается усиление тенденций бизнес-миграции – перерегистрации бизнеса из Кемеровской области в других, более благоприятных с точки зрения социально-экономических и экологических условий, регионах СФО (Новосибирской, Томской областях, Красноярском и Алтайском краях), а также в Москве, Санкт-Петербурге, Краснодарском крае.

Одним из ключевых элементов трансформации существующей системы хозяйствования, основным ресурсом цифровой экономики, является человеческий капитал. Однако, вслед за бизнесом регион покидает и молодежь. В проведенных нами ранее исследованиях отмечалось, что за счет сокращения численности населения трудоспособного возраста и возраста моложе трудоспособного население региона «стареет». А ведь цифровизация экономики, с одной стороны, приводит к постепенному вытеснению человека из автоматизированных и оцифрованных процессов, с другой, требует увеличения числа специалистов, владеющих информационными компьютерными технологиями, способных участвовать в создании и развитии сложных бизнес-процессов и систем на качественно ином уровне.

Перспективы развития цифровой экономики в Кемеровской области во многом определяются способностью власти, бизнес- и научного сообществ совместно решить проблемы диспропорций пространственного развития, обеспечить устойчивое социально-экономическое развитие региона, учесть региональную специфику в нормативно-правовых актах и программных документах, определяющих стратегическое развитие страны и цифровизацию

экономики [5]. В этой связи первоочередные меры должны найти выражение в реализации следующих мероприятий:

- развитию сформировавшихся в регионе кластерных структур;
- наращивании уровня развития «экономики знаний», за счет активного включения бизнес- и научного сообществ региона в государственные научно-исследовательские проекты, а также за счет реализации при государственной поддержке инновационных проектов, направленных на увеличение конкурентоспособности продукции и производительности труда [6];
- создании условий для реализации потенциала человеческих ресурсов региона в развитии инновационной экономики.

На сегодняшний день электронная экономика уже выходит за рамки сугубо хозяйственных процессов. Цифровизация внедряется в социальные процессы, от нее во все большей степени зависит успешная жизнедеятельность людей, кроме того, происходит широкомасштабное внедрение цифровых технологий в работу правительственных организаций и структур.

Если рассматривать ситуацию в целом, то по уровню развития цифровой экономики Россия не занимает лидирующих позиций, но уверенно держится в группе стран, следующих за лидерами, год от года улучшая свои позиции. В то же время, конкуренция в рассматриваемой области остается очень жесткой, следовательно, нельзя останавливаться на достигнутом, необходима совместная работа государства и бизнеса по дальнейшему развитию цифровой экономики.

Список литературы:

1. Бабкин А.В., Буркальцева Д.Д., Костень Д.Г., Воробьев Ю.Н. Формирование цифровой экономики в России: сущность, особенности, техническая нормализация, проблемы развития // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2017. Т. 10, № 3. С. 9-25.
2. Борзунов А.А. Значение кадрового направления обеспечения экономической безопасности компании в условиях перехода к цифровой экономике [Текст] / А.А.Борзунов // Инновации и инвестиции. –2014. –№ 11. – С. 113-118.

3. Карпунина, Е.К. Виртуальное пространство деятельности хозяйствующих субъектов: миф цифровой экономики или объект проектного управления? / Е.К.Карпунина, Й.Горчев, М.А.Стромова [Текст] // Социально-экономические явления и процессы. 2017. № 6 (т. 12). С. 112-118.

4. Колыханов Д.А., Балаганская Е. Н. Проблемы развития экспортного потенциала Кемеровской области в условиях бизнес-миграции // Экономика и управление инновациями. № 2. С. 27–36.

5. Оборин М.С. Основные риски при внедрении инноваций на предприятиях сферы услуг // Страховое право. 2018. № 1 (78). С. 47-54.

6. Серова Д.Б. Интеграция России в цифровую экономику / Д.Б.Серова, Е.А.Клопот // Междисциплинарность науки как фактор инновационного развития. –2017. – С.251-253.

ИССЛЕДОВАНИЕ КАЧЕСТВА МОЛОКА ПИТЬЕВОГО, РЕАЛИЗУЕМОГО НА ПЕРМСКОМ РЫНКЕ

Габова Виктория Валерьевна

студентка Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

*научный руководитель: **Воронина Эмма Васильевна***

кандидат химических наук, доцент Пермского института (филиала) РЭУ им.

Г.В. Плеханова, г. Пермь

Молоко является полноценным продуктом питания, в связи с тем, что содержит большое количество биологически активных веществ, имеет легкую усвояемость и обладает способностью защищать организм человека от действия вредных факторов окружающей среды.

Отрасль сырого молока в Пермском крае имеет значительные возможности развития, при этом присутствие большого количества проблем, а также существенные сложности с исходным сырьем могут свести на нет все ее перспективы. По данным Федеральной службы государственной статистики к числу факторов, ограничивающих деловую активность производителей сырого молока в 2017–2018 годах, относятся неплатежеспособность заказчиков; высокий уровень налогов; высокая стоимость материалов, конструкций; конкуренция со стороны других производителей сырого молока; монополизация рынка закупки; высокий процент коммерческого кредита;

недостаток квалифицированных рабочих; нехватка и изношенность основных фондов.

В России в настоящее время в области животноводства осуществляется стимулирование производства молока. На территории Пермского края в 2018 году реализовано 19 инвестиционных проектов, в том числе наиболее крупных - 14, направленных на строительство и (или) модернизацию животноводческих комплексов молочного направления (молочных ферм). В отрасли работает более 60 производителей сырого молока [5]. Прикамские молочники к концу 2018 года добились исторического максимума по производству молока – 510 тысяч тонн за год [8]. Несмотря на это, в целом ситуация на рынке оставляет желать лучшего: для потребителей молоко дорожает, переработчики борются с фальсификатом и ищут рынки сбыта, а производители сетуют на низкую закупочную цену.

Для борьбы с фальсификатом с 16 июля 2018 года всех переработчиков обязали маркировать продукцию, содержащую растительные жиры, а с 1 июля она начала проходить обязательную электронную ветеринарную сертификацию. Для перестройки на новые правила был установлен так называемый «переходный период» сроком 6 месяцев, который истек 11 января 2019 года. С этого дня вся продукция на полках обязана маркироваться: в составе должно быть отражено наличие растительных жиров [7].

Продавцами на рынке производства молока и молочной продукции с последующей первичной оптовой реализацией, являются хозяйствующие субъекты, а именно: производители молока и молочной продукции, которые осуществляют закуп сырого молока с целью переработки (производства молока и молочных продуктов) и дальнейшей оптовой реализации молока и молочной продукции.

Покупателями на данном рынке выступают хозяйствующие субъекты, которые приобретают молоко и молочные продукты для перепродажи оптом, а также реализации в розницу или для профессионального использования. Покупателями являются торговые сети, предприятия бюджетной сферы,

предприятия, имеющие вредные производства, предприятия общественного питания и другие.

Сегодня в регионе представлено несколько крупных производителей. По данным портала Milknews, регион занимает 37-е место в России по потреблению молочных продуктов, за 2017 год поднявшись в рейтинге с 46-го места. Потребность населения края в молоке практически на 70% удовлетворяется за счет собственного производства. Такой высокий уровень обеспеченности имеет место, благодаря наличию местных переработчиков в ряде муниципальных образований. К ним относятся Частинский, Осинский, Уинский молочные заводы, а также ЗАО «Вемол» в Верещагино. Лидирующее положение на рынке производства сырого молока занимают два хозяйствующих субъекта, такие как молочный комбинат «Пермский» (филиал компании «Юнимилк») и молкомбинат «Кунгурский». Конкуренцию лидерам составляет маслозавод «Нытвенский». Всего на рынке Пермского края имеется около 20 предприятий, которые занимаются переработкой молока [6].

Цель данной работы – оценка качества молока питьевого. Объектами исследования являются пять образцов молока пастеризованного с массовой долей жира 3,2% производителей, которые являются самыми популярными на Пермском рынке: образец № 1 - производитель ООО «Маслозавод Нытвенский», образец № 2 - ОАО «МИЛКОМ», образец № 3 - «АО Молкомбинат Кунгурский», образец № 4 - ООО «Вемол», образец № 5 - ООО «МаСКо».

Анализ маркировки показал, что маркировка всех образцов молока соответствует требованиям ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части её маркировки» и ТР ТС 033/2013 «О безопасности молока и молочной продукции» [1,2].

В результате проведенного анализа органолептических показателей, установлено, что качество всех образцов молока питьевого соответствуют требованиям ГОСТ 31450-2013 «Молоко питьевое. Технические условия» [3].

Результаты оценки образцов по физико-химическим показателям представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Результаты оценки физико-химических показателей качества молока питьевого

№ Образца	Требования ГОСТ 31450-2013			Фактическое значение показателя		
	Кислотность, °Т, не более	Плотность, кг/м ³ , не менее	Массовая доля сухого обезжиренного молочного остатка (СОМО), %, не менее	Кислотность, °Т	Плотность, кг/м ³ , не менее	Массовая доля сухого обезжиренного молочного остатка (СОМО), %, не менее
№ 1	21	1027	8,2	17,64±0,1	1028,9±0,1	11,67±0,1
№ 2				16,66±0,1	1027,9±0,1	11,42±0,1
№ 3				16,66±0,1	1028,9±0,1	11,67±0,1
№ 4				17,64±0,1	1030,9±0,1	12,17±0,1
№ 5				16,66±0,1	1028,9±0,1	11,67±0,1

По исследованным показателям качество всех образцов соответствует требованиям ГОСТ 31450-2013 «Молоко питьевого. Технические условия».

Для определения наличия в составе исследуемых образцов молока питьевого молочного жира, образцы рассмотрели в ультрафиолетовом свете [4]. Результаты люминесцентного анализа образцов молока питьевого представлены в таблице 3.

Таблица 3 - Результаты люминесцентного анализа образцов молока питьевого

Образцы	Цвет люминесценции
ООО «Маслозавод Нытвенский»	Бледно-желтое свечение
ОАО «МИЛКОМ»	Светло-желтое свечение
«АО Молкомбинт Кунгурский»	Бледно-желтое свечение
ООО «Вемол»	Желтое свечение
ООО «МаСКО»	Белое свечение
Молочный жир	От светло-желтого до желтого

Все образцы молока питьевого в ультрафиолетовом свете имеют свечение от светло-желтого до желтого, что свидетельствует о присутствии молочного жира в их составе, за исключением образца № 5 – белое свечение, вероятно данный образец является фальсификатом.

В результате проведенных исследований качества установлено, что образцы № 1, № 2, № 3, № 4 соответствуют требованиям ГОСТ 31450-2013 «Молоко питьевое. Технические условия», за исключением образца № 5, производителя ООО «МаСКо», по результатам люминесцентного анализа данный образец возможно является фальсификатом.

Основными факторами формирования качества готового молочного продукта является качество используемых сырья, компонентов и материалов, качество отдельных этапов производства, определяющее уровень качества технологических процессов, а также чёткое функционирование системы контроля качества на всех этапах производства. При этом качество исходного молока-сырья и компонентов влияет на конечный продукт не только непосредственно, но и путём вынужденных изменений в технологическом процессе (например, изменение температурного режима обработки при неудовлетворительных микробиологических показателях сырья). Производителю ООО «МаСКо» образца № 5, следует обратить внимание на повышение контроля и поддержания качества выпускаемой продукции. Молоко питьевое, выпускаемое в реализацию, должно быть доброкачественным и полностью соответствовать требованиям ГОСТ 31450-2013 «Молоко питьевое. Технические условия».

Магазинам, реализующим молоко питьевое, следует изучать спрос и покупательские предпочтения на данный товар, рекомендуем сотрудничать с торговыми отделами таких производителей молочной продукции, как ООО «Маслозавод Нытвенский», ООО «Вемол», «АО Молкомбинат Кунгурский», ОАО «МИЛКОМ».

Список литературы:

1. ТР ТС 022/2011 Технический Регламент Таможенного Союза «Пищевая продукция в части ее маркировки». - М.: Стандартинформ, 2013. - 123 с.
2. ТР ТС 033/2013 Технический Регламент Таможенного Союза «О безопасности молока и молочной продукции». - М.: Стандартинформ, 2013. - 46 с.

3. ГОСТ 31450-2013 «Молоко питьевое. Технические условия». М.: Стандартиформ, 2014. 9 с.

4. Дунченко, Н.И. Экспертиза молока и молочных продуктов. Качество и безопасность. Учеб. - справ. пособие. / Н.И. Дунченко, А.Г. Храмцов, И.А. Макеева и др.; под общей редакцией В.М. Поздняковского. - Новосибирск: Сиб. универ. изд-во, 2016. - 477с.

5. Иванова А. И. Анализ рынка производства молока в Пермском крае // Молодой ученый. — 2019. — №2. — С. 80-82. — URL <https://moluch.ru/archive/240/55461/> (дата обращения: 13.11.2019).

6. Леновских Вениамин. Узнавай пермского В регионе растет потребление продуктов, произведенных в Пермском крае [Электронный ресурс] - URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4047178> (дата обращения: 13.11.2019).

7. Мнение: молочный рынок Пермского края переживает не лучшие времена [Электронный ресурс] - URL: <https://www.akkor.ru/statya/5756-mnenie-molochnyy-rynok-permskogo-kraya-perezhivaet-ne-luchshie-vremena.html> (дата обращения: 13.11.2019).

8. Надоили проблем. Молочный рынок Прикамья переживает не лучшие времена [Электронный ресурс] - URL: <https://www.business-class.ru/news/2019/02/09/nadoili-problem-molochnyi-rynok-prikamya-perezhivaet-ne-luchshie-vremena> (дата обращения: 13.11.2019).

МЕНЕДЖМЕНТ ЗНАНИЙ В ПРОЕКЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Гамидова Лейла Ильгар кызы

студентка Пермского института (филиала)

РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

научный руководитель: **Иванов Александр Иванович**

кандидат философских наук, доцент Пермского института

(филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Организации стремятся увеличить свои производственные показатели и способность к инновациям, и всё больше внимания уделяют методологии менеджмента знаний.

Успешное внедрение системы менеджмента знаний в производственные структуры происходит в первую очередь на предприятиях, которые с особым вниманием относятся к таким вопросам, как человеческие и культурные вопросы, персональная мотивация, изменение методологий менеджмента, новые и усовершенствованные производственные процессы. Все это обеспечивает обмен знаниями и опытом между работниками, владеющими разными навыками, обмен информацией и сотрудничество, в результате которого технологию рассматривают как средство обеспечения и двигатель прогресса.

Основная цель управления знаниями – это создание мощных конкурентных преимуществ, и именно поэтому оно становится ведущим направлением стратегического менеджмента.

Управление знаниями – это неотъемлемая часть менеджмента любой организации, которая объединяет действия, связанные с формированием знаний, их распространением и использованием, а также с развитием инноваций и обучением [1].

Главная цель управления знаниями – это создание новых и более мощных конкурентных преимуществ, поэтому оно становится ведущим направлением стратегического менеджмента.

Важной частью системы менеджмента знаний являются составляющие ее процессы. Менеджмент знаний сосредоточен на сборе организационных и собственных экспертных оценок и на управлении и использовании этих экспертных оценок для того, чтобы увеличить выгоду и отдачу от использования знаний. Менеджмент знаний помогает доносить нужные знания нужным людям в нужное время, создавая для них, таким образом, возможность принимать наилучшее решение. Он включает в себя определение и анализ доступных и необходимых знаний, дальнейшее планирование и контроль развития ресурсов знаний так, чтобы выполнялись организационные цели и задачи.

Базовой функцией менеджмента знаний является управление знаниями – это совокупность процессов и технологий для выявления, создания, распространения, обработки, хранения и предоставления для использования знаний внутри организации.

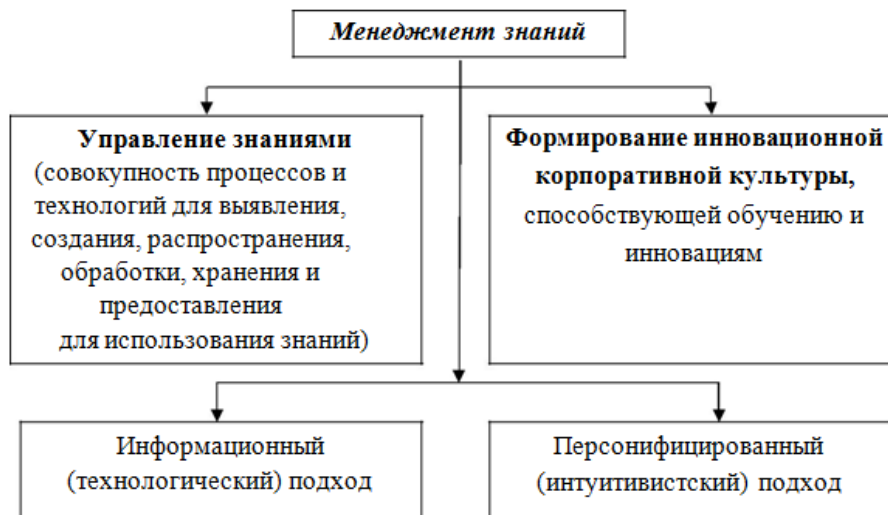


Рисунок – 1. Функциональная сущность менеджмента знаний [4]

Система менеджмента знаниями часто рассматривается с технологической стороны, однако, по существу, она возникает как система деятельности человека. Она основана на деятельности человека в отношении управления знаниями. Несмотря на это, она включает технологические и организационные подсистемы. Цель этих технологических и структурных элементов состоит в создании лучших условий функционирования системы.

В середине 1990-х гг., менеджмент знаний уже получил широкое общественное признание как критический фактор успеха некоторых всемирно известных компаний. Многие из отстающих организаций, преследуя новую модную тенденцию, использовали в управлении подходы менеджмента знаний, фокусируясь в основном на технологиях. Но их успех был ограничен, в результате чего встал вопрос о состоятельности новой концепции, так как на тот момент она казалась лишь очередной утопичной идеей. Однако при более детальном рассмотрении, компании, использующие концепцию, пришли к выводу, что проблема заключается в некорректном применении нового подхода. В качестве основных причин, ограничивающих успех, числятся:

- акцентирование больше внимания технологиям, чем бизнес-процессам и работникам;
- нерентабельные инвестиции в «модные» технологии;
- теоретическая направленность основной части литературы по менеджменту знаний, как следствие, недостаток практических советов;
- отсутствие мотивации собственников;
- отсутствие специалистов высокого уровня для реализации новых подходов [2].

Таким образом, осознав ошибки и наметив ориентиры, менеджеры продолжили адаптировать концепцию менеджмента знаний к своим компаниям, развивая другие подходы, основанные на интеллектуальном капитале. Из наиболее успешных компаний следует выделить IBM Corporation, Lotus Development Corporation, McKinsey, General Electric и другие. В 1996 г. рынок услуг по управлению знанием в США достиг объема в 2,6 млрд. долларов, в то время как в 1994 г. он составлял 400 млн. долларов.

Интеллектуальный уровень организации или корпорации обеспечивается системой получения и передачи знаний, сложившейся и действующей внутри корпорации. Финансовая оценка величины интеллектуального капитала организации оценивается с помощью, так называемого коэффициента Тобина, основа которого – соотношение между рыночной ценой компании и ценой замещения ее реальных активов. Тот разрыв, который показывает это отношение, есть «интеллектуальный капитал» организации. По исследованиям, у компаний, создающих интеллектуальные продукты (программное обеспечение, консультационная и аудиторская деятельность и т.п.), интеллектуальный капитал может в десятки раз превосходить коэффициент Тобина. Для отдельных компаний, действующих в области разработки интернеттехнологий, коэффициент может достигать сотен единиц. Материальный капитал практически не создает стоимость таких организаций, главный производственный фактор – интеллектуальный капитал. Для большинства компаний значения коэффициента Тобина находятся в

промежутке от 5 до 10. Для наукоемких фирм этот коэффициент больше. По результатам 1995 г., когда компания IBM поглотила Lotus, заплатив за нее 3,5 млрд. долларов, материальные активы которой оценивались в 230 млн. долларов, коэффициент Тобина достиг 15,2 [2, с 18].

По исследованиям, проводившимся в России в 2002 г., вариативность коэффициента Тобина по исследованным компаниям составляла 9,4 балла (Северо-Западное пароходство – 0,5 до 9,9 у «РосБизнесКонсалтинг»). В течение последнего десятилетия организации начинают уделять росту интеллектуального потенциала особое внимание, что, безусловно, начинает отражаться на коэффициенте Тобина.

Говоря о концепции развития менеджмента знаний можно говорить о многогранности данного научного течения и о большой скорости его популяризации. Это связано с бурным развитием и распространением информационных технологий, формированием постиндустриального информационного общества, глобализацией и, как следствие, усилением конкуренции [3].

Менеджмент знаний является относительно молодой дисциплиной и отличается недостаточной разработанностью многих ключевых аспектов. Из проведенного исследования можно сделать вывод о множественности подходов к определению основных понятий, компонентов, процессов и т.д.

Изучаемая концепция представляет знания как один из основных ресурсов организации для достижения успеха. По своей сути менеджмент знаний – это усилия менеджеров по систематическому поиску, формированию и обеспечению доступности интеллектуального капитала компании и поощрению в ней культуры постоянного обучения и обмена знаниями. Комплексная система менеджмента знаний включает не только технологию получения и хранения знаний для легкого доступа к ним, но и новые ценности менеджмента, поддерживающие принятие рисков, обучение и сотрудничество. Инструментом управления, согласно исследуемой концепции, являются знания, которые рассматриваются как один из главных ресурсов организации.

Анализ опыта внедрения системы менеджмента знаний российскими организациями, свидетельствует о необходимости разработки системы, адекватной современным требованиям к специалисту. Это обусловлено тем, что именно организации предстоит стать основополагающим звеном развития экономики знаний.

Список литературы:

1. Управление знаниями в корпорациях / Б. З. Мильнер [и др.]. - М.: Дело, 2016. - 304 с.
2. Нонака И., Такеучи Х. Компания – создатель знания. Зарождение и инновации в японских фирмах: пер. с англ. - М.: ОлимпБизнес, 2018. -412 с.
3. Тарсов В. Б. От многоагентных систем к интеллектуальным организациям. - М.: Эдиториал УРСС, 2017. - 254 с.
4. Игнатьева Е. Ю. Менеджмент знаний в управлении качеством образовательного процесса в высшей школе: монография. - Великий Новгород, 2017. - 280 с.

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ

Герасимова Юлия Сергеевна
студентка Пермского института (филиала) РЭУ имени Г.В. Плеханова
научный руководитель: Чернавина Татьяна Васильевна
преподаватель Пермского института (филиала) РЭУ имени Г.В. Плеханова

Современный мир удивляет огромной и высокой конкуренцией. Для того, чтобы сохранить свое результативное положение предприятию необходимо обеспечить формирование эффективного механизма регулирования денежными потоками. Такой механизм должен обеспечивать создание оперативной и точной информации, регулировать процесс взаиморасчетов, обеспечивать повышение платежной дисциплины, а также способствовать ускорению оборачиваемости денежных средств.

Конфигурация 1С: Комплексная автоматизация включает в себя средства полного автоматизированного контроля и управления денежными средствами. Данные средства осуществляют три основные функции:

1. Оперативный учет движения денежных средств предприятия на расчетных счетах и в кассах по факту.
2. Быстрое планирование поступлений и выбытий денежных средств, находящихся в распоряжении предприятия.
3. Планирование денежных средств, определяемое на основе прогноза.

В пределах опции управления и контроля денежными средствами ведется платежный календарь. Платежный календарь является комплексом заявок на расходование денежных средств, а также намеченных денежных доходов.

В конфигурации присутствует возможность формировать денежные документы, такие как платежные поручения, приходные и расходные кассовые ордера, платежные требования и другие. К тому же конфигурация позволяет осуществлять контроль финансовых потоков, вести контроль наличия денежных средств в местах их хранения. А также в конфигурации предусмотрен расчет денежных средств в иностранных валютах. [1]

Для автоматизирования процесса оперативного и точного планирования денежных средств в конфигурации предусмотрено использование двухступенчатой схемы оформления денежных операций.



Рис. 1 – Схема передачи данных

С учетом определенного вида операции при помощи двухступенчатой схемы оформления денежных операций можно зафиксировать поступление денежных средств по разным операциям, связанным с торговлей. К примеру это могут быть: оплата, совершенная покупателем, возврат денежных средств от

подотчетного лица, возврат денежных средств от поставщика, получение наличных денежных средств в банке, прочие поступления денежных средств и прием розничной выручки. [1]

Для отражения операции возврата денежных средств от подотчетного лица предусмотрен вид операции «Возврат денежных средств подотчетным лицом». Выбирая вид операции «Возврат денежных средств подотчетным лицом» изменяется внешний вид формы документа. На форме появляется поле для выбора подотчетного лица из списка сотрудников предприятия.

Для оформления операции по получению денежных средств из банка в кассу компании используется «Приходный кассовый ордер». Вместе с тем в данном документе выбирается вид операции «Получение наличных денежных средств в банке», а далее указывается банковский счет, с которого произвели снятие денежных средств. Также указывается касса компании, в которую поступили наличные денежные средства.

Документ «Приходный кассовый ордер» предусматривает возможность регистрации прочих сумм, не относящихся напрямую ни к одной торговой операции. Такой прочей операцией может быть получение банковского кредита, поступления денежных средств в виде процентов по акциям. В таком случае указывается вид оплаты «Прочий приход денежных средств», а в документе устанавливается соответствующая статья движения денежных средств [2].

Денежные документы могут быть созданы на основе уже имеющихся заявок на расходование денежных средств и прогнозируемых поступлений денежных средств. В этом случае информация, которая была введена ранее, будет автоматически переноситься в новый документ. Пользователь имеет возможность скорректировать данные, которые были внесены автоматически, а также может добавить дополнительную информацию.

Кассовые денежные документы можно распечатать прямо с экранной формы данного кассового документа. В конфигурации у кассира имеется возможность автоматизированного создания кассовой книги.

Кроме того имеется возможность создания различных отчетных форм, которые показывают движение денежных средств в наличной форме.

Прикладное решение дает возможность автоматизировать некоторые функции. К примеру, оформлять и печатать банковские документы, регистрировать поступление и выбытие денежных средств на расчетных счетах, контролировать состояние банковских счетов, а также анализировать движение безналичных денежных средств, которые находятся на банковских счетах предприятия.

Расчетные счета в банках, где хранятся безналичные денежные средства предприятия, отражаются в информационной базе в виде элементов списка банковских счетов предприятия.

При помощи простановки флажка «Оплачено» в экранной форме документа регистрируется фактическое движение денежных средств. После совершения этого действия могут быть сформированы соответствующие проводки в бухгалтерском и налоговом учете.

В конфигурации есть возможность автоматизировать работу и с рублевыми и с валютными счетами.

Функционал управления взаиморасчетами может быть использован во многих структурах предприятия. К примеру, в снабженческих и сбытовых структурах. При этом функционал дает возможность автоматизировать как финансовые, так и материальные потоки.

Конфигурация имеет функцию анализа изменения задолженности во времени, используя фактическую и прогнозируемую (т.е. отложенную) задолженность. Для проведения сверки взаиморасчетов с контрагентами и корректировки взаиморасчетов используются специально предназначенные документы.



Рис. 2 – Контроль задолженностей

В конфигурации имеют место три методики задолженностей: по договорам, по заказам и по счетам.

В пределах договоров с ведением взаиморасчетов в разрезе присутствует возможность отслеживания взаиморасчетов согласно введенных для контрагента кредитных линий. Чтобы создать кредитную линию требуется завести новый договор для контрагента, либо вставить параметры кредитной линии в договор с данным контрагентом, который был ранее создан. В роли характеристик кредитной линии используется сумма допустимой задолженности и срок задолженности. Для проведения документа, по которому сумма кредита или срок были превышены понадобится пользователь, который имеет специальное право на отключение контроля взаиморасчетов.

Таким образом, современные системы позволяют эффективно управлять денежными потоками, в том числе в прогнозируемом периоде. Удобный интерфейс и большое количество функций систем повышают их производительность.

Список литературы:

1. Управление денежными средствами. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://1c.5547.ru/info/articles/vvedeniye-v-1c/platforma-i-konfiguratsiya-v-1c/>.
2. Управление предприятием. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://podati.ru/services/1C_consulting/articles/kratkiy-obzor-konfiguratsii-1s-bukhgalteriya/.

ТУРИСТСКИЙ КЛАСТЕР КАК ОБЪЕКТ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Главатских Юлия Ивановна

*студентка 4 курса учетно-финансового факультета группы ЭК-41
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь*

*Научный руководитель: **Оборин Матвей Сергеевич***

д.э.н., профессор

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Нагоева Тамара Александровна

старший преподаватель

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Развитие российского туризма двойственный вопрос. На рынке туризма в Российской Федерации значительное число туристов выезжает за границу, а вот что относится въездного и внутреннего туризма, здесь существуют значительные проблемы. Наука и государство в поисках решений этой проблемы.

Одним из таких решений является повышение конкурентоспособности уже существующих туристских регионов и формирование новых. При этом необходимо создавать новые туристические направления, новый туристский продукт, так как потребности и предпочтения туристов часто меняются.

Для повышения конкурентоспособности региона используется кластерный метод, который применялся раньше в основном только в промышленном производстве. Кластерный подход является логическим

продолжением и развитием программно-целевого подхода к управлению территориями [1].

Понятие «кластер» впервые было использовано американским экономистом, профессором Гарвардской школы бизнеса М. Портером, а М. Монфорд стал одним из первых, кто употребил данный подход в области туризма [6].

Некоторые дефиниции ученых представлены в таблице 1.

Таблица 1

Авторские подходы к понятию «туристский кластер»

Автор	Определение
М. Портер [6]	Сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиком, поставщиков услуг, компаний в родственных видах экономической деятельности, а также связанных с их деятельностью организаций (например, университетов, торговых объединений) в определенных областях, конкурирующих, но при этом ведущих совместную работу.
М. Бени [1]	Совокупность туристских аттракторов, сконцентрированных на определенной территории, обладающих определенным уровнем качества предоставления туристских услуг, деятельность которых характеризуется синергизмом в экономической, социальной и политической сферах и направлена на координацию продуктовой цепочки через взаимодействие компаний с целью приобретения сравнительных и конкурентных преимуществ.
А.И.Тарасенок [9]	Группа предприятий туристского комплекса, объединенных единым технологическим процессом обслуживания посетителей дестинации или участвующих в формировании единого туристического продукта, потребляемого одним туристом или одним сегментом туристского спроса.
Федеральная целевая программа «Развитие въездного и внутреннего туризма в РФ (2011-2018 гг.) [10]	Комплекс взаимосвязанных объектов рекреационной и культурной направленности коллективных средств размещения, предприятий питания и сопутствующих сервисов, снабженных необходимой обеспечивающей инфраструктурой.

Создание туристского кластера заключается в повышении конкурентоспособности региона, снабжающего широкими возможностями для удовлетворения потребностей местного населения, российских и иностранных граждан в туристских услугах, внесение значительного вклада в развитие экономики, в том числе за счет налоговых поступлений в бюджет, притока иностранной валюты, увеличения количества рабочих мест, сохранения и рационального использования культурного и природного наследия [2].

Таким образом, в пределах туристического района создается туристский кластер как часть туристической системы, обеспечивающей комплексный эффект от взаимосвязанного развития всех кластеров. К выгодам от совместимой работы можно отнести снижение рисков, внедрение инноваций, экономию на масштабах производства и имиджевый рост, и поддержку развитию мировой экономики [4].

Туризм играет важную роль в решении социальных проблем, обеспечивая создание дополнительных рабочих мест, повышение благосостояния населения страны и роста занятости. В настоящее время туризм является одним из важных направлений, влияющих на рост экономики, в том числе на развитие таких сфер как услуги туристских компаний, либо как экономической деятельности, коллективные средства размещения, связь, транспорт, производство сувениров и другой продукции, торговля, сельское хозяйство, питание, строительство и другие отрасли, тем самым выступая катализатором социально-экономического развития регионов Российской Федерации.

Туристская деятельность как любая сфера экономики имеет свои специфические особенности и регулируется специальными законодательными актами. К числу таких, в основном, относится Федеральный закон № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. (с изм. от 5 февраля 2007 г) [10].

Подробнее рассмотрим туристический кластер России «Золотое кольцо России».

«Золотое кольцо России» - это маршрут, проходящий по территории Московской, Владимирской, Ивановской, Костромской и Ярославской областей. Традиционно в состав городов «Золотого кольца России» входят 8 городов таких как: Сергиев Посад, Переславль-Залесский, Ростов Великий, Ярославль, Кострома, Иваново, Суздаль, Владимир. Все эти города, соединяясь дорогами, выстраивают символический круг.

Проведем анализ статистических данных по туризму городов Золотого кольца России. Для начала определим динамику туристического потока по маршруту Золотое кольцо по годам 2016-2018 год.

Суммарный туристический поток туристов за период 2016-2018 годы свидетельствует о том, что имеется общая тенденция увеличения, особенно в 2017 году. Прежде всего, это относится таким городам как Ярославль, Сергиев Посад, Иваново и Кострома (табл. 2).

Таблица 2

Анализ динамики туристических потоков за 2016-2018гг. [3]

Города	2016г	2017г	2018г	Темп прироста, %
Ростов	565 274	572 555	579 703	2,5
Владимир	701 000	708 050	790 679	12,7
Иваново	505 000	514 893	759 393	50,3
Кострома	624 000	620 000	828 000	32,6
Переславль-Залесский	367 300	383 200	394 200	7,3
Ярославль	752 700	798 000	1 181 000	56,9
Суздаль	1 624 648	2 121 648	2 153 055	32,7
Сергиев Посад	1 400 000	1 499 300	1 879 000	34,2

По данным таблицы 2 видно, что объем туристического потока по городам Золотого кольца России выделяются города лидеры у которых турпоток более 1,5 млн человек – Суздаль и Сергиев Посад, так же к ним стремится Ярославль показатель, которого около 1,2 млн. человек. Последнее место в восьмерке занимает Переславль-Залесский, его показатель составляет на 2018 год 394 200 человек.

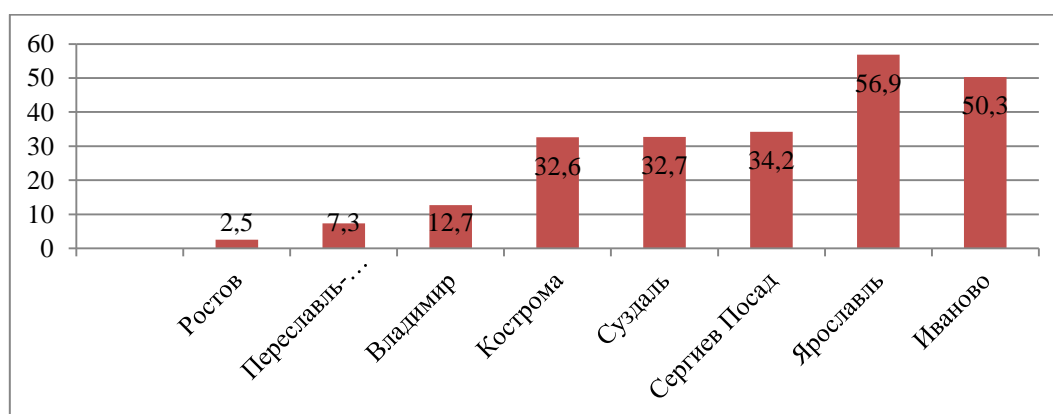


Рис. 1 Динамика прироста туристического потока Золотого кольца России за 2016 -2018 гг.

По данным рисунка 1 видно, что лидирующую позицию с не большим отрывом от Иваново (50,3%) занимает Ярославль, где общий турпоток увеличился на 56,9% за 2 года. Далее идут Сергиев Посад (34,2%), Суздаль (32,7%) и Кострома, где турпоток увеличился на 32,6%. Значительно меньший прирост был в таких городах как Владимир (12,7%), Переславль-Залесский (7,3%) и Ростов (2,5%).

Рассмотрим среднюю продолжительность пребывания туристов по туристическому кластеру «Золотое кольцо России» данные представлены в таблице 3.

Таблица 3

Средняя продолжительность пребывания туристов в городе в 2016-2018 гг.

[3]

Город	2016г.	2017г.	2018г.
Ростов (ночевок туристов)	2	3	3
Владимир (ночевок туристов)	1	1	1
Иваново (ночевок туристов)	2	2	2
Кострома (ночевок туристов)	1	1	1
Переславль-Залесский (ночевок туристов)	1,7	1,7	1,8
Ярославль (ночевок туристов)	1	1	2
Суздаль (ночевок туристов)	2	2	2
Сергиев Посад (ночевок туристов)	1,2	2	3

Из таблицы 3 видно, что средняя продолжительность городов туристического кластера «Золотое кольцо России» составляет от 1 до 3 ночей. Продолжительность пребывания туристов в городе, увеличивается в городах:

- В Ростове в 2017 году и 2018 году без изменений 3 ночевки;
- Переславль-Залесский в 2018 году увеличилось на 0,1 ночевки и составило 1,8 ночевки;
- В Ярославле туристы остаются на 2 ночи по данным 2018 года;
- Сергиев Посад туристы остаются на 3 ночи.

Наибольший срок пребывания туристов зафиксирован в Ростове 3 ночевки в 2017 и 2018 годах. Наименьший срок пребывания туристов во Владимире и Костроме по 1 ночевке.

Таким образом, «Золотое кольцо России», является сильным брендом на туристском рынке России. По разным классификациям его можно отнести:

– С одной стороны, географическим, так как он относится к объектам определенной территории;

– С другой стороны, национальным, так как по задумке Министерства культуры Российской Федерации он должен быть одним из туристических символов России, представляющих их на международном туристическом рынке.

Таким образом, туристские кластеры осуществляют важную роль в обеспечении привлекательности туристского региона и повышение его конкурентоспособности. Если в зарубежных странах кластерный подход достаточно развит, то Россия следом за многими другими странами мира идет по пути создания туристских кластеров, тем самым обогащая мировой опыт развития туризма.

«Золотое кольцо России» и как маршрут, и как туристский макрорегион имеет огромный потенциал. Необходимо консолидировать усилия по его развитию с учетом выявленных тенденций и совместными усилиями превратить его в современный востребованный различными целевыми аудиториями и имеющий перспективы к дальнейшему развитию и совершенствованию туристский продукт.

Список литературы:

1. Бойко А.Е. Формирование кластеров как инструмент повышения конкурентоспособности туристских услуг: Автореф. дис. канд.экон.наук. — Новосибирск: 2011. — 24 с.

2. Единая межведомственная информационно-статистическая система(ЕМИСС). URL: <https://fedstat.ru/>

3. Методические аспекты формирования туристского кластера. URL: <http://www.pandia.ru/text/77/156/22996.php>.

4. Оборин М.С. Методологические аспекты проведения системного анализа и кластеризации рынка санаторно-курортных услуг// Научные

ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. 2015. № 19 (216). С. 43-51.

5. Осминкина А.Д. Исследование возможностей создания информационно-аналитических моделей для построения и управления туристскими кластерами // Алгоритмы, методы и системы обработки данных. – М.: Из-во РЛД, 2012. -№14. С.100-105.

6. Портер М.Ю. Конкурентная стратегия туризма: Методика анализа отраслей и конкурентов: учеб.пособие. –М.: Из-во Альпина Бизнес Букс, 2013.- 454с.

7. Савельев Ю.В., Тостогузов О.В. Научные основы пространственного планирования и кластерной политики в туризме // Вестник НАТ.2009. №4(12). С.18-23.

8. Слинкова О.К., Скачков Р.А. Практика использования программно-целевого метода в управлении экономикой России // Современные проблемы науки и образования. – 2014. -№5. С. 89-96.

9. Федеральная целевая программа « Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018г.). [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

10. Шепелев И.Г., Макарова Ю.А. Туристско-рекреационные кластеры-механизм инновационного совершенствования системы стратегическим управлением развития региона // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2012. №3(11). С. 69-77. [URL:www.sisp/nkras.ru](http://www.sisp/nkras.ru).

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ НА МИРОВОМ ГАСТРОНОМИЧЕСКОМ РЫНКЕ

Горбунова Ольга Валерьевна
студентка Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь
*научный руководитель: **Воронина Эмма Васильевна***
кандидат химических наук, доцент Пермского института (филиала) РЭУ им.
Г.В. Плеханова, г. Пермь

Питание имеет большое значение для человека, так как с ним связаны все жизненно важные функции организма. Оно является источником развития тканей и клеток, их постоянного обновления, насыщения человека энергией.

Неправильное питание, а именно, избыточное или недостаточное, способно нанести существенный вред здоровью человека в любом возрасте. Это выражается в снижении уровня физического и умственного развития, быстрой утомляемости, неспособности оказывать сопротивление воздействию неблагоприятных факторов окружающей среды, снижению работоспособности и даже преждевременном старении, и сокращении продолжительности жизни.

Приверженность к здоровому образу жизни – это мировой тренд, который стартовал в 2004 году. Следуя этому тренду, у потребителей растет интерес к здоровым и устойчивым продуктам питания. Люди начали задумываться о своем здоровье, о своей фигуре. Раньше это было недооценено, а сейчас все стали ответственнее подходить к тому, что они едят.

Потребители становятся все более грамотными при выборе пищевых продуктов и блюд в общественном питании. Они выбирают ингредиенты, продукты и блюда, которые обеспечивают хорошую физическую активность или вызывают положительные эмоции. Об этом свидетельствует ряд тенденций, которые отражены в различных докладах Обсерватории по сертификации здоровья и здорового питания гостиничного сектора (Observatory of Healthia Certification) [2].

Данная статья посвящена обзору гастрономических тенденций в гостиничном и ресторанном питании, характерных для 2019 года.

Одной из главных тенденций является появление нового взгляда на чай, которое состоит в осознании преимуществ этого напитка. В среднем по всему миру на каждую выпитую чашку кофе приходится три чашки чая, а любители кофе все чаще становятся поклонниками травяных напитков. По мнению специалистов компании Benchmark®, в ближайшее время у местного баристы появится сосед в виде «чайного бармена» [2].

Растет популярность альтернативного мяса у населения, в том числе растительного. Компания Beyond Meat в числе первых поставила перед собой цель производить мясо из растений, которое может конкурировать с обычным

мясом животного происхождения [1]. Вегетарианские бургеры, поддельная курица, соевое и миндальное молоко, приобретают все большую популярность и долю на рынке. Даже лучше, они становятся вкуснее, их труднее отличить от продуктов животного происхождения.

Следующей тенденцией является увлечение ферментированными продуктами питания, которые имеют наименьший уровень обработки и содержат пробиотики, повышающие иммунитет. К таким продуктам относятся соленые огурцы, квашеная капуста, кимчи и другие. Велнес-бренды предлагают попробовать блюда с инновационными бактериями *Bacillus Coagulans*, которые оздоравливают организм и продлят молодость [3].

Возрождается популярность известного по всему миру бренда комбуча (ферментированный напиток из Китая, известный у нас как «чайный гриб»). Сейчас гриб, или комбучу, разводят и продают по всему миру. По данным консалтинговой компании Zion Market Research, в 2016 году общемировые продажи комбучи достигли \$1,06 млрд, а к 2022 году эта цифра вырастет до \$2,5 млрд. Всех быстрее растёт рынок комбучи в США: за 2017 год рост составил больше 37%. За это же время прибыль Coca-Cola упала на 80% [4].

Чайный гриб можно купить в сети магазинов «ВкусВилл», там она продаётся под привычным названием «чайный гриб». Функциональные напитки (на основе молока или соков, с биоактивными добавками и витаминами) занимают 0,5–1,5% рынка безалкогольных напитков в России — это примерно 15 млн л. У снова входящего в моду чайного гриба есть шанс получить место в этой нише.

В ближайшее время прогнозируется появление различных видов комбучи в бутик-отелях и ультрамодных кафетериях.

Поиск новых источников белка — следующая тенденция на гастрономическом рынке, которая обусловлена ростом цен на продукты питания. При этом в качестве альтернативы все чаще выступают насекомые. Они являются источником высокоусвояемого белка, жира с уникальными

свойствами, антиоксидантов, иммуномодуляторов, сырья для получения лекарственных средств растет во всем мире.

Некоторые виды насекомых могут содержаться в искусственных условиях. Это позволяет использовать их в качестве новых промышленных продуцентов, получать физиолого-биохимические и генетические характеристики конкретной культуры, контролировать процессы биоконверсии субстратов, на которых развиваются насекомые, а также оценивать качественные и количественные показатели продуктов переработки их биомассы.

В действительности, 80% мира потребляет насекомых в качестве источника пищи, причем съедобными считаются 1,9 тыс. видов насекомых. Они содержат низкий уровень жира и в 3-4 раза превышают по содержанию протеина говядину [6]. Порошками из насекомых можно обогатить коктейли, а муку из сверчков использовать для изготовления хлеба и печенья.

В США появилось много стартапов, которые занимаются производством продуктов питания на основе протеина сверчков. Причем ассортимент такой еды растет. Уже есть белковые фитнес-батончики [eXo](#), шоколадные батончиками [Chapul](#), чипсы [Six Food](#), макароны [Bugsolutely](#) и даже коктейльный биттер [Citterbitters](#) и мукой [Aspire's Aketta](#) [7].

Одной из популярных тенденций современности является питание «от фермы к столу». Потребители все чаще задумываются о здоровом образе жизни, хотят получать качественные местные продукты и знать, где и как они были выращены, каким образом транспортировались и как все это влияет на окружающую среду. Экологически чистые продукты не содержат в своем составе генетически модифицированных организмов, синтетических консервантов, искусственных усилителей вкуса, красителей и ароматизаторов. Используемое в процессе производства экопродуктов сырье выращивается без применения гормонов, антибиотиков, искусственных удобрений, ядохимикатов и пестицидов [9]. Выращенные на органических материалах продукты гораздо вкуснее и полезнее тех, которые получают путем применения регуляторов

роста, химических энзимов и других искусственных добавок. Понимая это, многие фермерские хозяйства стараются сделать минимальным вмешательство человека в естественное развитие растений и животных.

Однако выращенные без использования пестицидов, синтетических удобрений и гормонов роста, они продавались по заоблачным ценам, что значительно ограничивало круг покупателей, не давая возможность людям с невысокими заработками побаловать себя здоровой пищей. К счастью, к 2019 году глобальный рынок по производству органических продуктов вырос достаточно, чтобы производители снизили цены до приемлемого уровня. С каждым днем все больше ресторанов отдают предпочтение биопродуктам и заключают договора на поставки с проверенными фермерами [5].

На фоне таких изменений в потребительском поведении появляются маркетплейсы, соединяющие фермеров и рестораны с географической привязкой [8].

Шеф-повара уже готовы к возвращению стандартных ингредиентов, с которыми посетители слишком хорошо знакомы. Примером являются плоды цитрусовых, которые широко используются в качестве компонента многих блюд и напитков. В ближайшее время, по мнению специалистов в области питания, появится новая гамма вкусов изысканных и уникальных «родственников» лайма и лимона: цитрона, кумквата и помпельмуса [10].

Сотрудничество с диетологом – это также важный тренд в общественном питании. В настоящее время потребители начинают формировать собственные блюда и порции в соответствии с собственными пищевыми потребностями и личной диетой. Сближение мобильных и онлайн технологий позволяет посетителям предъявлять свои диетические требования в кафе, торговых точках и ресторанах, а поставщикам получать доступ к предпочтениям своих гостей.

Список литературы:

1. Альтернативное мясо становится все более популярным [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://the-steppe.com/gorod/alternativnoe-myaso-stanovitsya-vse-bolee-populyarnym> (дата обращения 22.11.2019).
2. Гастрономический прогноз на 2019-й год [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://prohotelia.com/2019/01/12-trends-foods-will-triumph-2019/>(дата обращения 20.11.2019).
3. Главные гастрономические тренды года [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.vogue.ru/peopleparties/tabletalk/glavnye_gastronomicheskie_trendy_goda (дата обращения 22.11.2019).
4. Господи, нет: Новый виток популярности чайного гриба [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://secretmag.ru/trends/tendencies/gospodi-net-novyi-vitok-populyarnosti-chainogo-griba.htm>(дата обращения 20.11.2019).
5. Гастрономические тренды 2019 года [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://culinaryschool.ru/gastronomicheskie-trendy-2019-goda/> (дата обращения 18.11.2019)
6. Протеин XXI века сверчки, тараканы и личинки мух [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.agroinvestor.ru/technologies/article/31853-protein-xxi-veka/>(дата обращения 21.11.2019)
7. Протеин из насекомых — тренд будущего в сельском хозяйстве [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://aggeek.net/ru-blog/protein-iz-nasekomyh--trend-buduschego-v-selskom-hozyajstve>(дата обращения 20.11.2019).
8. Ресторанные технотренды 2019 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://joinposter.com/post/restaurant-tech-trends>(дата обращения 20.11.2019).
9. Экологически чистые продукты питания, почему они безопасны для человека [Электронный ресурс] – Режим доступа <https://www.chefmarket.ru/blog/jekologicheski-chistyje-produkty-pitaniya/> (дата обращения 19.11.2019).
10. 10 основных гастрономических тенденций в 2019 году [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://prohotelia.com/2018/10/10-food-and-dining-trends/> (дата обращения 20.11.2019).

ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ УСЛУГ

Григорьева Виктория Александровна

*студентка 4 курса учетно-финансового факультета группы ЭК-41
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь*

*Научный руководитель: **Оборин Матвей Сергеевич***

д.э.н., профессор

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Технологическое перевооружение сельского хозяйства осуществляется более медленными темпами по сравнению с другими отраслями, поэтому эта сфера деятельности является всегда актуальной для поиска решения проблем и повышения эффективности работы предприятий [5].

Специфика деятельности сельскохозяйственных предприятий требует налаживания механизма двойной адаптации к рыночным и природно-климатическим условиям. Постоянное существование угроз обуславливает актуальность исследований проблемы формирования механизма экономической безопасности сельскохозяйственных предприятий.

Целью работы является дать общее понятие об экономической безопасности в сфере сельского хозяйства и на примере Краснодарского края проанализировать и оценить деятельность сельскохозяйственных организаций, после чего сделать выводы и дать рекомендацию по улучшению экономической безопасности.

В ходе работы была использована информация различных авторов статей, среди которых: Л. Б. Винничек, В. Н. Батова, А. Ю. Павлов об актуальности темы, выявление отраслевых особенностей экономической безопасности сельскохозяйственных организаций; О. А. Берёза об экономической безопасности на региональном уровне;

Главной целью экономической безопасности сельскохозяйственного предприятия выступает гарантия его стабильного и максимально эффективного функционирования в текущий момент, а также высокого потенциала развития в будущем.

Вследствие соблюдения экономической безопасности сельскохозяйственных предприятий достигается устойчивое состояние, после чего система экономической безопасности быстро и без проблем нейтрализует последствия внутренних или внешних угроз.

К внутренним угрозам отнесены: нарушение воспроизводственного процесса, потеря финансовой устойчивости, разрушение природно-ресурсного потенциала, низкая инновационная и инвестиционная активность [3].

На региональном уровне экономическая безопасность сельскохозяйственных предприятий предполагает принятие региональных программ развития производства и обеспечения потребления сельскохозяйственной продукции.

Экономическая безопасность региона проявляется в эффективном использовании ресурсов, а также в ускорении экономического роста, повышения качества производимой продукции, услуг и конкурентоспособности производства на основе использования инноваций [1].

Для исследования экономической безопасности организаций в сфере сельского хозяйства был выбран Краснодарский край.

Одним из показателей, характеризующим результативность управления экономической устойчивостью сельскохозяйственных организаций, является объем реализованной продукции. Потому проведен анализ динамики продукции сельского хозяйства Краснодарского края за период 2015-2018 гг. в таблице 1. Данные для расчета взяты из Росстата по регионам [4].

Таблица 1

Анализ динамики продукции сельского хозяйства Краснодарского края за 2015-2018 гг.

Показатель/Год	2015	2016	Темп роста к 2015 г., %	2017	Темп роста к 2016 г., %	2018	Темп роста к 2017 г., %	Среднегодовой темп роста, %
Продукция сельского хозяйства, млрд. руб.	340,6	370,8	108,9	364,0	98,2	359,3	98,7	101,8
в том числе: Продукция	252,7	273,8	108,3	259,5	94,8	254,9	98,2	100,3

Показатель/Год	2015	2016	Темп роста к 2015 г., %	2017	Темп роста к 2016 г., %	2018	Темп роста к 2017 г., %	Среднегодовой темп роста, %
растениеводства								
Продукция животноводства	87,8	97,0	110,5	104,6	107,8	104,5	99,9	105,9

Как можно заметить по данным из таблицы, лишь в 2016 году наблюдается тенденция роста продукции сельского хозяйства, в особенности продукции животноводства. В 2017 году общее число продукции претерпел спад, однако за счет положительной динамики продукции животноводства общий показатель не стал слишком низким. В 2018 году также наблюдается снижение и в этот раз, как по растениеводству, так и по животноводству.

Так как речь идет об экономической безопасности с/х предприятий данного региона, то необходимо выделить обеспеченность с/х организаций тракторами и комбайнами. Анализ представлен в таблице 2.

Таблица 2

Анализ обеспеченности с/х организаций Краснодарского края тракторами и комбайнами за 2015-2018 гг.

Показатель/Год	2015	2016	Темп роста к 2015, %	2017	Темп роста к 2016, %	2018	Темп роста к 2017, %	Среднегодовой темп роста, %
Приходится тракторов на 1000 га пашни, штук	5,9	6,1	103,4	6,1	100	6,0	98,4	100,6
Приходится пашни на один трактор, га	169,4	165,0	97,4	165,2	100,1	167,5	101,4	99,6
Приходится комбайнов на 1000 га посевов (посадки) соответствующих культур, штук	24,5	28,2	115,1	25	88,7	22,5	90	97,3
Приходится посевов (посадки) соответствующих культур на один комбайн, га	2689,1	2842,7	105,7	3419,9	120,3	3243,8	94,9	106,5

По данным из таблицы видно, что рост количества тракторов произошел в 2016 году, снижение в 2018, в 2017 году показатель не изменился. Что касается числа комбайнов, то можно заметить, что в 2016 году их количество также увеличилось, однако в следующие года наблюдается снижение, самое большое в 2017 году. Среднегодовой темп роста числа тракторов за данный период составил положительный показатель, а числа комбайнов

отрицательный. Однако в обоих случаях наблюдается тенденция снижения числа необходимого оборудования.

От обеспеченности трудовыми ресурсами практически вплотную зависит экономическое положение сельскохозяйственных организаций региона, потому следующий анализ будет проведен по трудовым ресурсам в сфере сельскохозяйственной деятельности за период 2015-2018 года:

Таблица 3

Среднегодовая численность занятых в сфере сельскохозяйственной деятельности Краснодарского края за 2015-2018 гг. (тыс. чел.)

	2015	2016	Темп роста к 2015,%	2017	Темп роста к 2016,%	2018	Темп роста к 2018,%	Среднегодовой темп роста, %
Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	265,4	268,1	101	247,0	92,1	240,6	97,4	96,8

Исходя из данных, заметно уменьшение количества рабочей силы в последних годах, что также могло значительно повлиять на данную экономическую деятельность, а также ее экономическую безопасность.

По проведенному исследованию выяснилось, что в последних годах объем продукции сельскохозяйственных организаций Краснодарского края значительно снизился, что говорит об ухудшении экономической устойчивости. Фактором могла стать нехватка трудовых ресурсов, что также имеют отрицательную динамику в последние годы, а также уменьшение количества оборудования на предприятиях. Все перечисленное можно объяснить как внутренние угрозы предприятий и говорит о снижении уровня экономической безопасности сельскохозяйственных организаций Краснодарского края.

На мой взгляд, в целях повышения экономической безопасности сельскохозяйственных предприятий следует разработать схемы снижения уровня угроз экономической безопасности, включающие меры по восстановлению производственного потенциала, финансовому оздоровлению предприятий, предотвращению процессов деградации сельских территорий.

Таким образом, на примере Краснодарского края выяснилось, что для того, чтобы поддерживать экономическую безопасность на сельскохозяйственных предприятиях необходимо грамотное управление имеющимися ресурсами, которые способны обеспечить процесс расширенного воспроизводства, финансовую устойчивость при сохранении окружающей природной среды, подготовку квалифицированных кадров, повышение конкурентоспособности производимой сельхозпродукции и расширение рынков сбыта.

Список литературы:

1. Горшенев А.С. Регулирование сельского хозяйства в условиях рыночной экономики. – М.: Россия молодая, 1992. 216 с.
2. Экономическая безопасность сельскохозяйственных предприятий URL: Агропромышленный комплекс. Факторы размещения отраслей сельского хозяйства. - URL: <https://clck.ru/CHSHb>
3. Влияние производственно-экономических факторов на эффективность воспроизводства в сельском хозяйстве Краснодарского края URL: <https://clck.ru/K9Tg2>
4. Краснодарский край в цифрах, 2018. - URL: <https://clck.ru/K9TYS>
5. Оборин М.С. Технологии цифровой экономики в развитии сельского хозяйства// Друкеровский вестник. 2018. № 2 (22). С. 68-72.

ФАКТОРЫ ИННОВАЦИОННОГО РОСТА ОТРАСЛИ СТРОИТЕЛЬСТВА В РОССИИ

Дружинина Мария Константиновна

*студентка 4 курса учетно-финансового факультета группы ЭК-41
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь*

*Научный руководитель: **Оборин Матвей Сергеевич***

д.э.н., профессор

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Инновационное развитие – преобразование всех сфер экономики и социальной системы на основе научно-технических достижений. Инновационное развитие предполагает реализацию национальных,

региональных, отраслевых и корпоративных инновационных программ и проектов, развитие инновационного потенциала и инновационной культуры [3].

Необходимость в безопасности и надежности построек, приводит к созданию и внедрению более совершенных (инновационных) строительных технологий в производство. Таким образом, с внедрением инновационных технологий появляется возможность снизить сроки строительных работ, расходы материалов, а качество строительной продукции повышается во много раз.

Строительная отрасль – отрасль экономики (народного хозяйства) Российской Федерации, в которой объединены работы и услуги материального строительства зданий (в том числе разработка строительных материалов и изделий, строительство зданий, инженерных сооружений) [2].



Рис. 1. Структура ВВП России в 2018 году [4]

По данным графика видно, что строительство в 2018 году составляло 5% от всей структуры ВВП, это говорит о том, что предпочтение в развитие отдают другим отраслям, например – добыче полезных ископаемых, торговле оптовой и розничной (данные отрасли занимают лидирующие позиции в структуре ВВП).

Таблица 1

**Объем работ, выполненных по виду экономической деятельности
«строительство» в Российской Федерации [4]**

Год	Млрд. руб., в фактически действовавших ценах
-----	---

2014	6125,2
2015	7010,4
2016	7213,5
2017	7573,0
2018	8385,7

По объему работ в строительстве, можно сделать вывод, что с 2014 года объем вырос на 2 260,5 млрд. руб., а также увеличился приблизительно на 10% (9,69%) по сравнению с предыдущим годом.

Таблица 2

Динамика показателей, характеризующих состояние жилищного строительства в России за период 2014-2018 г. [4]

Год	Введено в действие жилых домов, млн.м.кв.	Темп прироста жилья, в %
2014	84,2	19,4
2015	85,3	1,1
2016	80,2	-5,1
2017	79,2	-1,0
2018	78,5	-0,7

Максимальный темп роста ввода жилых помещений наблюдался в 2014 году на 19,4 %. К 2018 году данный показатель уменьшился на 0,7% в сравнении с предыдущим периодом и на 6,7% в сравнении с 2014 годом.

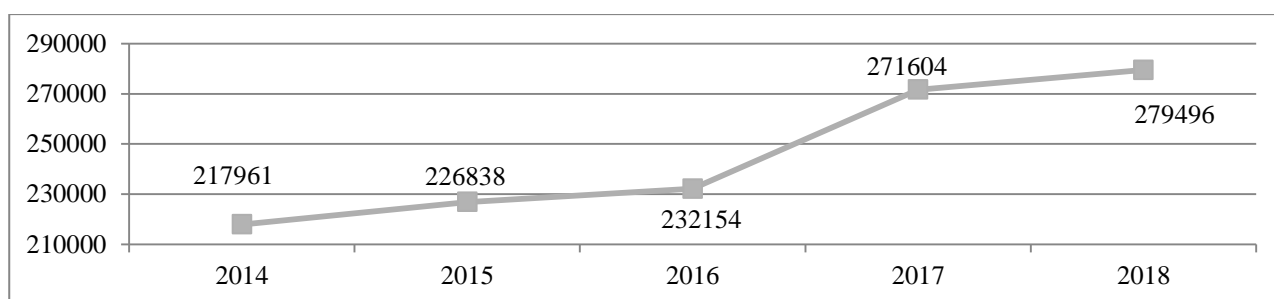


Рис. 2. Динамика количества строительных организаций в России [4]

С 2014 по 2018 год количество строительных организаций выросло на 61 535 компаний, то есть на 28%, что благоприятно сказывается на развитии строительной отрасли, где виден рост проводимых строительных работ.

Также, важное место в развитии строительной отрасли занимает кадровый потенциал. Строительный комплекс нашей страны в настоящее время – это свыше 270 тыс. организаций, на которых работают более миллиона сотрудников. Однако, по данным Росстата в начале 2019 года, уровень

показателя «недостаток квалифицированных рабочих в строительной отрасли» составил 18%, что на 1% больше, чем тот же показатель на конец 2018 года.

Данный недостаток, говорит о том промышленное производство, сфера жилищно-коммунального хозяйства и предприятия строительной отрасли испытывают дефицит в квалифицированных работниках. Следствием этого, являются недостаточно высокие сроки сдачи, не всегда качественно выполненная работа.

На данный момент разработана стратегия развития строительной отрасли. Ее реализация проводится в два этапа.

Первый этап (2020-2024 годы):

- внедрение инноваций во все сферы строительства, стимулирование роста конкурентоспособности строительной отрасли;

- создание единой системы управления строительной отраслью в соответствии с поставленными задачами;

- внедрение технологий информационного моделирования;

- технологический прорыв в развитии российских строительных материалов и технологий.

Второй этап (2025-2030 годы):

- развитие отрасли путем повышения качества человеческого капитала;

- наращивание отдачи от осуществленного финансирования человеческого капитала и также от научно-исследовательской деятельности в данной отрасли;

- разработка показателей и методов их измерения для различных типов инновационной активности предприятия и организаций строительной отрасли, осуществляющейся по всему жизненному циклу строительных проектов.

Данная стратегия развития очень важна для решения проблем, установлении определенных норм регулирования, разработки методик управления рисками в строительстве, принятие государством под свой

контроль и осуществление первоочередных социальных и жилищных программ.

Для достижения требуемых результатов и решения основных задач необходимо [1]:

— создать условия для большего привлечения инвестиций в строительную отрасль;

— применение необходимых мер, направленных на увеличение спроса на инновационную продукцию;

— развитие кадрового потенциала в строительной отрасли;

— стимулирование роста конкурентоспособности строительной отрасли страны на мировом рынке;

— создание рамок и установление ограничений на использование устаревших технологий и стремление внедрения передовых технологий во всю сферу строительства;

— снижение административной нагрузки на застройщиков, совершенствование нормативной базы и ее сопоставление с международными стандартами.

В заключение отметим, что строительная отрасль, несмотря на существующие проблемы, имеет предпосылки для развития в ближайшее время, так как с 2020 года начнется реализация стратегии, разработанной министерством строительства.

Список литературы:

1. Оборин М.С., Старикова Л.Н. Совершенствование бизнес-процессов при организации логистических услуг// Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. 2018. № 4. С. 207-219.

2. Строительство инновационного развития строительной отрасли Российской Федерации на период до 2030 года / Министерство строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации / Т.Н. Бармина – 2018

3. Особенности инновационного развития строительного комплекса в условиях модернизации национальной экономики / Т.Р. Алексеева / ФГБОУ ВПО «МГСУ». М., 2014. 296 с.

4. Росстат URL: <https://www.gks.ru>

5. Пахомов Е. В., Овчинникова М. С. Текущее состояние строительной отрасли РФ // Молодой ученый. — 2019. — №2. — С. 255-260. — URL: <https://moluch.ru/archive/240/55658/> (дата обращения: 13.10.2019).

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Евстифеев Александр Олегович

студент Кемеровского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Кемерово

научный руководитель: Балашова Марина Владимировна

кандидат экономических наук, доцент

Кемеровского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Кемерово

Формирование «шестого технологического уклада» необходимо для поддержания конкурентоспособности национальной экономики что невозможно без инновационной активности в государстве. Процесс создания инноваций, отмеченный на рисунке 1, разделяется на три последовательных этапа с постоянным увеличением расходов. По этой причине научным исследованиям и опытно-конструкторским разработкам (НИОКР) требуется внешнее финансирование.



Рисунок 1 – Жизненный цикл продукта

В результате эволюционного развития усложнились механизмы финансирования науки, технологий и инноваций (НТИ), с учетом передовых концепций и роста экономической ценности результатов интеллектуальной деятельности. В число таких механизмов на современном этапе входят:

- формальные меры, такие как налоговая политика и государственные субсидии;
- финансирование долгосрочных проектов государством и бизнесом;
- бюджетные ассигнования университетам, НИИ, библиотекам и др. организациям, вовлеченным в процесс создания знаний и инновационную деятельность;
- поддержка программ, реализуемых международными и региональными организациями;
- целевое финансирование, распределяемое специализированными институтами (например, научно-технологическими советами и фондами);
- реализация отдельных инициатив через механизмы проектного финансирования [4].

В международной практике государства принимают активное участие в финансировании инновационной деятельности в рамках своих экономик в следующих формах:

1. Налоговые стимулы, включающие в себя:

- налоговые льготы;
- особые правила амортизации;
- предоставление кредита;
- освобождение либо отсрочка от уплаты налогов.

2. Финансовые стимулы:

- гранты, кредиты, субсидии;
- программы венчурного инвестирования;
- гарантии инвестиций в акционерный капитал;
- кредитные гарантии.

На современном этапе в Российской Федерации функционирует фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере (Фонд содействия инновациям), предоставляющий ряд программ с возможностью получения грантов на развитие инновационного проекта на всех этапах создания инновации, а также осуществляющий поддержку в коммерциализации и интернационализации инновационных проектов. На ноябрь 2018 году фондом предоставляются 6 программ:

- «Умник» – программа, направленная на поддержку молодых исследователей (от 18 до 30 лет), занимающихся проведением НИР с возможностью получения гранта на 500 тыс. руб.;

- «Старт» – программа, направленная на создание новых и поддержку существующих малых инновационных предприятий (МИП), стремящихся разработать и освоить производство нового товара, изделия, технологии или услуги с использованием результатов собственных научно-технических и технологических исследований, находящихся на начальной стадии развития и имеющих значительный потенциал коммерциализации. Данная программа подразделяется на 4 группы с дифференцированными размерами грантов (Старт-1 – до 2 млн. руб., Старт-2 – до 3 млн. руб., Старт-3 – до 4 млн. руб., Бизнес-Старт – до 10 млн. руб.);

- «Развитие» – программа, направленная на поддержку компаний, уже имеющих опыт разработки и продаж собственной наукоемкой продукции и планирующих разработку и освоение новых видов продукции с возможностью получения гранта на сумму от 15 до 20 млн. руб.;

- «Коммерциализация» – программа, направленная на поддержку компаний, завершивших стадию НИОКР и планирующих создание или расширение производства инновационной продукции с возможностью получения гранта до 20 млн. руб.;

- «Интернационализация» – программа, направленная на поддержку компаний, реализующих совместные проекты по разработке и освоению выпуска новых видов продукции с участием зарубежных партнеров, а также

поддержку компаний, разрабатывающих продукцию, предназначенную для реализации на зарубежных рынках с возможностью получения гранта до 15 млн. руб.;

- «Кооперация» – программа, направленная на развитие партнерства между малыми инновационными предприятиями и Индустриальными партнерами. Целью Программы является использование потенциала сектора малого наукоемкого предпринимательства для развития продуктовых линеек средних и крупных технологических предприятий, создания новых и обновления существующих производств на базе инновационных, в том числе не имеющих аналогов, технологий с возможностью получения гранта до 25 млн. руб. [5].

С целью стимулирования инновационной деятельности на территории страны в Российской Федерации действуют следующие налоговые льготы:

- освобождение от налога на добавленную стоимость при получении доходов от реализации результатов инновационных проектов;
- освобождение от налога на прибыль средств целевого финансирования, полученных из фондов поддержки инновационной деятельности;
- особый порядок учета расходов на инновационную деятельность;
- применение повышающих коэффициентов для расходов на научные исследования и опытно-конструкторские разработки и инновационные проекты при амортизации основных средств;
- предоставление инвестиционного налогового кредита [1].

Кроме государственного финансирования инновационной деятельности существуют различные формы инвестирования частного капитала в НИОКР. В Российской Федерации распространенным частным финансированием являются случаи целевого финансирования инноваций, т.е. заказов на какое-либо техническое решение для конкретного вопроса на конкретном предприятии. В данном варианте инвестор (предприятие) является заказчиком, а исследователь / конструктор – исполнителем услуги. Все права на объекты

интеллектуальной собственности исследователем отчуждаются в пользу заказчика.

Другой формой инвестирования в инновационную деятельность является рынок ангельских инвестиций. Бизнес-ангел – это частный венчурный инвестор, финансирующий и консультирующий инновационную компанию на ранних этапах развития. В свою очередь бизнес-ангел получает долю в инновационном предприятии, позволяющую ему в перспективе получать от нее доход и для перепродажи с целью извлечения выгоды от инвестиций.

Инвестирование в высокорисковые, но одновременно высокодоходные проекты стала обычной практикой в странах с высокой инновационной активностью. В Российской Федерации венчурное инвестирование развито относительно слабо из-за сравнительно небольшого числа привлекательных для инвесторов проектов, поэтому многие российские ангелы ориентируются на финансирование инноваций в западных странах. По этой причине государство создает государственные институты содействия инновациям (РФФИ, НТИ) и частные ангельские объединения с государственной поддержкой и гарантиями.

Из этого следует, что в Российской Федерации ключевая роль в финансировании инновационных проектов и стимулировании инновационной активности остается за государством.

Список литературы:

1. Мошкова Д.М. Особенности налогового стимулирования инновационной деятельности в РФ // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина. – 2018. – С. 110-116.

2. Обухова Е.А. Особенности организации деятельности венчурных инвесторов в Российской Федерации // Теоретическая экономика. – 2018. – № 3. – С. 143-152.

3. Российская Федерация. Законы. Налоговый кодекс Российской Федерации Ч.2: федер. закон: [принят Гос. Думой 19 июля 2000 г.: по состоянию на 21 ноября 2019 г.] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/#dst0

4. Сейдль да Фонсека Р., Пинхеро-Велосо А. Финансирование науки, технологий и инноваций: современная практика и перспективы // Форсайт. – 2018. - № 2. – С. 6-22.

5. Фонд содействия инновациям: Программы. URL: <http://fasie.ru/programs/>

СЕКТОР ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ УСЛУГ: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Ермолаенко Анастасия,
*студентка 3 курса учетно-финансового факультета группы ЭК-31
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь*
*Научный руководитель: **Оборин Матвей Сергеевич**
д.э.н., профессор
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь*

Сегодня во многих странах, в том числе и в России, происходят серьезные изменения с точки зрения формирования экономики, основанной на знаниях, где немаловажное значение занимает сектор интеллектуальных услуг.

Конкурентоспособность стран, субъектов экономики во многом определяется восприимчивостью к инновациям и их практической реализацией. Говоря о новой экономике как о креативной, мы понимаем, что инновация является основным ее продуктом. Четвертичный сектор экономики может стать драйвером развития, что подтверждается ростом вклада компаний сектора интеллектуальных услуг в ВВП развитых стран. Следовательно, больше выиграют те страны, которые разовьют экономику знаний до максимально доступных объемов. Безнадёжно отстанут государства, пренебрегающие необходимостью интеллектуального производства. Несмотря на рост интенсивности исследований сектора интеллектуальных услуг, его теоретическая база очень фрагментарна.

Истории становления, развития и перспективе роста рынка интеллектуальных услуг уделяли значительное внимание известные

отечественные и западные ученые от А. Смита, А. Фишера и К. Кларка до наших современников Гохберга Л.М., Дорошенко М.Е. и др.

Неоценимый вклад в научную разработанность темы исследования, внесли труды авторов, которые изучали перспективы развития рынка интеллектуальных услуг, это: Петровская Е.В., Петровский В.П., Кровяков А.А., Добрынин А.И., Тарасевич Л.С., Шарманов А.С. и многие другие.

Изучение и обобщение современных тенденций рынка интеллектуальных услуг имеет не только теоретическое, но и актуальное практическое значение, в том числе и для России.

Сектор интеллектуальных услуг часто называют «четвертичным» сектором экономики. В мировой теории и практике для обозначения особенностей данного сектора используется термин «knowledge-intensive services sector», что в переводе с английского языка дословно означает «сектор наукоемких услуг». Однако в российской практике в научном и практическом обиходе используется термин «сектор интеллектуальных услуг».

Однозначная трактовка понятия «интеллектуальная услуга», а также единая классификация данного вида услуг отсутствуют. В российской и зарубежной литературе представлены различные взгляды на описание сектора интеллектуальных услуг.

Ян Майлс и др. еще в 1995 г. определили интеллектуальные услуги как услуги, которые участвуют в хозяйственной деятельности, и которые предназначены для создания, накопления или распространения знаний.

А. Кох и Х. Стротманн обозначили интеллектуальные услуги как высоко прикладные услуги, в которых неявное знание играет важную роль. При этом авторы отметили, что данные услуги требуют специальных знаний и кумулятивных процессов обучения.

А.Ю. Забродин трактует интеллектуальные услуги как совокупность мероприятий по диагностике, анализу, оценке предприятий и компаний, проведению НИОКР, инжинирингу, консалтингу, профессиональному

образованию, рекрутингу, инноватике, маркетингу, юридической поддержке, издательской деятельности [8].

В целом можно сказать, что сектор интеллектуальных услуг представляет собой совокупности экономических отношений между производителями и продавцами интеллектуальных услуг, и потребителями данных услуг, складывающихся по поводу купли-продажи этих услуг как особых благ.

Представления о составе сектора интеллектуальных услуг в разных источниках заметно отличаются друг от друга. Это связано с тем, что их основной отличительной чертой является «знаниеемкость» - свойство довольно неопределенное.

Рассмотрим основные подходы к исследованию сектора интеллектуальных услуг. Ян Майлс и др. авторы выделили три основные характеристики интеллектуальных услуг:

- они в большой степени основаны на профессиональных знаниях;
- они либо являются основными источниками информации и знаний, либо используют знания для получения промежуточных услуг для производственных процессов своих клиентов;
- они имеют большое значение для обеспечения конкурентоспособности и, следовательно, поставляются, в первую очередь, для бизнеса.

Ян Майлс разделил интеллектуальные услуги на два блока:

- 1) консалтинговые услуги - юридические услуги, услуги в сфере бухгалтерского учета, аудита, исследования рынка и управления;
- 2) технические услуги - компьютерные услуги и услуги в сфере инжиниринга и строительства [8].

Структура сектора интеллектуальных услуг в Российской Федерации включает консалтинг (по всем его направлениям), обслуживание в сфере маркетинга и рекламы, услуги по подбору и управлению персоналом, услуги в области управления недвижимостью, дизайн, IT-обслуживание, аудит, инжиниринг, оценочную деятельность, услуги финансового посредничества и юридические услуги. В основном эта система совпадает с классификацией,

принятой в Западной Европе и Северной Америке. Стоит, однако, заметить, что в этих странах к интеллектуальным услугам относят также образование и здравоохранение[9].

«Российские специалисты выделяют десять видов деятельности в рамках рынка интеллектуальных услуг», где преимущественно представлены различного рода деловые услуги: в сфере создания и распространения рекламных продуктов, маркетинговые, консалтинговые в области IT и информационных технологий, консалтинговые в области аудита и по подбору персонала, в сфере инжиниринга, юридические, дизайнерские, риелторские, по финансовому консультированию и доверительному управлению.

Забродин А.Ю., вице-президент по инжинирингу и информационным технологиям компании «Глобал-строй-Инжиниринг», помимо традиционных бизнес-услуг, считает нужным добавить «НИОКР, профессиональное образование, коммерциализацию научной продукции, инфокоммуникационные услуги, оценку собственности и издательскую деятельность» [10].

Другими словами, структуру рынка интеллектуальных услуг каждый представляет по-своему, и на данный момент времени в научных кругах не сложилось единого подхода.

Отечественный сектор интеллектуальных деловых услуг занимает все более уверенные позиции. Отсутствие единой статистической базы создает сложности для исследования интеллектуальных услуг, т.к. в статистических классификаторах отсутствует однозначное выделение сектора интеллектуальных услуг.

На основе анализа данных Федеральной службы государственной статистики (Росстат) рассмотрим проблему конкурентоспособности российского интеллектуального производства в секторе услуг.

Для оценки динамики интеллектуалоемкой сферы рассмотрим долю добавленной стоимости высокотехнологичных и наукоемких видов деятельности в валовом внутреннем продукте России (табл. 1). Данный показатель рассчитывается как частное от деления суммы валовой добавленной

стоимости высокотехнологичных, среднетехнологичных высокого уровня и наукоемких видов экономической деятельности в основных текущих ценах и совокупной валовой добавленной стоимости всех видов экономической деятельности, в основных текущих ценах.

Таблица 1

Доля продукции высокотехнологичных и наукоемких отраслей в ВВП
РФ за 2011-2017 гг. [1]

2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
19,7	20,3	21,1	21,8	21,3	21,6	21,7

Как видно из табл.1 доля интеллектуалоемкой продукции за последние три года (2015-2017 гг.) неуклонно растет, что свидетельствует о положительной динамике в рассматриваемом секторе услуг.

Для более детального анализа отечественного сектора наукоемких отраслей рассмотрим долю затрат на информационные и коммуникационные технологии по видам в общей совокупности затрат на эту быстро развивающуюся сферу современных технологий (табл.2).

Таблица 2

Распределение затрат на информационные и коммуникационные технологии
по видам за 2014-2017 гг. [3]

Показатель	2014	2015	2016	2017
Затраты на ИКТ – всего	100	100	100	100
в том числе:				
на приобретение вычислительной техники и оргтехники	22,1	20,3	20,0	20,0
на приобретение телекоммуникационного оборудования	13,1	13,5	11,6	10,9
на приобретение программных средств	13,8	17,6	22,4	18,9
на оплату услуг электросвязи	23,8	22,2	19,3	17,6
на обучение сотрудников, связанное с развитием и использованием информационных технологий	1,0	0,6	0,5	0,4
на оплату услуг сторонних организаций и специалистов по ИКТ (кроме услуг электросвязи и обучения)	17,1	20,1	20,3	25,3
прочие затраты	9,1	5,6	5,9	6,8

По данным таблицы можно заметить резкое увеличение затрат на оплату услуг сторонних организаций и специалистов по ИКТ за 2016-2017 гг., что является примером аутсорсинга и так же свидетельствует о возрастании необходимости в данных услугах. Тогда как доли других представленных затрат показывают незначительное уменьшение.

Далее представим динамику внутренних затрат на исследования и разработки в ВВП по Российской Федерации (табл. 3).

Таблица 3

Доля внутренних затрат на НИОКР в ВВП по РФ [2]

2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1,01	1,03	1,03	1,07	1,10	1,10	1,11

Так, согласно приведенным данным, доля расходов на исследования и разработки на протяжении представленного периода растет, поэтому можно сделать вывод о позитивных перспективах развития сектора интеллектуальных услуг в России.

Меньше внимания в России уделяется исследованию инновационного потенциала компаний сферы интеллектуальных услуг, но зато продолжаются попытки более четкого определения границ данного сектора.

В целом в рассматриваемом секторе наблюдается рост в развитии.

Зарубежный сектор интеллектуальных услуг ничуть не отстает от российского и даже его превосходит. Рассмотрим доступные статистические показатели развития интеллектуальных услуг за рубежом, представленные на официальных сайтах международных организаций: ОЭСР (Организация экономического сотрудничества и развития) и Евростат.

Представим экспорт и импорт телекоммуникационных, компьютерных и информационных услуг в развитых странах мира в таблице 4. Проанализировав таблицу 4, можно заметить тенденцию к росту и экспорта, и импорта почти во всех представленных странах, начиная с 2015 года (исключение составили, например, Великобритания, Швеция и др.).

Таблица 4

Телекоммуникационные, компьютерные и информационные услуги (2014-2016 гг.) [4]

Года Страны	Экспорт			Импорт		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Австралия	2318	2294	2453	2714	2541	2640
Австрия	6562	5707	6227	4844	4220	4399
Канада	8332	7303	7385	5845	5192	4894
Эстония	610	506	574	444	339	361
Финляндия	8542	8125	7587	3383	3073	3245
Франция	18925	17404	17276	19806	17601	17892
Германия	29033	28897	33432	25338	24419	29769
Япония	3188	3227	3790	11568	11427	14027
Швеция	16667	15762	14061	7594	6856	6647
Великобритания	26890	27248	25702	16175	15661	14489
США	34691	35664	36455	36502	36270	36851
Россия	4504	3971	3937	6854	5520	5395

Аналогичная тенденция прослеживается и у других бизнес услуг в зарубежных странах.

По данным табл. 4 можно заметить существенное отставание России в экспорте и импорте представленных услуг от передовых стран, таких как США, Великобритания, Германия и Франция.

С помощью таблицы 5 проследим, сколько процентов от общих расходов на НИОКР составляют бизнес расходы на НИОКР в ИКТ секторе. Чем больше доля этих расходов, тем развитее сектор информационно-коммуникативных технологий.

Таблица 5

Затраты на исследования и разработки в ИКТ секторе за 2012-2015 гг. (в % от общих затрат) [5]

Страны	2012	2013	2014	2015
Болгария	0,43	0,62	0,54	1,15
Германия	2,7	2,46	2,36	2,31
Испания	0,54	0,57	0,52	0,49
Италия	4,89	5,27	4	4,34
Мальта	3,52	4,57	5,86	10,67
Польша	0,1	0,19	0,36	0,44
Португалия	0,34	0,48	0,47	0,58

По данным таблицы можно проследить рост показателя в 2015 году в сравнении с 2014 почти во всех представленных странах (исключение составили Германия и Испания).

Так, можно сделать вывод о положительной динамике рынка интеллектуальных услуг за рубежом.

1. Различность входящих в разряд сектора услуг, отсутствие отведенных в обособленную категорию статистических данных по данному сектору образуют сложности для его исследования.

2. Объектом интеллектуальных услуг выступают неявные знания. В отличие от кодифицированных знаний, которые могут быть легко передаваемыми между компаниями, при обмене неявными знаниями возможны проблемы, связанные, в частности, с их уникальным характером и сложностью толкования.

3. Весьма серьезным барьером для развития сектора является дефицит квалифицированного персонала. Поскольку высокопрофессиональный труд является базовым ресурсом в секторе интеллектуальных услуг, данная проблема серьезно препятствует стратегическим планам производителей.

4. Особое значение приобретают информационные риски: все большее число российских компаний не желают принимать участие в сопроизводстве услуг во избежание утечки конфиденциальной информации.

5. Склонность субъектов российской экономики больше импортировать интеллектуальноёмкую продукцию нежели экспортировать.

6. Центральным препятствием развития данного сектора является отсутствие общепризнанного критерия эффективности услуг такого вида, в связи с этим компании предпочитают не пользоваться дорогими внешними консультантами, заменяя их услуги формально более экономными штатными сотрудниками или развиваясь по инерции.

Сектор интеллектуальных услуг является одним из самых перспективных в России. Некоторые ученые прослеживают потенциал даже для десятикратного увеличения.

В сущности, сегодня можно констатировать, что с использованием, например, ИКТ знания, производимые в секторе интеллектуальных услуг, пробиваются в традиционные отрасли, резко повышая их эффективность и превращая их в элементы «экономики знаний» – это лежит в основе роста платежеспособного спроса на интеллектуальные услуги.

Интеллектуальные услуги способны быть важным источником экспортных поступлений и могут вносить ощутимый вклад в инновационную активность экономики в целом.

Еще одно ключевое направление политики в рассматриваемой сфере – государственное стимулирование потребления и со-производства интеллектуальных услуг, а также более активное сотрудничество с их производителями.

Государство также вызвано само быть значимым потребителем интеллектуальных услуг, прибегая к ним для поддержания собственной деятельности. Потенциальной мерой стимулирования и укрепления опыта пользования знаниеемкими услугами является аутсорсинг отдельных правительственных функций частным производителям (к примеру, функций электронного правительства). В секторе интеллектуальных услуг прослеживается большой потенциал для различных форм государственно-частного партнерства.

В конце концов, государственные органы способны поспособствовать созданию и продвижению интеллектуальных услуг путем поддержки в сфере подготовки и повышения квалификации персонала и налаживания контроля качества услуг (включая разработку образовательных и профессиональных стандартов в этом секторе).

Поскольку сектор интеллектуальных услуг является чрезвычайно перспективным в современном мире, целесообразно предложить ряд рекомендаций по его развитию.

Во-первых, наличие формализованных стратегических планов развития на пять лет и более будет существенным конкурентным достоинством

участников рынка интеллектуальных услуг. Немногие составляют планы на 2-3 года. Большая часть обходятся бюджетом и сметой на следующий год. Для реализации данного сценария рационально выделить отдел стратегического планирования в отдельную службу [6].

Во-вторых, существует нехватка инвестиций в инновационную сферу. Деятельность по оказанию интеллектуальных услуг сама по себе креативна и инновационна. Инвестиции в знаниеемкую сферу всегда окупаются предостаточно. Их чистый результат ценен, а использование в производстве лишь усиливает этот эффект, поэтому необходимо увеличить капиталовложения в данный сектор [7].

В-третьих, слабая структура экспорта, как в России, так и в некоторых иностранных государствах не позволяет сектору знаниеемких услуг развиваться должным образом. Спрос на интеллектуальные услуги в мире быстро растет, поэтому расширение и улучшение структуры экспорта является также необходимым условием развития.

В-четвертых, необходима государственная поддержка развития малых и средних фирм, так как большая часть организаций сектора интеллектуальных услуг относится именно к этой группе. Это также предполагает выделение дополнительных вакансий, вызывающих интерес для «креативного класса», требующих высокой квалификации.

Таким образом, рынок интеллектуальных услуг — это особый сектор экономики, который рождает знания и координирует их, увеличивает удельный вес знания в национальном продукте и представляется одной из движущих сил инновационного развития общества. Вопреки недавнему возникновению, сектор энергично развивается, и его роль в современной экономике устойчиво растет.

Сектор интеллектуальных услуг достоин детального отражения в статотчетности, более глубокого изучения и самого пристального внимания со стороны органов власти и других потенциально заинтересованных сторон — отраслевых ассоциаций, бизнес-школ и др. Интеллектуальные услуги способны

быть важным источником экспортных поступлений и могут вносить ощутимый вклад в инновационную активность экономики в целом.

Проведенный анализ сектора интеллектуальных услуг показал, что данный рынок в России развивается, но медленно, в отличие от темпов роста большинства зарубежных государств. Несмотря на это, есть повод допускать, что по мере структурной перестройки российской экономики и прогресса в научно-техническом потенциале востребованность интеллектуальных услуг возрастет. Тогда четвертичный сектор экономики может обратиться в значительный источник интенсивного экономического роста.

Все это требует продолжения исследований в данном направлении, необходимость внедрения интеллектуалоемких технологий и реструктуризацию системы высшего образования.

Список литературы:

1. Доля высокотехнологичных и наукоемких отраслей экономики в ВВП// Официальный сайт федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/effect/macr3.xlsx

2. Доля внутренних затрат на исследования и разработки в ВВП // Официальный сайт федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/effect/effect_vrp.xlsx

3. Распределение затрат организаций на информационные и коммуникационные технологии по видам // Официальный сайт федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/it/it8.xls

4. INTERNATIONAL TRADE IN SERVICES, Telecommunications computer and information services //Официальный сайт организации экономического сотрудничества и развития [Электронный ресурс] URL: https://read.oecd-ilibrary.org/trade/oecd-quarterly-international-trade-statistics-volume-2017-issue-3/telecommunications-computer-and-information-services_int_trade-v2017-3-table94-en#page1

5. Business expenditure on R&D (BERD) in ICT sector as % of total R&D expenditure by NACE Rev. 2 activity//Официальный сайт статистической службы европейского союза [Электронный ресурс] URL: http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=isoc_bde15ar2&lang=en

6. Оборин М.С. Основные риски при внедрении инноваций на предприятиях сферы услуг // Страховое право. 2018. № 1 (78). С. 47-54.
7. Оборин М.С., Губанов Д.А. Информационные вызовы современной системе управления // Друкерровский вестник. № 3, 2018. - С. 15-24.
8. Попова Е.Д. Исследование сектора интеллектуальных услуг: российский и зарубежный опыт // Экономика и предпринимательство. 2014. № 11. С. 54-65.
9. Трубилин А.Г. Рынок интеллектуальных услуг в России: проблемы и перспективы // Апробация. 2015. № 9 (36). С. 101-104.
10. Шапошников В.А. Рынок интеллектуальных услуг: сущность и диалектика формирования // Практический маркетинг. 2010. № 12 (166) С. 3-12.

ЦЕННОСТИ КАК ФОРМА МОТИВАЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Ершова Алёна Романовна,
*студентка Пермского института (филиала)
РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь*
научный руководитель: **Иванов Александр Иванович**
*кандидат философских наук, доцент Пермского института
(филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь*

Менеджмент как область знаний образовывался, когда информация была ценностью и дефицитом, а умение обращаться с ней во многом определяло исход событий. Он начинался как набор фактов, потом стал приобретать черты науки. Однако по состоянию на сегодняшний день он сродни искусству, в котором каждый, подобно художнику, объясняет события так, как он видит.

Процесс управления какой-либо системой, вне зависимости от её природы и характеристик может быть рассмотрен как алгоритм действий. Среди тысяч параметров системы всегда можно выделить такие характеристики, значимость которых существенно выше остальных, и их количество является обозримым для проведения анализа. Для управления системой, в которой задействован человек, не существует универсального алгоритма. В зависимости от того, как именно человек или группа людей

проявляют себя в рамках этой системы, различные их характеристики будут главенствующими, и вокруг них будет строиться весь процесс управления [1].

Каждое явление этого мира имеет причину, также как у каждого события есть последствия. Причины, которые определяют те или иные действия людей, обычно называют мотивами. Самый простой способ получить желаемый эффект – это создать для него причину. Следовательно, наиболее выгодной из всех форм организации труда представляется работа с мотивацией сотрудников. Каждое совершаемое человеком действие будет результатом срабатывания одного или нескольких мотивов. Мотив первичен по отношению к форме его реализации. В каждый момент времени и в каждой ситуации активны многие мотивы.

Если есть один более сильный мотив и другой более слабый, то при их одновременной активности и отсутствии возможности удовлетворения обоих, человек будет в 90% случаев совершать действия, отвечающие более сильному мотиву [2]. Реакции практически каждого человека, в частности его предпочтения, весьма устойчивы даже в вопросах, имеющих относительно невысокую важность. Поэтому считается фактом, что среди мотивов есть более сильные и более слабые. При этом, когда задействовано множество мотивов одновременно, побеждают те из них, которые сильнее в совокупности.

Есть предположение, что высшие потребности делятся на внутренние и навязанные. Те мотивы, которые понятны и открыты для носителя – это внутренние мотивы, а те, которые появились в его мировоззрении в результате воздействия общества, будут навязанными. Люди с внутренней мотивацией совершают действия так, как будто это было их единственной потребностью.

Мир искусства знает тысячи людей, для которых такую функцию выполняет мотив «красота». Мир ученых является естественной средой обитания для тех, кто верен мотиву «истина». Эти и другие мотивы чрезвычайно сильны в некоторых людях, и, вне всякого сомнения, относятся к категории внутренних потребностей. Работоспособность людей с такой

мотивацией, и их нацеленность на результат на порядок, а иногда и несколько порядков превышает отдачу от труда любого человека с другой мотивацией [4].

Внутренние мотивы имеют свою опору. Для них фундаментом является осознаваемое чувство, которое принято называть ценностью. А каждая ценность порождает только один мотив: стремление к достижению этой ценности. Поэтому можно рассматривать ценность и созданный ею мотив как нераздельную связку, называя их одним и тем же словом. Те из числа ценностей, которые дают эффект вдохновения и взрывной работоспособности, называются высшими ценностями. В отличие от других мотивов, высшие ценности противопоставлены практически всем остальным мотивам. Они требуют от носителя фанатичной приверженности и полной осознанности, а также отказа от движения в сторону мотивации общественного типа.

Смысл концепции управления по ценностям состоит в том, что наиболее эффективным способом мотивации сотрудников (и, тем самым, управления компанией) является предоставление для них возможности реализовывать свои высшие ценности в рамках совместной деятельности. Это означает, что компания служит для своих сотрудников дополнением к их талантам, способностям и персональным качествам и совместно с ними движется к исполнению их мечты, одновременно в качестве побочного продукта этого процесса генерируя прибыль [3].

Этот подход необычен тем, что прибыльность компании не является первым приоритетом для её руководства, однако это не является проблемой. Более серьезной проблемой, является неготовность общества и рынка к появлению на нем таких структур. Для разрешения этой ситуации требуется более детальная проработка отдельных граней концепции: юридических и правовых форм взаимоотношений внутри такой компании, идентификации ценностного портрета потенциальных сотрудников, алгоритмические и организационные аспекты деятельности.

Для лучшего понимания функционирования компании, основанной на управлении по ценностям, особое значение имеют фигуры ее основателей и

руководителей. Они сами должны быть носителями высших ценностей. Потому что, только в этом случае они способны будут не только руководить другими носителями высших ценностей, но и удерживать при этом компанию от распада.

Среди их высших ценностей должны обязательно присутствовать те, которые отвечают за лидерство и устойчивость функционирования системы. Так, например, сугубо творческая личность не сможет руководить компанией, поскольку процесс созидания не предполагает в дальнейшем управления созданным. Что же касается управляющего (если это не основатель), то этот человек должен совмещать в себе веру в эффективность такой модели, непреклонность в вопросах, связанных с системообразующими элементами (например, недопустимо появление в системе чуждых ей ценностей), а также виртуозность в администрировании. Весьма нечасто удается увидеть нечто подобное в бизнесе, напрямую связанном с товарами и услугами общего характера.

Делая вывод, можно сказать, что управление по ценностям является мотивационной концепцией, которая охватывает большую область менеджмента, чем многие другие теории, и на основании которой могут быть построены непривычные на сегодняшний день форматы взаимоотношений в рамках компании.

Список литературы:

1. Кочеткова, А.И. Основы управления в условиях хаоса (неопределенности) / А.И. Кочеткова. – М.: Рид Групп, 2015. – 624 с.
2. Пинк, Д. Драйв: Что на самом деле нас мотивирует? / Д. Пинк; пер. с англ. – М.: АльпинаПаблицер, 2016. – 274 с.
3. Пригожин, И. Порядок из хаоса. Новый диалог человека с природой – изд. 2-е / И. Пригожин, И. Стянгерс; пер. с англ. – М.: Эдиториал УРСС, 2017. – 312 с.
4. Хэмел, Г. Будущее менеджмента / Г. Хэмел, Б. Брин: пер. с англ. - М.: BestBusinessBooks, 2016. – 280 с.

АНАЛИЗ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В СИБИРСКОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ

Ершова Алёна Романовна,
*студентка 4 курса учетно-финансового факультета группы ЭК-41
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь*
*Научный руководитель: **Оборин Матвей Сергеевич**
д.э.н., профессор
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь*

Формирование региональной логистической инфраструктуры – один из основных факторов регионального экономического развития. По определению Д.Д. Бауэрсокса она включает «совокупность подсистем, обеспечивающих функционирование цепей поставок в территориальной системе путем оптимизации движения материальных и иных потоков» [1], однако существуют различные подходы к определению её сущности. Кроме того, необходимо учесть тот факт, что логистическая инфраструктура на макро- и мезоуровне не может не учитывать социальный фактор. Логистическая инфраструктура в регионе выступает в качестве интегрирующего фактора при развитии объектов социальной, институциональной и экономической инфраструктур. Соответственно, интегрированная логистическая инфраструктура, по определению автора – это «динамическая система социально-экономических объектов, обеспечивающих функционирование разноуровневых логистических систем путем координации и интеграции потоковых процессов в целях реализации задач социально-экономической системы путем повышения эффективности управления материальными и сопутствующими им потоками» [3].

Проанализируем обеспеченность регионов Сибирского федерального округа (СФО) в отношении транспортной сети в разрезе отдельных видов транспорта. Известно, что в логистике выделяют 6 основных видов транспорта: автомобильный, железнодорожный, трубопроводный, морской, речной и воздушный. Причем, в большинстве случаев развитие этих видов транспорта на

территории регионов СФО существенно уступает показателям регионов федеральных округов Европейской части России.

Наиболее динамично развивающимся на территории СФО является трубопроводный транспорт. В настоящий момент функционируют магистральные нефтепроводы: «Восточная Сибирь – Тихий океан», «Александровское – Анжеро-Судженск – Красноярск – Ангарск»; «Сургут – Омск – Павлодар – Чимкент – Чарджоу»; продуктопровод «Уфа – Омск – Новосибирск». Проектируется магистральный газопровод «Алтай» между Сибирью и Синьцзян-Уйгурским автономным районом на западе Китая.

Для рассмотрения обеспеченности регионов СФО сетью автомобильных и железных дорог, необходимо использовать коэффициент Эйнгеля, позволяющий учесть не только площадь рассматриваемой территории, но и численность населения на ней.

$$K_{\text{Эйнгеля}} = 1000 * \frac{L}{\sqrt{S * H}}, \quad (1)$$

где L – протяженность сети автомобильных/железных дорог, км.

S – площадь территории, км²

H – численность населения, чел.

Обеспеченность регионов Сибирского федерального округа автомобильными дорогами с твердым покрытием в сравнении с Центральным федеральным округом (ЦФО) приведена в таблице 1.

Таблица 1

Обеспеченность автомобильными дорогами с твердым покрытием регионов Сибирского Федерального округа [5]

Регион	Площадь, км	Население, чел.	Протяженность дорог с твердым покрытием, км ²	K _{Эйнгеля}	Отклонение от ЦФО
Республика Алтай	92 903	215 161	2 942	20.81	-6.87
Алтайский край	167 996	2 376 774	1 5712	24.86	-2.81
Республика Бурятия	351 334	982 284	6 236	10.62	-17.06
Забайкальский край	431 892	1 083 012	15 834	23.15	-4.53
Иркутская область	774 846	2 412 800	12 409	9.08	-18.60
Кемеровская область	95 725	2 717 627	8 357	16.38	-11.29
Красноярский край	2 366 797	2 866 490	13 292	5.10	-22.58
Новосибирская область	177 756	2 762 237	10 725	15.31	-12.37

Регион	Площадь, км	Население, чел.	Протяженность дорог с твердым покрытием, км ²	K _{Эйнгеля}	Отклонение от ЦФО
Омская область	141 140	1 978 466	11 315	21.41	-6.27
Томская область	314 391	1 076 762	4 093	7.03	-20.65
Республика Тыва	168 604	315 637	3 068	13.30	-14.38
Республика Хакасия	61 569	536 781	2 797	15.39	-12.29
Итого по Сибирскому федеральному округу	5 144 953	19 324 031	106 780	10.71	-16.97
Итого по Центральному федеральному округу	650 205	39 104 319	139 573	27.68	

Как видно из таблицы, наиболее обеспеченными в области автодорожной сети являются Алтайский край, Забайкальский край и Омская область. В наименьшей степени, обеспечен автомобильными дорогами Красноярский край, что объясняется, в первую очередь, наличием больших малонаселенных территорий на Крайнем севере. Впрочем, даже при исключении из анализа Туруханского, Эвенкийского и Таймырского Долгано-Ненецкого районов, показатель Эйнгеля для оставшейся части Красноярского края составит 10,84, что значительно ниже уровня, как Центрального федерального округа, так и соседних регионов.

Таблица 2

Обеспеченность железными дорогами общего пользования регионов
Сибирского Федерального округа [5]

Регион	Площадь, км	Население, чел.	Протяженность дорог с твердым покрытием, км ²	K _{Эйнгеля}	Отклонение от ЦФО
Республика Алтай	92 903	215 161	-	-	-
Алтайский край	167 996	2 376 774	1803	2.85	-0.52
Республика Бурятия	351 334	982 284	2044	3.48	0.11
Забайкальский край	431 892	1 083 012	2446	3.58	0.21
Иркутская область	774 846	2 412 800	2483	1.82	-1.56
Кемеровская область	95 725	2 717 627	1685	3.30	-0.07
Красноярский край	2 366 797	2 866 490	3160	1.21	-2.16
Новосибирская область	177 756	2 762 237	1530	2.18	-1.19
Омская область	141 140	1 978 466	752	1.42	-1.95
Томская область	314 391	1 076 762	344	0.59	-2.78
Республика Тыва	168 604	315 637	-	-	-
Республика Хакасия	61 569	536 781	663	3.65	0.28
Итого по Сибирскому федеральному округу	5 144 953	19 324 031	16910	1.70	-1.68

Регион	Площадь, км	Население, чел.	Протяженность дорог с твердым покрытием, км ²	K _{Эйнгеля}	Отклонение от ЦФО
Итого по Центральному федеральному округу	650 205	39 104 319	17000	3.37	

Рассматривая обеспеченность регионов СФО железнодорожным транспортом, были учтены лишь железные дороги общего пользования стандартной колеи (табл. 2). В настоящее время доступ к сети железных дорог имеют 10 из 12 регионов СФО.

Анализ показывает, что обеспеченностью железнодорожным транспортом, сравнимой с регионами ЦФО обладают 5 из 12 регионов СФО. Тем не менее, Сибирский федеральный округ в целом обеспечен практически вдвое меньше. Это увеличивает нагрузку на существующую сеть, снижая среднее время доставки грузов и пассажиров, а, следовательно – экономическую эффективность железнодорожных перевозок.

В Сибирском Федеральном округе сохранилось 58 действующих аэродромов, из которых регулярные коммерческие операции осуществляют 33 аэропорта, в том числе – 12 международных [6]. Существует проблема организации межрегиональных перевозок: зачастую регулярные коммерческие перевозки между региональными центрами отсутствуют, что снижает мобильность населения, включая и деловую мобильность.

Недостаточный уровень развития наземного транспорта диктует повышенные требования к водному транспорту. В настоящее время, на территории СФО находятся 3 действующих морских порта: Дудинка, Диксон, Хатанга с суммарным грузооборотом около 1132 тыс. тонн. грузов в год [7], что составляет менее 0,25 % от суммарного грузооборота морских портов Российской Федерации. На территории Сибирского федерального округа расположено 20 речных портов. Крупнейшими речными портами по объему грузоперевозок являются Красноярский и Осетровский (г. Усть-Кут, Иркутская обл.). Однако в условиях кризиса оба данных порта функционируют на уровне, не превышающем 30-40 % от существующей пропускной способности [2].

Таким образом, суммарная эффективность функционирования логистической инфраструктуры находится в прямой зависимости от интеграции различных видов транспорта, что подразумевает создание сети логистических терминалов. В настоящее время, лишь Новосибирская область в значительной мере обеспечена данной инфраструктурой, что является её серьезным конкурентным преимуществом в сравнении с соседними регионами. Соответственно, интегрированное развитие логистической инфраструктуры продолжает оставаться актуальной задачей регионального развития в СФО.

Список литературы:

1. Бауэрсокс Д.Дж., Клос Д.Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок – М.: ЗАО «ОлимпБизнес», 2015. – 640 с.
2. Оборин М.С., Старикова Л.Н. Совершенствование бизнес-процессов при организации логистических услуг // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. 2018. № 4. С. 207-219.
3. Швалов П.Г. Формирование логистической инфраструктуры городской агломерации – Красноярск, 2014. – 160 с.
4. Сергеев В.И. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов / под ред. В.И. Сергеева. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 976 с.
5. Федеральная служба государственной статистики (Росстат). Официальный сайт – <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 15.10.2019)
6. АОПА-Россия. Официальный сайт – <http://maps.aopa.ru/> (дата обращения: 15.10.2019)
7. Центр ЕСИМО Минтранса России. Официальный сайт – <http://www.morinfocenter.ru/> (дата обращения: 15.10.2019)

ВНЕДРЕНИЕ РОБОТИЗИРОВАННОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Ефимов Виктор Алексеевич

студент Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Иванов Олег Иванович

студент Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

*научный руководитель: **Пирогова Марина Михайловна***

заведующий торгово-технологическим отделением, преподаватель

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Мы находимся на пороге невероятно технологического будущего, где человек во всем будет использовать технологии и, возможно во всем будет полагаться на них. Фантастический мир, который показывают нам в кинофильмах становится все более реальным и приближается с каждым днем, с каждым новым изобретением и мыслью изобретателей, мечтателей и ученых. Такое будущее будет иметь две стороны медали, но речь сейчас не об этом.

Кажется, что век назад, мы и представить себе не могли, что человечество достигнет таких успехов и вершин в технологическом развитии. Сейчас же нас окружает множество технологий, электроники, сложных современных механизмов и без всего этого современный человек уже не может представить свою жизнь. Человек буквально везде и всегда использует современные технологические изобретения, будь то телефон, кофеварная машина, чайник, телевизор, домофон или машина.

В настоящее время нельзя встретить ни одной компании, которая бы не пользовалась современными технологиями. Поскольку они упрощают работу людей, делают ее качественной и более совершенной, легкой или хотя бы возможной. С каждым днем все больше развиваются технологические отрасли и большое внимание в последнее время стало уделяется роботизации. В связи с этим в настоящее время в окружающем нас мире все чаще можно встретить «живых» механических машин, которые способны выполнять человеческие функции, а то и вовсе заменить человека, но правда не стать им самим, исключая человеческий фактор. К примеру, тот же телефон уже может

считаться роботом, в котором просто не хватает некоторых кодов или алгоритмов, которые заставят его «жить» и вести самостоятельную деятельность.

Роботов можно встретить на производственных организациях, в киноиндустрии, игровой отрасли, военной промышленности и даже в сфере услуг общественного питания. В данной отрасли уже давно пытаются применять роботизацию, но часто эта идея терпела крах, а роботы все равно не могли сравниться с живыми людьми и во многом им проигрывали. В основном роботы применялись в виде официантов, кассиров и даже поваров.

Роботы — это конечно интересно, фантастично, современно, да и платить таким сотрудникам не надо, хотя за обслуживание и покупку таких машин придётся отдать немало денег, но все куда приятнее, когда тебя обслуживает живой человек.

По этой причине данная профессия для человека может быть исчезнувшей, поскольку многие компании на сегодняшний день намерены производить высокотехнологический и умных роботов, которые в полной мере смогут выполнять функции не только обслуживающего персонала, но и производственного персонала и управленцев. В будущем возможно появление полностью роботизированных и высокотехнологических ресторанов.

Уже сейчас во многих ресторанах за рубежом, да и в пределах нашей страны можно встретить рестораны и кафе, в которых обслуживание проводится роботами. У некоторых заведений или же внутри них ставят различные роботизированные или автоматизированные автоматы по приготовлению простых блюд, таких как пицца и хот-доги.

Такая концепция использования роботизированных изобретений в ресторанах внушает человеку некую уверенность, что робот сделает все так, как надо, ведь в него встроена программа, согласно которой он действует, а значит не может совершить ошибки. Дополнительную уверенность в своем блюде человек может получить от представления или демонстрации

приготовления данным роботом своего блюда, поскольку у некоторых роботов можно наблюдать весь процесс приготовления.

Но, все же смотря на немногие успехи использования роботов в этой отрасли, считать их надежными не стоит, поскольку роботы тоже не идеальны и имеют свои недостатки. Также, несмотря на эти успехи, этот бизнес нельзя считать самостоятельным и особо прибыльным для ресторанов и пока может использоваться лишь как вспомогательная услуга или как некоторая особенность, которая бы выделяла тот или иной ресторан среди других.

Но роботизация в ресторанной индустрии это не только лишь применение роботов. Роботизация в ресторанах – это также и автоматизация различных процессов.

Сейчас роботами активно пытаются автоматизировать процессы оплаты. К примеру, иностранная компания «Ziosk» занимается созданием специализированных серверов для ресторанного бизнеса. Тачскрины от данного разработчика пользуются довольно высокой популярностью у внушительного количества ресторанов по всему миру.

Автоматизация в ресторанах не смогла обойти стороной и приготовление еды. В Европе нарастает интерес к блюдам, приготовленным на 3D-принтере. Более того, стали открываться кафе, где еда полностью напечатана. Такие заведения пользуются весьма большим спросом, и соответственно, приносят огромную прибыль, благодаря интересу к новым технологиям. Но, к сожалению, данная технология обходится слишком дорого, чтобы выпустить её в массы. Для использования 3D-принтера необходимы специально обученный оператор и 3D-модель, которую изначально нужно нарисовать. В данный момент технология напечатанной еды слишком несовершенна, чтобы использовать её повсеместно, но в ближайшем будущем она будет развиваться.

В наше время рестораны стали часто использовать роботов-промоутеров. Их главной задачей является привлечение клиентов к предприятию путем осуществления взаимодействия с человеком. Все, на что способны такие роботы – создание приятного впечатления от ресторана. Их круг возможностей

включает в себя: умение воспроизводить фразы, производить некоторые движения, выводить нужные клиенту данные на дисплей. Как и в случае с 3D-принтером, большинство предприятий общественного питания не смогут позволить себе этих роботов вследствие их дороговизны.

По мнению большинства аналитиков, технологии автоматизации на данный момент не пользуются большим спросом из-за слишком высоких цен, а синхронное введение роботизации на все предприятия общественного питания считается невозможным, так как многие заведения этой сферы работают по франчайзингу. Внедрение автоматизации в процесс производства приведет к упадку прибыли, потому что клиенты всегда будут хотеть блюда, приготовленные с учетом их пожеланий, а такую задачу смогут выполнить далеко не все роботы.

Вполне вероятно, что со временем тенденция на внедрение роботов в ресторанное дело наберет обороты, и их начнут использовать более широко, но для этого необходимо пройти достаточно большое количество исследований и работ над ошибками.

Таким образом, можно сделать вывод, что о полной роботизации общественного питания говорить еще очень рано. На данный момент существуют лишь первые прототипы устройств, которые в долгосрочной перспективе смогут заменить такие традиционные профессии, как повар, бармен или официант.

В наши дни работники предприятий общественного питания непосредственно общаются с гостями, могут оперативно отслеживать их реакцию и вносить изменения в систему обслуживания. Через десятки лет эти специальности вполне могут быть заменены на роботов, что, по мнению экспертов, отрицательно скажется на лояльности клиентов в большей степени из-за отсутствия прямого контакта между клиентом и работником.

Список литературы:

1. Официальный сайт ZIOSK [Электронный ресурс] – URL: <https://www.ziosk.com/> (дата обращения 15.11.2019)

ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА В РОССИИ

Замятина Елена Эдуардовна
студентка Пермского филиала РАНХиГС, г. Пермь
научный руководитель: **Иванов Александр Иванович**
кандидат философских наук, доцент
Пермского филиала РАНХиГС, г. Пермь

Переход России от административно-командной системы управления к рыночной экономике и масштабные реформы в социально-экономической системе привели к перераспределению власти, появлению новых форм собственности и развитию предпринимательства. Это обусловило необходимость формирования иных подходов к управлению, соответствующего новым реалиям, и становления совершенно нового социального слоя менеджеров.

Менеджмент – это вид профессиональной деятельности, связанный с управлением организацией, её человеческими ресурсами и различными процессами, возникающими в ходе функционирования данной организации. Менеджеры в общепринятом понятии – это руководители рыночного типа, деятельность которых направлена на выполнение управленческих функций предприятия. Они обеспечивают рациональное и целесообразное решение текущих и долгосрочных задач. Решения менеджеров могут влиять на жизнь многих людей. Именно поэтому необходима серьезная и наиболее основательная подготовка данных специалистов.

Россия, по сравнению с западными странами, имеет достаточно небольшой опыт менеджмента – менее 30 лет. Основные теории менеджмента были разработаны в США и странах Западной Европы. Они разрабатывались с учетом менталитета, уровнем социально-экономического развития и особенностей функционирования экономики тех стран. Поэтому эти концепции сложно адаптировать под специфику российской действительности. Кроме того, они были основаны на том опыте управления в условиях рыночной экономики, которого еще не было в России.

На современном этапе менеджмент в России базируется на интерпретации зарубежной практики с оглядкой на российский менталитет и особенности

экономической структуры. Проблемы развития и усовершенствования менеджмента в России являются одними из основных, так как от правильности принятия зависит не только жизнь людей, как говорилось ранее, но и развитие экономической структуры в целом. Поэтому особенно важно не «слепое» копирование зарубежного опыта и наработок, а правильный синтез и выбор наиболее удачных и перспективных методов управления с учетом специфики российского менеджмента [1].

Первой наиболее важной из основных проблем российского менеджмента следует выделить проблему качества подготовки. Данная проблема остается достаточно актуальной и в наше время несмотря на то, что менеджмент как специальность представлен во многих ВУЗах России. Это связано с относительно небольшим практическим опытом управления в условиях рыночной экономики, и, как следствие, недостаточным количеством высококвалифицированных специалистов для подготовки в этой области.

Еще одной причиной проблемы подготовки является то, что в большинстве ВУЗов управленческие дисциплины преподаются с первых курсов. Очевидно, что основная часть студентов имеет небольшой жизненный и, тем более, управленческий, опыт. В то же время известно, что эффективное овладение знаниями в области менеджмента невозможно без соответствующего практического опыта. В этом случае нельзя допускать чисто теоретического обучения. Для решения этой задачи используется введение активных методов обучения: решение кейсовых задач, проведение деловых игр и т.д. [5].

Вторая, но не менее важная проблема управления в России – это высокая степень коррумпированности экономики на всех её уровнях. Здесь можно разделить всю структуру управления на две части. Первая – это менеджеры государственных органов, вторая – менеджеры частных компаний и организаций. В странах Запада руководители государственных структур отделены от деятельности, связанной с распределением и использованием материальных благ, их взаимодействие с менеджерами частного сектора минимизировано. Что касается России, то следует отметить факт большого

количества «откатов» и взяток для принятия «нужного» решения при получении государственных заказов. Таким образом, крупные государственные заказы проходят через государственных управляющих, оседая в их карманах, что и делает их, по сути, топ-менеджерами [4].

Следующая проблема – это избыточное количество государственных управляющих. Этот факт обусловлен тем, что самый прибыльный вид бизнеса – это управление государственными ресурсами. При этом наблюдается нехватка высококвалифицированных топ-менеджеров в частном секторе предпринимательства [3]. Это является следствием как желания молодых специалистов работать в государственном секторе, так и того, что они не получают достаточного уровня подготовки, а руководители «старой школы» используют неактуальные методы управления, зачастую эффективные только в условиях командной экономики. Необходимо отметить и то, что увеличение числа чиновников не ведет к улучшению качества их работы, в связи с чем, в России уже ни раз проводилось их сокращение.

Выход в топ-менеджмент сотрудников без специального образования также негативно сказывается на управлении и развитии менеджмента в целом [2]. Эта проблема известна еще со времен становления СССР, когда класс управленцев формировался из пролетария. В настоящее время не является редкостью факт получения менеджерами своей должности не благодаря своим умениям, образованию и опыту, а нечестным путем. Кроме того, к руководству могут приходить сотрудники, ранее занимавшие рабочие должности и оставшиеся по стилю мышления и подходу к решению задач на прежнем уровне.

Менеджер не может в полной мере выполнять свои управленческие функции, не обладая должными знаниями и навыками. Это приводит к снижению качества принятия решений и управления в целом. Поэтому необходимо, чтобы в аппарате управления находились только квалифицированные специалисты.

Таким образом, менеджмент – это довольно сложная область практической и научной деятельности. Современный менеджер должен обладать глубокими знаниями в данной сфере для эффективного осуществления своих функций. Для этого необходимо совершенствование системы подготовки специалистов. Проблемы менеджмента в России должны решаться комплексно. Это поможет повысить качество и эффективность управления на всех уровнях.

Список литературы:

1. Доленко А.В. Проблемы современного менеджмента и пути их решения в условиях нестабильности внешней среды // Системное управление. - 2015. - №4 - [Электронный ресурс]. URL: <http://sisupr.mrsu.ru/2015-4/PDF/Dolenko.pdf>
2. Дуванова Е.А., Наумова Е.С. Современные проблемы российского менеджмента // Экономика и менеджмент инновационных технологий. - 2018. - №2 - [Электронный ресурс]. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2018/02/>
3. Лазутина А.Л., Лебедева Т.Е. Проблемы развития менеджмента в России // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2018 - № 8 (34) - [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/problemy-razvitiya-menedzhmenta-v-rossii>
4. Миришли Ш. Э., Николаева Н. А., Толкачёва С. Е., Удалов А. А. Основные проблемы современного российского менеджмента // Novainfo.ru.- 2015. - № 39.
5. Тугарева М. История возникновения менеджмента в России. - 2009. URL: <https://mirznanii.com/a/168683/istoriya-vozniknoveniya-menedzhmenta-v-rossii>

ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ НА ПРИМЕРЕ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Земцова Дарья Александровна

*студентка 4 курса учетно-финансового факультета группы ЭК-41
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь
Научный руководитель: **Оборин Матвей Сергеевич**
д.э.н., профессор
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь*

Улучшение состояния сельских территорий требует создания комплексной системы управления их развитием, стимулирования и оптимизации инвестирования ресурсов, программ инновационного развития. К специфике сельских территорий как центра аграрного сектора относится связь экономических процессов с природными, состояние отдельных отраслей и сезонность. В данной сфере наблюдается более высокая фондовооруженность труда, быстрый износ фондов сельскохозяйственного назначения и неравномерность их использования в течение года.

Однако сельские территории – это не только агроэкономическая система и экономическое пространство, но и социальная среда, а потому социально-ориентированное развитие сел - целенаправленный процесс перехода на качественно новый уровень, включающий создание комфортных условий жизни для населения [3].

Объективные предпосылки развития сельских территорий формируют внешние факторы. Внутренние факторы подконтрольны территории и возможность их улучшения и развития очевидна, особенно в рамках инновационных процессов, повышения инвестиционной привлекательности, создания конкурентных рабочих мест и т.д. Внешние факторы могут быть представлены политическим курсом страны и макроэкономической средой. Внутренние факторы разделены на группы и представлены в таблице 1.

Таблица 1

Внутренние факторы развития сельских территорий в России [2]

Институциональные	Экономические
– действие комиссии по управлению развитием сельских территорий, координирующей региональное и местное управление и устраняющей межведомственную разобщённость; – совершенствование местного самоуправления через организацию собраний граждан,	– конкурентоспособность, зависящая от качества продукции, потребительской стоимости, доли рынка, рентабельности ведения хозяйства. – развитие малого и среднего бизнеса, диверсификация сельской экономики; – развитие инфраструктуры путем создания консультационных центров и школ предпринимателей

информирование населения о их деятельности	для помощи населению в организации собственного дела.
Социальные	Экологические
<ul style="list-style-type: none"> – развитие социальной, инженерной и культурно-бытовой инфраструктуры в сельской местности; – устойчивый психологический климат; – привлечение молодых специалистов в сельскую местность путем создания привлекательных условий, карьерного роста, достойной оплаты труда; – стимулирование занятости местного населения через развитие производственно-сбытовой кооперации, диверсификации производства, создание новых рабочих мест, профессиональное обучение и т.д. 	<ul style="list-style-type: none"> – развитие системы рационального использования природных ресурсов; – защита природы, уход за ландшафтом, за счет обеспечения экологического баланса, создания национальных парков, рекреационных зон, охраняемых территорий; – влияние природных факторов, изменения климата, стихийных бедствий – экологизация производства, включающая развитие безотходных технологий, санитарную очистку, рекультивацию земель, озеленение и благоустройство, снижение антропогенного воздействия, разработку спецстандартов.

Особую роль в развитии сельских территорий играют экономические факторы и связанная с ними социальная составляющая. Важной тенденцией является то, что ввиду низкого уровня заработной платы и непрестижности труда, обостряется проблема безработицы, поскольку все меньшее число сельских жителей задействовано непосредственно в сельскохозяйственном производстве. Решение данной проблемы видится в развитии диверсификации сельской экономики. Социальная инфраструктура села деградирует и для улучшения ситуации необходимо восстанавливать объекты социальной, инженерной и культурно-бытовой сферы. Кроме того, низкие доходы, тяжелый физический труд, оторванность от благ города порождают проблемы со стороны сельского населения, для предотвращения которых необходимо создание условий, способствующих личностному и профессиональному развитию местных жителей, а также привлечение молодых специалистов.

Совершенствование производств и научно-технического потенциала оказывает значительное воздействие на экологию и вызывает потребность в более рациональном использовании ресурсов. Это подразумевает создание условий для роста объемов производства продукции на основе повышения плодородия земель с использованием современных научно-технических достижений. Однако они будут эффективны лишь в совокупности со строгим учетом и контролем властей за использованием лесных и водных ресурсов [4; 5].

Защита и охрана природы заключается в совершенствовании административно-правовых, организационно-хозяйственных, экономических, технологических, биотехнических, просветительских и пропагандистских мероприятий, направленных на сохранение пригодности ландшафта для целей экономической деятельности и ограничение воздействия природных бедствий на окружающую среду.

Нижегородская область обладает большим экономическим потенциалом и выгодным расположением. В структуре валового регионального продукта основными видами экономической деятельности являются: обрабатывающие производства; оптовая и розничная торговля; транспорт и связь; сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство - 4,3%.

Важное значение принадлежит демографической обстановке, поскольку именно население является рабочей силой, способной обеспечить функционирование производственных фондов. Кроме того, в силу особенностей региона человеческие ресурсы являются основной базой для дальнейшего экономического роста (см. таблицу 2).

Таблица 2

Показатели численности населения в сельской местности Нижегородской области в 2014-2018 гг. [6]

	2014	2015	2016	2017	2018	Динамика за 5 лет, %
Численность населения (на конец года) чел	3270203	3260267	3247713	3234752	3214623	98,30
в т.ч. сельского населения, чел	674160	669450	666109	662213	656917	97,44
Доля сельского населения, %	20,62	20,53	20,51	20,47	20,44	99,13

В 2014-2018 гг. сохраняется высокая урбанизированность региона, причем доля сельского населения сокращается (с 20,62 до 20,44%). Численность населения в целом так же сократилась – с 3,27 до 3,21 млн. чел. (на 1,7%). Смертность в регионе не высокая, но превышает рождаемость.

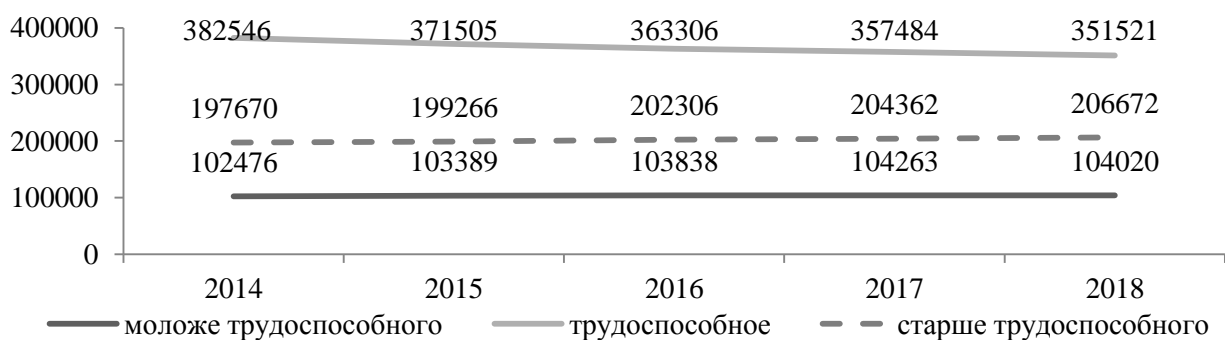


Рис.1. Сельское население региона по возрастным группам в 2018 г, чел. [6]

Трудоспособное население превалирует в регионе. Отрицательным же является его сокращение, в то время как доля населения старшего возраста возрастает, что впоследствии может привести к усугублению демографических проблем.

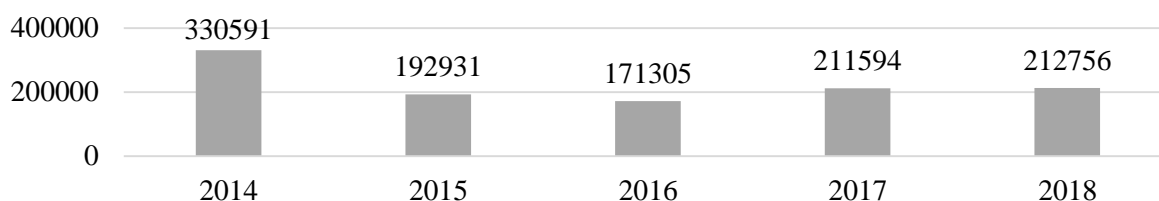


Рис.2. Инвестиции в основной капитал сельских территорий Нижегородской области за счет средств бюджета, тыс. руб.

В 2015-2016 гг. наблюдается сокращение инвестиций, а в 2017-2018 гг. возобновлен рост.

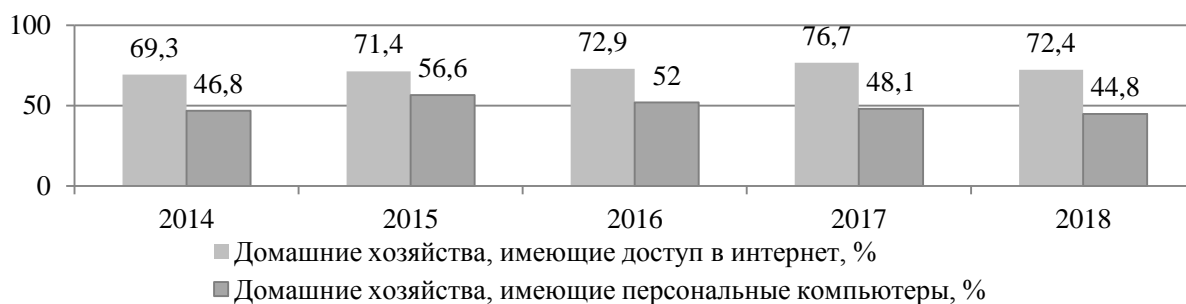


Рис.3. Информатизация домашних хозяйств сельских местностей Нижегородской области.

На протяжении последних лет в регионе отсутствует явная тенденция к росту цифровизации, но положительным фактом является устойчиво высокая распространенность интернета в сельской местности региона.

**Ввод в действие объектов строительства в сельских территориях
Нижегородской области**

Годы	2014	2015	2016	2017	2018
Общеобразовательные организации, мест	500	176	-	150	120
Дошкольные образовательные организации, мест	95	156	-	240	75
Амбулаторно-поликлинические организации, посещений в смену	-	-	-	20	76
Учреждения культуры клубного типа, тыс. мест	128	744	-	910	819
Жилых домов, тыс.м ²	395,4	399	454,2	430,6	618,4

Строительство в селах развивается медленными темпами. В регионе сохраняется проблема дефицита жилья, при этом доля ветхого и аварийного жилья находится на низком уровне. Акцент делается на культурное развитие и здравоохранению уделяется мало внимания. В 2017-2018 гг. отмечается общий подъем строительной отрасли.

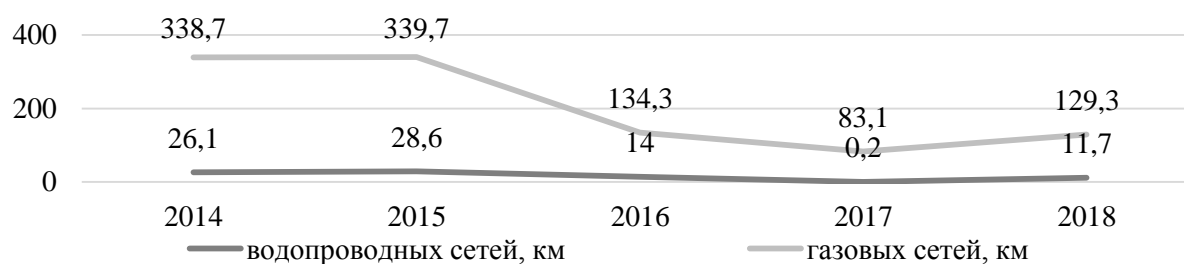


Рис.4. Показатели ввода в действие объектов инфраструктуры Нижегородской области [6]

В 2014-2015 гг. показатели развития инфраструктуры сельских территорий региона находились на существенно более высоком уровне, чем в последующих годах. Наименьшие показатели ввода водопроводных и газовых сетей отмечается в 2017 году.

В настоящий момент аграрный сектор требует реформ, которые позволили бы ему развиваться и сокращать разрыв с положением городов. Учитывая выявленные проблемы, важным является реализация мер, направленных на снижение смертности населения и увеличение привлекательности сельских территорий, включая создание рабочих мест, повышение доходов населения.

Список литературы:

1. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы, утвержденная постановлением Правительства от 14.07.2012 №717
2. Дронова М.В., Сорокина Т.И. Основные факторы, влияющие на устойчивое развитие сельских территорий // Научный альманах, 2016, №4-2.
3. Костяев А.И., Никонов А.Г. Развитие аграрного сектора и сельских территорий в условиях политики импортозамещения // Молочнохозяйственный вестник. 2017. №4 (28).
4. Оборин М.С. Технологии цифровой экономики в развитии сельского хозяйства// Дружковский вестник. 2018. № 2 (22). С. 68-72.
5. Официальный сайт Совета Федерации Федерального собрания РФ. О мерах Правительства РФ по устойчивому развитию сельских территорий // Аналитический вестник, 2019 - № 5 (719). Режим доступа: <http://council.gov.ru/>
6. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Нижегородской области (Нижегородстат). Режим доступа: <http://nizhstat.gks.ru>
7. Федеральная служба государственной статистики (Росстат). Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

СОДЕРЖАНИЕ НИТРАТОВ В ТОМАТАХ ЗАЩИЩЕННОГО ГРУНТА

Кетова Регина Ивановна:

студентка Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования Пермский ГАТУ, г. Пермь, Россия;

*научный руководитель: **Симонова Вера Алексеевна***

преподаватель Пермского института (филиала)

РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

В настоящее время нитраты, нитриты и другие азотсодержащие соединения в продуктах питания привлекают особое внимание. Всё чаще данная тема затрагивается в телепередачах, поскольку избыточное количество

нитратов в организме человека и животных может привести к ряду заболеваний:

1. При избыточном поступлении нитратов в организме возникает болезнь метгемоглобиния. Нитраты под действием фермента нитратредуктазы восстанавливаются до нитритов, которые вступают во взаимодействие с гемоглобином крови, что приводит к окислению двухвалентного железа в трёхвалентное. При этом образуется метгемоглобин, неспособный переносить кислород к тканям и органам, в результате чего может наблюдаться удушье.

Угроза для жизни начинает возникать тогда, когда уровень метгемоглобина в крови достигает 20 % и выше. Снижается давление крови, и нарушаются функции печени. В результате чего уменьшается физическая и умственная активность человека; [1]

2. Повышенное содержание нитратов в организме снижает усвоение витаминов, нарушает работу гормональной системы. Например, уменьшается усвоение йода, что приводит к увеличению щитовидной железы; [5]

3. В желудочно-кишечном тракте они взаимодействуют с вторичными аминами и амидами, которые образуются при разложении белковой пищи, образуя карцерогенные N-нитросоединения, которые обладают не только карцерогенным, но и мутагенным, тератогенным действием. [6]

Нитраты – это соли азотной кислоты. Нитраты (NO_3^-), как и аммоний (NH_4^+), являются равноценными источниками питания растений азотом. Основы учения об азотном питании растений были разработаны Д. Н. Прянишниковым и в дальнейшем развиты его учениками. Поступление нитратов в растения зависит от неправильного использования азотных удобрений, от видовой и сортовой специфики растений, от факторов окружающей среды и почвы. Так на фоне калия растения лучше используют нитраты, на фоне кальция- аммоний, нитраты лучше усваиваются в кислой среде, аммоний- в щелочной. Но поскольку и амидная, и аммонийная формы азотных удобрений в почве подвергаются нитрификации, переходя в

нитратную форму в течение 10-15 дней, то всё-таки преобладающей формой минерального азота, поступающей в растения, являются нитраты почвы. [4]

Наибольшее количество нитратов накапливают овощи, фрукты, ягоды, растительные корма – до 900-1500 мг/кг, а зелёные культуры – больше. Нитраты растениям не вредны. [6]

Объектом исследования являются томаты защищенного грунта, купленные в торговой сети «Пятёрочка». Томаты привезены из Узбекистана и Хакасии. Предпочтение отдавали томатам с белой серединной тканью, примыкающей к чашелистику. Такие сорта томатов обладают хорошей лёгкостью, транспортабельностью и сохраняют свое качество в течение 2-3-х месяцев.

Купили томаты в ноябре 2019 года. Из купленного образца формировали стандартную аналитическую пробу и аналитическую пробу из белой серединной ткани. Так как, в телепередачах о качестве продукции, часто идет речь о том, что серединная ткань томата содержит большое количество нитратов и такие томаты опасны для здоровья.

В стандартную аналитическую пробу входила 1/4 часть от общей массы каждого томата, разрезанного вдоль (сегмент). Аналитическую пробу из белой серединной ткани готовили следующим образом: из каждого томата вырезали белую серединную ткань, примыкающую к чашелистику ягоды, помещали в ступку и растирали с песком.

Определение нитратов осуществлялось двумя методами: потенциометрический и фотоколориметрический. Фотоколориметрический метод является более чувствительным.

Аналитические повторности двукратные. Цифровой и графический материал представляет средние арифметические и их стандартные ошибки.

Повышенное содержание нитратов наблюдается в белой серединной ткани томатов (табл.1) Разница содержания нитратов в томатах из Узбекистана в стандартной аналитической пробе и пробе, сформированной из белой серединной ткани, составила 176,5 мг/кг, а в томатах из Хакасии 50 мг/кг

сырого продукта. Разница содержания нитратов в различных частях томата является существенной, исходя из этого, мы можем сказать, что белая срединная ткань содержит в разы больше нитратов, чем стандартная аналитическая проба. [6]

Причины накопления нитратов в растительной продукции:

1. Ранняя уборка продукции. Питательные вещества, которые не успели восстановиться до аммиака и превратиться в белок, накапливаются в растительной продукции в виде нитратов.

2. Высокие дозы азотных удобрений и неравномерность их внесения. Растения наиболее чутко реагируют на недостаток и избыток именно этого элемента.

3. Недостаток микроэлементов в клетках растений, недостаточная концентрация азота в клетках, что препятствует переводу нитратов в аммиак.

4. Немаловажным компонентом является свет и влажность почвы.

5. Биологические особенности культуры.

Пути снижения нитратов в продукции:

1. При расчёте доз удобрения необходимых для внесения удобрений учитывать количество азота, внесенного с органическими удобрениями; [5]

2. Нитрифицирующая способность почвы; [1]

3. Внесение азотных удобрений должно вноситься дробно, в несколько сроков. (При посеве в качестве основного удобрения и в качестве подкормки); [2]

4. Повышение профессионального уровня агрохимиков.

Таблица 1. Сравнительная оценка методов определения нитратов в томатах защищенного грунта, мг/кг сырой массы

Район происхождения	Потенциометрический		Фотоколориметрический		
	аналитическая проба				
	стандартная	белая срединная ткань	стандартная	белая срединная ткань	

1. Узбекистан	отсутствуют	отсутствуют	69,5	246,0
2. Хакасия	отсутствуют	отсутствуют	162,0	212,0
ПДК	300			

Результаты исследования показали, что нитраты, определяемые в томатах потенциометрическим методом, как в стандартной аналитической пробе, так и в пробе из срединной ткани не выявлены (табл.1)

Аналитическая проба, сформированная из срединной белой ткани, накапливала нитратов больше, чем стандартная проба, но в пределах ПДК. В томатах из Узбекистана содержание нитратов составляло 246,0 мг, а из Хакасии – 212,0 мг/кг. Срединная белая ткань, прикрепленная к чашелистику, имеет сосудисто-проводящую систему, по которой в ягоду поступают питательные вещества, в том числе и нитраты, которые не успели восстановиться до аммиака и превратиться в белок.

Фотокolorиметрический метод определения содержания нитратов более чувствителен к их концентрации. Так, содержание нитратов в аналитической пробе томатов из Узбекистана составляет 69,5 мг, а из Хакасии – 162,0 мг/кг. Томаты из Узбекистана и Хакасии безопасны, так как регламентированное значение ПДК нитратов в томатах защищенного грунта 300 мг/кг.

Список литературы:

1. Батизат Г.Ю. Содержание нитратов в растительных продуктах питания, реализуемых на рынках г. Владивостока // Научное сообщество студентов XXI столетия. Технические науки: сб. ст. по мат. VII междунар. студ. науч.-практ. конф. № 7.

2. Малиновская Ю. И., Здешнева Г. Ф. Определение нитратов в растительных продуктах // Актуальные вопросы биологии, химии и экологии: наука и образование. Сборник научных трудов биолого-химического факультета. Т.3. — М. 2003, с. 170–173.

3. Половец Я. В. Причины накопления и способы уменьшения избыточного количества нитратов в культурных растениях // Молодой ученый. — 2019. — №23. — С. 154-157.

4. Ревич Б.А., С.Л. Авалиани, Г.И. Тихонова. Основы оценки воздействия загрязненной окружающей среды на здоровье человека. Пособие по региональной экологической политике. М.: Центр экологической политики России, 2004г. 268 с.

5. Трухина Т.Д. Нитраты, нитриты и пути снижения их содержания в овощах. Азотсодержащие соединения и их влияние на организмы// Химия, 2001. — № 31. — С. 21—22.

6. Чубирко М.И. Гигиеническая оценка воздействия пестицидов на окружающую среду и здоровье населения. М.: Здравоохранение Российской Федерации. 2002. -№1.

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

Ким Елизавета Анатольевна

*студентка 4 курса учетно-финансового факультета группы ЭК-41
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь*

*Научный руководитель: **Оборин Матвей Сергеевич***

д.э.н., профессор

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Современное Российское хозяйство на данном этапе своего развития пока что не является наиболее развитой инновационной отраслью. Однако, сектор агропромышленного комплекса уже начинает видоизменяться из-за влияния разнообразных био- и нано- технологий, благодаря которым улучшаются множество различных сортов и пород с помощью методов геномики, а производители все чаще переходят от продуктовой к сервисной модели, тем самым адаптируют свою продукцию под запросы конкретного потребителя. И в каждой из этих тенденций большую роль играют цифровые технологии.

Исходя из данных Министерства сельского хозяйства Российской Федерации выявлено, что на данный момент Россия занимает 15 место в мире по уровню цифровизации, в стране всего лишь 10% пашен, которые обрабатываются с применением цифровых технологий, в то время как в США этот показатель доходит до 50 %.

Следует отметить, что ранее данная отрасль не была внесена в список приоритетных, и только в 2017 году ведомство предложило создать государственную программу “Цифровое сельское хозяйство”. Появился Аналитический центр, занимающийся мониторингом состояние земель, а также в крупнейших аграрных ВУЗах открылись кафедры цифровизации сельского хозяйства [1].

Главная проблема Российского аграрного комплекса заключается в том, что технологии доступны лишь крупному и среднему бизнесу, и на данный момент не все фермеры могут позволить себе использовать передовые технологии.

Из данных структуры расходов Российских домохозяйств выявлено, что доля затрат на продукты питания достигает 50%, поэтому уровень потребления сельскохозяйственной продукции довольно ограничен. Дорогие кредиты в сочетании с закупочной ценой сельскохозяйственных продуктов составляет менее 20% от розничной, и этот фактор снижает возможность оснащения современными средствами механизации, той части небольших хозяйств, которые производят около половины валового продукта отрасли. Отсюда возникает низкая производительность и высокая стоимость продукции [3].

Далее рассмотрим направления использования цифровых технологий в сельском хозяйстве.

Так, научно-технический центр «РобоПроб» разработал автоматизированный комплекс для сбора почвенных проб, его применение позволяет снижать затраты на мониторинг состояния пашни. Компания «Агроноут» на базе агрохолдинга «Кубань», входящего в группу компаний «Базовый элемент», в 2017 году реализовала пилотный проект, основанного на объективной оценке состояния почвы и внесения удобрений. Экономический эффект от внедрения предложенной технологии, по подсчетам разработчиков, в перспективе составит 50 млн. рублей в год.

Еще одна национальная технологическая инициатива в сфере сельского хозяйства «АгроНТИ» – применение беспилотных летательных аппаратов для

инвентаризации, мониторинга состояния посевов и качества выполняемых работ на полях. Так, компания «Агротерра», в сотрудничестве с израильской SMART Fertilizer успешно провела эксперимент по установке датчиков на полях общей площадью в одну тысячу гектаров в Тульской и Курской областях. Данная технология за год применения повысила урожайность сои на 11,5 %, пшеницы – на 6,5 % [5].

Но все же остается вопрос, как сделать так, чтобы новые разработки дошли до своего конечного потребителя. Процессу цифровизации до сих пор мешает секретность некоторых данных аэросъемки, отсутствие четких правил использования беспилотников, сложность получения государственных субсидий и т.п.

Решить все существующие острые проблемы агротехнического хозяйства должно объединение усилий Министерства сельского хозяйства, Ассоциации Интернета вещей, Высшей школы экономики и технологических компаний по созданию единого центра экспертизы новых разработок, а также открытие доступа к данным для сельхозпроизводителей.

Нельзя не отметить тот факт, что приходящие в агросектор технологии цифровизации являются одним из основных векторов развития данного направления. Их задача состоит в том, чтобы заинтересовать разработчиков, а самое главное, профессионалов, которые занимаются внедрением разработок на практике. Данная интеграция невозможна без привлечения искусственного интеллекта и систематизации больших баз данных.

Как уже было отмечено, в России сельское хозяйство не относится к самым инновационным отраслям, но тем не менее агросектор уже стремительно развивается благодаря внедрению цифровых технологий. Однако, довольно печальный факт в том, что проникновение технологий в сельские местности весьма ограничен, так как хозяева и собственники уделяют мало внимания информационным технологиям, переход Российского агропромышленного комплекса на цифровые технологии важен для обеспечения конкурентоспособности.

Уровень проникновения инновационных технологий в сельское хозяйство в Российской Федерации занимает 45 - е место в мире. На данный момент 13-15% Российских агрохозяйств в состоянии заниматься цифровизацией научно - технических разработок.

На сегодняшний день существуют два главных аспекта использования цифровых технологий в сельском хозяйстве, это:

1. Повышение производительности;
2. Снижение потерь;

Неэффективность агропромышленного производства по - прежнему находится на высоком уровне, около 40% продукции теряется на этапе от выращивания до переработки, еще 40% на самом этапе переработки, хранения и транспортировки [6]. При этом значительная часть потерь обусловлена природными условиями. Считается, что в сельскохозяйственном производстве от человека зависит лишь 20-30%, а остальное определяет природа, но тот процент, который определяется человеческим фактором надо полностью. И цифровые технологии помогают это сделать, однако большинство людей, занимающиеся сельским хозяйством, в силу своего возраста, опыта и образования, далеки от информационных технологий и пока не готовы с ними работать, а результат цифровизации в огромной степени зависит от той информации, которая вводится на полях.

В настоящее время конечные потребители все чаще обращают внимание на экологичность и безопасность продукта (например, с определенным содержанием питательных веществ и низким содержанием пестицидов), из-за этого фактора на рынках ужесточается конкуренция производителей. Поэтому перспективным направлением является восстановление плодородия без применения агрессивных технологий и использование только самых инновационных разработок, например, техники не нарушающей свойства почвы, а также систем точного земледелия, которые не приводят к накоплению пестицидов в конечной продукции.

Разрабатываемая сельхозтехника автоматически подстраивается к погодным условиям и идет на автопилоте, она способна по отмеченным на карте местам, положить требуемое количество удобрений. Дальнейшие задачи агрохолдинга связаны с моделированием, реинжинирингом и цифровизацией процессов, вплоть до автоматического управления машинами [7].

Так же в “Русагро” происходит плавная минимизация влияния человеческого фактора, например, компания тестирует технологии машинного зрения для оценки качества сахарной свеклы при принятии решения об отправке ее на переработку или на длительное хранение. Это позволяет заметно сократить потери производства.

Далее рассмотрим еще одно перспективное направление в сельском хозяйстве - интеграция сбытовых цепочек.

Его реализует международный потребительский кооператив “Аграриум”, который намерен построить экосистему для развития сельского хозяйства на основе платформы с применением блокчейна. Ожидается, что данная платформа объединит инвесторов, фермеров переработчиков и продавцов. На начальном этапе планируется выпустить “мясные токены”, прикрепленные к выращиваемым животным: к чипу одного животного будет прикреплено 16 токенов. В дальнейшем появятся растительные и зерновые токены. Данную платформу “Аграриум” представляет в Китае, Иране, Турции, приглашая производителей сельскохозяйственной продукции вступить в “цифровую артель” [6].

Далее рассмотрим статистику инновационных технологий в агропромышленном комплексе. Минсельхоз России отметил, стабильные темпы развития агропромышленного комплекса страны. В 85 субъектах Российской Федерации были проведены исследования, в результате которого 20% из них демонстрируют высокий уровень развития инновационных технологий в сельскохозяйственном производстве, в 29% регионах зафиксирован средний показатель.

Согласно полученным данным, среди лидеров по темпам внедрения цифровых подходов в сельском хозяйстве – Алтайский и Краснодарский края, Курская, Липецкая и Самарская область, Республика Башкортостан и Республика Татарстан. Самые низкие темпы фиксируются в Еврейской автономной области, Амурской, Кировской, Костромской, Магаданской и Мурманской областях, Камчатском и Приморском краях, Кабардино-Балкарской Республике и Карачаево-Черкесской Республике [7].

В заключении, из всего вышеперечисленного, можно сделать вывод, что агропромышленный комплекс в России медленно, но развивается, этому способствуют множество организаций, которые вводят новые технологии и инновации. Хочется надеяться, что в дальнейшем будущем Российские АПК смогут правильно использовать потенциал цифровизации для достижения поставленных целей.

Список литературы:

1. Аганбегян А.Г. Устойчивый рост сельского хозяйства и его финансовое обеспечение// Деньги и кредит. – 2017. – № 7. – с. 3–9.
2. Вартанова М.Л., Дробот Е.В. Влияние непростых противоречивых процессов на рост отечественного сельского хозяйства// Российское предпринимательство. – 2018. – № 1. – с. 13–36. – doi: 10.18334/rp.19.1.38718.
3. Цифровизация сельского хозяйства. Полит.ру. [Электронный ресурс]. URL: http://polit.ru/article/2018/02/21/sk_digital_farming/
4. Цифровые технологии приходят в сельское хозяйство. Сельскохозяйственные вести. [Электронный ресурс]. URL: <https://agri-news.ru/novosti/czifrovyie-texnologii-prixodyat-v-selskoe-xozyajstvo.html>
5. Тасуева Т.С., Рахимова Б.Х., Дагаева Х.Х. Цифровые технологии логистики в агропромышленном комплексе // Совершенствование методологии познания в целях развития науки: сборник статей Международной научно-практической конференции: в 2 частях. 2017.
6. Министерство сельского хозяйства Российской Федерации [электронный ресурс]. <http://mcx.ru/press-service/news/v-polovine-regionov-rossii-otmechaetsya-polozhitelnaya-dinamika-tsifrovizatsii-apk/>
7. Оборин М.С. Технологии цифровой экономики в развитии сельского хозяйства// Друкеровский вестник. 2018. № 2 (22). С. 68-72.

КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЕМ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЕ РЕАЛИЗАЦИИ В РОССИЙСКОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

Ким Елизавета Анатольевна

студентка Пермского института(филиала)

РЭУ им. Г.В. Плеханова г. Пермь

Иванов Александр Иванович

кандидат философских наук, доцент Пермского института

(филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

На данном этапе развития экономики одним из главных ресурсов компании является информация и знания работников данной компании, благодаря которым они способны быстро реагировать на постоянно меняющиеся условия внешней и внутренней среды. Знания представляют собой стратегически важный ресурс и, следовательно, появляется необходимость в управлении ими. Управление знаниями гарантирует устойчивое положение организации на рынке и является неотъемлемой частью менеджмента любой организации. Оно объединяет действия, связанные с формированием, распространением и использованием знаний, а так же с развитием инноваций и обучением.

Основная цель управления знаниями - это создание мощных конкурентных преимуществ, и именно поэтому оно становится ведущим направлением стратегического менеджмента.

Управление знаниями в компании включает два направления:

1. Управление знаниями на основе информационных технологий.
2. Управление знаниями на основе организационного поведения работников [2].

По мнению многих ученых, управление знаниями на сегодняшний день представляет новый вид управленческой деятельности, целью которой является использование нематериальных активов, как основных ресурсов стимулирования инноваций. Основой любой организации выступает её персонал, и от того насколько он владеет передовыми знаниями и как он может их применять зависят темпы развития предприятия. Именно персонал выступает

основным инновационным механизмом, который генерирует новые идеи, решает творческие и управленческие задачи. Поэтому особенное внимание следует уделять качеству обучения персонала и эффективности системы обмена корпоративными знаниями. IT-технологии также играют важную роль в реализации интеллектуального капитала, основой которого являются знания и опыт сотрудников компании.

Еще один подход к управлению знаниями – это рассмотрение информационных технологий и технологий управления сотрудниками в компании как одинаковых элементов системы управления знаниями. Организационные знания формируются с помощью знаний каждого отдельного работника компании. В них входят принципы, факты, навыки, правила и методы, которые обеспечивают деловую активность организации. Состав организационных знаний – это теоретические, практические, стратегические и коммерческие знания, которые составляют интеллектуальный капитал компании. На рисунке 1 изображено, как компании получают информацию и производят новые знания, чтобы повысить качество производимой продукции.

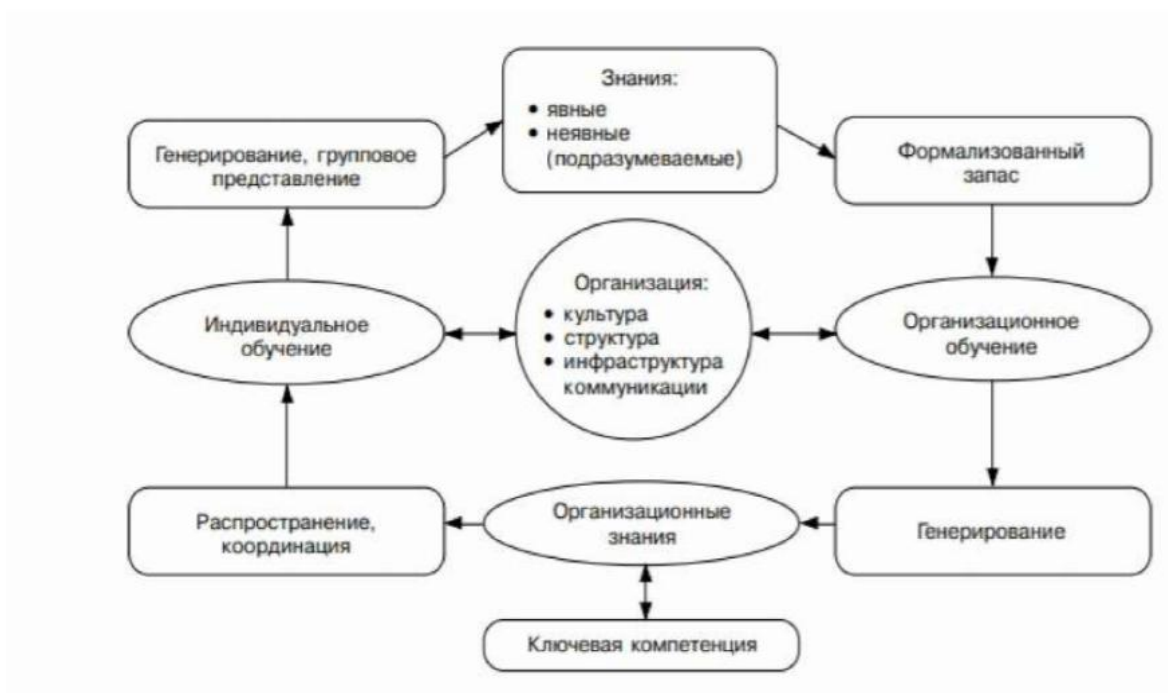


Рисунок 1 - Система управления знаниями в организации [3].

Стратегия управления знаниями в Российских организациях появляется после понимания того, для чего ей это необходимо. Но далеко не каждая из них приходит к этому пониманию. Основные причины внедрения менеджмента знаний можно разделить на две группы.

Первая группа причин вполне позитивна. Ими руководствуются инновационные компании, которые понимают, что именно за счет идеаторства, создания новых знаний и постоянной их циркуляции в компании они будут расти. Яркими примерами являются такие отечественные компании как:

1. Компания “I - Free” производитель мобильного контента. Это компания из Петербурга которая за 5 лет из стартапа превратилась в международную группу компаний. Это хороший пример того, что в ней присутствуют большой уровень доверия и зрелая корпоративной культуры, а также существуют множество инструментов управления знаниями, которые компания активно использует.

2. “Лаборатория Касперского” одна из самых популярных организаций в России. В данной компании уровень корпоративной культуры и доверия находится на уровне 85 - 90%, что является редкостью даже в западных странах.

Стандартный уровень корпоративной культуры в Российский организациях обычно колеблется в пределах 35-45% от 100% идеальной доверительной атмосферы. Компании которые осознают что их конкурентное преимущество заключается в знаниях, идеаторстве и постоянном процессе создания знаний быстро приходят к пониманию необходимости управления ими, а какой инструмент для этого выберет компания - не имеет большого значения.

Компания “I - Free” свои процессы по управлению знаниями организовала вокруг вовлеченности сотрудников в процесс идеаторства. Другие организации это делают абсолютно по-другому, и инструментарий, в данном случае, не важен.

Вторая группа причин наиболее часто с подвигает компании к управлению знаниями - это “тушение пожаров”.

Например, каждый новый проект начинается с “чистого листа”, и если уйдет один специалист бизнес начнет разваливаться. Обучение сотрудников становится бессмысленным мероприятием, долговременным и неэффективным. Данные проблемы решаются довольно просто с помощью методик управления знаниями, но не все организации к этому готовы. Далее рассмотрим сходства и отличия между американским, японским, китайским, европейским и российскими подходами управления знаниями. Материалы представлены в таблице 1 [4].

Таблица 1

Сходства и различия между подходами к управлению знаниями

Характерные особенности подходов к УЗ	Американский	Японский	Европейский	Китайский	Российский
Миссия	Преуспеваю, а значит существую	Люблю, а значит существую	Получаю практический опыт, значит, существую	Учусь, значит существую	Наблюдаю, значит существую
Идеальный тип знания	Знание - ресурс	Знания - взаимоотношения	Знания - власть	Знание - добродетель	Знание - сокровенное
Воплощение	База знаний	Компания создающая знания	Агенты знания	Знания - жизнь	Знания - личный опыт
Механизм УЗ	Экономика знаний	Культура знаний	Знания как дискурс	Управление на основе знания	На стадии формирования
Цель	Преимущества в ближащей перспективе	Долговременное преимущество	Легитимность	Мудрость	Отслеживание результатов часто важнее, чем целеполагание
Процесс	Рационализация	Видение, эмоции	Конструирование в зависимости от ситуации	Контекстуализация	На стадии формирования
Стратегия	Повторное использование	Креативность и преобразование	Политизация	Интеграция	Стратегия реформ, апробатизация

Анализируя сходства и различия между подходами к управлению знаниями, мы можем заметить, что в США оно ведется посредством технологий на языке экономики, в то время как социальным факторам уделяется меньше внимания.

В то время как в Японии акцент делается на производство новых знаний, а технологии являются лишь средством их передачи и хранения. В Китае подход к управлению знаниями является централизованным и интегрированным, в нем синтезируются технологии, знания человека и институциональные инициативы.

Главная отличительная особенность между российскими и зарубежными странами состоит в корпоративной культуре доверия. Корпоративная культура доверия в передовых зарубежных странах чаще всего не меньше 70%, а в России он в основном составляет только 35 - 45%. Корпоративная культура не просто доверительная, а она включает в себя готовность к обмену знаниями. Обмен знаниями должен стать частью культуры организации, естественным процессом. Российский ученый В. Визгин пишет, что «... знание обладает характером мира в силу его способности к спонтанному росту своих возможностей» [1].

На данный момент в нашей стране только формируется отношение к человеку как к уникальному источнику знаний и опыта. Россия находится в поиске своего пути к управлению знаниями. Управление знаниями несомненно получит дальнейшее развитие в Российской Федерации, не только как изолированная модель, но и как модель, основанная на взаимодействии со всеми существующими подходами.

Список литературы:

1. Визгин В. Знание как мир. Науковедение 2 - 1999. - 227с.
2. Воронцов Е.А. Управление знаниями: учебное пособие / Е.А.Воронцов. – Минск, 2016. – 351с.
3. Резникова О.С. Роль управления знаниями в организации //Приволжский научный вестник. 2017. - №4(68). – 83с.
4. Управление знаниями как универсальная компетенция: Кросс-культурный аспект / Портал cyberleninka.ru, 2016 г. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-znaniyami-kross-kulturnyy-aspekt>

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Коноплева Татьяна Александровна

*студентка 4 курса учетно-финансового факультета группы ЭК-41
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь*

*Научный руководитель: **Оборин Матвей Сергеевич***

д.э.н., профессор

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Нагоева Тамара Александровна

старший преподаватель

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Краснодарский край последние 6 лет занимает 2 место после Московской области по объему ввода жилья в эксплуатацию [1, стр. 40]. Прежде всего это связано с тем, что в Краснодарском крае благоприятный климат, который привлекает многих жителей северной части России переезжать жить в данный регион.

В таблице 1 представлены данные по объемам работ, выполненных по виду экономической деятельности «Строительство».

Таблица 1

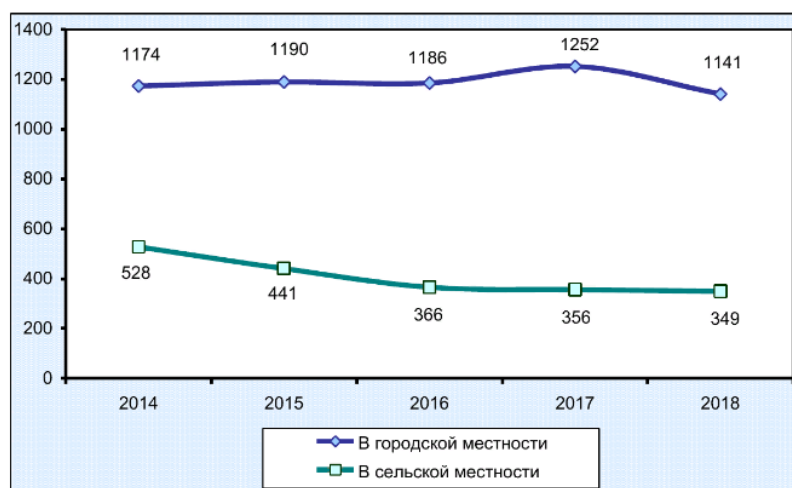
Объемы работ, выполненные по виду экономической деятельности «Строительство» в Краснодарском крае в 2010-2018 гг. [4]

Год	Всего, млн. рублей	Индекс физического объема в процентах к	
		предыдущему году	2010
2010	299575	131,6	100,0
2014	316186	69,6	88,0
2015	275550	82,8	72,9
2016	252093	91,4	66,6
2017	308669	113,5	75,6
2018	287804	88,5	66,9

Из таблицы 1 видно, что в 2014 году объем выполненных работ больше, чем в 2010 году, что обусловлено проведением олимпийских игры в Сочи в 2014 году. Однако 2015-2017 гг. происходит резкое снижение данного показателя, он становится ниже уровня 2010 года. В 2017 году произошел рост

объема строительных работ, но данный процесс оказался кратковременным и в 2018 году объем строительных работ в Краснодарском крае снизился. В 2018 году объем строительных работ в Краснодарском крае отстает от уровня 2010 г. на 3,9 процентных пункта.

На рисунке 1 представлена диаграмма ввода в действие жилых домов на



1000 человек кв. м. общей площади.

Рис. 1. Диаграмма ввода в действие жилых домов на 1000 человек населения в кв. м. общей площади в Краснодарском крае [4]

Как видно на рисунке 1, в городской местности наблюдалось увеличение жилищного строительства до 2018 года, в 2018 году данный показатель снизился на 8,8% по сравнению с 2017 годом. В сельской местности на протяжении 2014-2018 года происходит постоянное снижение жилищного строительства. Это говорит о том, что население Краснодарского края мигрирует из сельской местности в город.

В таблице 2 представлен ввод в действие жилых домов по организациям различных форм собственности.

Таблица 2

Ввод в действие жилых домов по организациям различных форм собственности в Краснодарском крае в 2010-2018 гг. [4]

Показатели	2010	2014	2015	2016	2017	2018
Всего:	3606	4759	4644	4502	4728	4415
-государственная	36	108	54	72	8	10

Показатели	2010	2014	2015	2016	2017	2018
- муниципальная	58	51	46	30	25	2
- частная	3436	4432	4468	4311	4651	4376
- общественных и религиозных организаций	16	3	-	-	-	-
- смешанная российская	12	-	-	2	-	15
- иностранная собственность	27	165	65	68	-	1
- совместная российская и иностранная	20	-	11	19	45	9

Как видно из таблицы 2, наибольшая часть всего объема строительства относится к частному строительству, которое на протяжении 2014-2018 гг. увеличивалось, за исключением 2016 года. На 2018 год частное строительство составило 99,2% от всего объема строительства, по сравнению с 2010 годом данный показатель увеличился на 27,4%. Муниципальное строительство с 2014 по 2018 год снижается. Также стоит заметить резкий рост иностранной собственности в 2014 году, который обусловлен спортивными событиями, происходившими в Краснодарском крае, однако, с 2015 по 2018 год ввод в действие иностранной собственности сокращается.

Также рассмотрим число построенных квартир, их средний размер, результаты анализа представлены в таблице 3.

Таблица 3

Число построенных квартир и их средний размер за счет всех источников финансирования [4]

Тип квартир	2010 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Число квартир, всего шт.	37146	56613	59274	63922	69594	65821
Их средний размер, кв. м.	97	84	85	70	68	67
Из них по видам квартир, в % от общего ввода						
Однокомнатные	31	43	48	55	54	51
Двухкомнатные	31	27	27	27	27	29
Трехкомнатные	22	18	15	12	12	13
Четырехкомнатные и более	16	12	10	6	7	7

Как видно из таблицы 3, что число вводимых квартир с 2014-2017 год росло с каждым годом, однако в 2018 году ввод построенных квартир снизился на 5,4%. Средний размер квартир снижается, это связано с тем, что большим

спрос пользуются однокомнатные квартиры. Ввод однокомнатных квартир с 2014 по 2016 увеличивался, но с 2017 года данный показатель стал незначительно снижаться, в 2018 году ввод однокомнатных квартир от общего ввода составило 51%, что на 3% меньше по сравнению с 2017 годом. Преобладание однокомнатных квартир от их общего ввода приводит к снижению общей площади квартир, вводимых в эксплуатацию. На двухкомнатные квартиры спрос с 2014 по 2017 был неизменным и составлял 27% от общего ввода квартир, только в 2018 году данный показатель увеличился на 2%. Наименьшим спросом пользуются квартиры четырехкомнатные и более, они составляют 7% от общего ввода квартир в Краснодарском крае.

По прогнозам экспертов в 2020 году тенденции на рынке недвижимости Краснодарского края будут определять следующие факторы [6, стр. 270]. Во-первых, рынок жилищного строительства Краснодарского края перенасыщен предложением, среди строительных компаний Краснодарского края имеется высокая конкуренция. Во-вторых, после принятия изменений в строительном законодательстве многие малые и средние строительные организации были вынуждены покинуть рынок Краснодарского края. Также вследствие изменений повысились расходы строительных организаций, что выразилось в увеличении стоимости недвижимости [9]. В-третьих, на потребителей, покупающих квартиры в качестве дальнейшей перепродажи, сильно повлияло изменения законодательства в сфере налогообложения Краснодарского края [7, стр. 18]. Однако критическое снижение основных показателей жилищного строительства экспертами не прогнозируется. Это связано с тем, что Краснодарский край остается самым привлекательным регионом для смены места жительства в России по природно-климатическим условиям, также не мало важное значение оказывает развитие инфраструктуры и культуры в Краснодарском крае [8].

Исходя из представленных выше данных можно сделать следующие выводы. В строительном комплексе Краснодарского края наблюдается спад

работ. Население Краснодарского края мигрирует из сельской местности в город. Наибольшая часть всего объема строительства относится к частному строительству. С 2014 по 2017 год происходил ежегодный рост количества квартир, в 2018 году данный показатель снизился на 5,4%. Не смотря на изменения законодательства о долевом строительстве и изменения в налогообложении, аналитики не предвещают критического снижения жилищного строительства в Краснодарском крае, так как Краснодарский край остается самым привлекательным для жизни по природно-климатическим условиям, что является важным условием при выборе места жительства населения северных регионов России.

Список литературы:

1. Кочубей Е.И., Гудожников В.А. Проблемы и перспективы развития строительства в Краснодарском крае и г. Краснодар // Вектор экономики. 2019 №1(31). С. 40-47.
2. Гордеев Ю.В. Проблемы повышения эффективности в строительстве // Вестник чувашского университета. 2016 №4. С. 203–208.
3. Яроцкая Е.В., Маруха В.Д. Жилищное строительство Краснодарского края и его особенности в современных условиях //Инвестиции, строительство и недвижимостъ как материальный базис модернизации и инновационного развития экономики. 2016 С. 222–230.
4. Федеральная служба государственной статистики. Управление федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю и республике Адыгея. Краснодарский край в цифрах 2018. Статистический сборник. – 174 с.
5. Воронина Е.В. Особенности развития рынка недвижимости в ЮФО // Вестник магистратуры. 2016 №12-4(63). С. 205–206.
6. Мирошниченко М.А., Довлетукаева М.Б. Потенциал Краснодара в развитии строительного бизнеса // Вестник академии знаний. 2018 №5(28). С. 266–272.
7. Сайбель Н. Ю., Белич С. В. Формирование и развитие инновационных кластеров в Краснодарском крае // Инновационные технологии нового тысячелетия: сборник статей Международной научно-практической конференции. Уфа: Аэтерна, 2016. С. 17–19.

[URL:http://www.ssp23.ru/novosti/rynok_nedvizhimosti_krasnodara_prognoz_na_2019_god](http://www.ssp23.ru/novosti/rynok_nedvizhimosti_krasnodara_prognoz_na_2019_god) (дата обращения: 13.10.219).

9. Оборин М.С. Особенности организации системы природопользования и хозяйствования на курортно-рекреационных территориях// Вестник Дагестанского государственного технического университета. Технические науки. 2014. № 4 (35). С. 183-192.

ОЦЕНКА ОРГАНИЗАЦИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ В МАГАЗИНЕ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ «FIX PRICE»

Макарова Анна Валерьевна

студентка Пермского института (филиала)

РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Привалова Анна Сергеевна

студентка Пермского института (филиала)

РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Научный руководитель: Бармина Элеана Эмильевна

кандидат медицинских наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Особая роль в розничной торговле принадлежит организации процесса продажи и торгового обслуживания покупателей. От качества обслуживания во многом зависит эффективность торговли. Качество обслуживания – это совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение установленных или предполагаемых потребностей потребителя [3, с. 59].

Объектом исследования качества торгового обслуживания потребителей был выбран магазин торговой сети «Fix Price», расположенный в Мотовилихинском районе г. Пермь, микрорайон Городские горки, по адресу ул. Тургенева, д. 33. «Fix Price» – это международная сеть магазинов для всей семьи с широким ассортиментом товаров для дома по низким фиксированным ценам. В процессе анализа торгового обслуживания в магазине «Fix Price» рассматривались особенности расположения и обустройства магазина, осуществлялась независимая оценка методом «Тайный покупатель», изучалась

структура сайта торговой сети, а также проводилось маркетинговое исследование в формате опроса.

Торговый район, в котором расположен выбранный магазин, является промышленной зоной, это связано с тем, что рядом с ним нет организаций общегородской торговли, и, в основном, магазины работают в формате «у дома». Ближняя торговая зона изучаемого магазина — это территория, на которую приходится 80 – 90 % покупателей, преодолевающих расстояние до предприятия длиной не более двух километров в течение 5-10 мин и меньше, в магазин приходят в основном люди, которые работают или живут поблизости. Исследуемый магазин Fix Price расположен в торговом центре «Авангард», в котором также находится супермаркет «Семья», магазин по продаже товаров «для дома и сада», магазин игрушек, детской одежды и нижнего белья. Здание располагается вблизи от остановочного пункта общественного транспорта, что обеспечивает достаточно хорошую проходимость. Имеется парковочная зона для автомобилей. Исследуемая торговая организация работает с понедельника по субботу с 10:00 до 19:00, без обеда, воскресенье – выходной.

Магазин «Fix Price» расположен в специально оборудованном помещении для продажи товаров и оказания услуг покупателям, в связи с этим по виду торгового предприятия он является стационарным. Оформление помещения производится в соответствии с фирменным стилем компании, который подразумевает преобладание зеленого оттенка, комфортное освещение, зонирование, необходимое для удобной навигации по пространству магазина. Однако яркая вывеска при входе, звуковое оформление и ароматизация торгового зала в магазине отсутствуют.

С помощью метода исследования «Тайный покупатель» был проведен анализ торгового обслуживания. Осуществление данного метода проводилось по стандартизированному протоколу, который включал несколько критериев: позиционирование сотрудников в торговой зоне, своевременность реагирования продавца, его внешний вид, культура общения, умение выявлять потребности клиента, знание товара и ассортимента, а также работа кассового

узла. Исследование проводилось в течение недели: с 20 по 27 мая 2019 года, как в дни и часы пиковой загрузки предприятия торговли, так и в период минимальной загруженности. Тайный покупатель производил три проверки исследуемого предприятия в разные дни недели и часы, на каждую дату и время посещения был оформлен отдельный протокол.

В ходе исследования тайным покупателем было выявлено, что качество обслуживания в магазине «Fix Price» можно оценить положительно – сотрудники выглядели опрятно и аккуратно, единственным недостатком являлось отсутствие информации на бейдже. Работа кассового узла достаточно четко организована, ожидание обслуживания составило менее 10 минут, однако кассир не проявил заинтересованности к клиенту – не поздоровался и не поблагодарил за покупку. Также следует отметить, что продавец не смог оказать помощь в поиске и подборе необходимого товара, в ответ на просьбу покупателя. Ассортимент товара сотрудник знал слабо, не смог ориентировать покупателя по расположению и характеристикам товара. В общении с покупателями продавцы грамотны, однако не выражают заинтересованности и проявляют безразличие. В целом, для покупателей обстановка в магазине напряженная, продавцы и кассиры громко разговаривали, одна сотрудница бегала по торговому залу с целью решения возникшей проблемы при расчете с покупателем, создавая хаос и шум.

Также был проведен анализ сайта торговой сети «Fix Price» с целью выявления эффективности функционирования данной интернет-платформы. В результате было выявлено, что, структура сайта проста в понимании. Такой вывод основывается на том, что сайт удобен в использовании для каждого посетителя, кроме того, имеется быстрый поиск необходимой информации, что в свою очередь способствует повышению качества торгового обслуживания. С помощью сайта потребитель может узнать обо всех акциях и новинках магазина, с легкостью просмотреть в каком именно магазине находится нужный для него товар, также в случае необходимости покупатель может оформить заказ online.

С целью выявления отношения покупателей к качеству обслуживания был проведен опрос покупателей, в результате которого было выявлено, что:

- в основном посетителями исследуемого магазина «Fix Price» являются женщины (рисунок 1);

- чаще всего магазин посещают потребители в возрасте от 16 до 25 лет (рисунок 2);

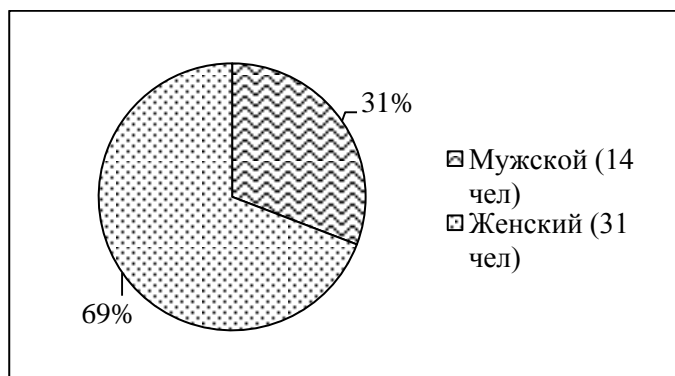


Рисунок 1. Половой признак респондентов

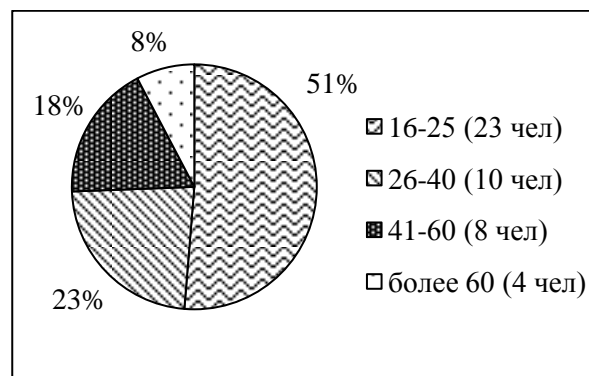


Рисунок 2. Возрастные группы респондентов

- большая часть опрошенных посещает магазин с периодичностью раз в месяц (рисунок 3);

- чаще всего посетители совершают покупку на сумму 250-500 рублей (рисунок 4);

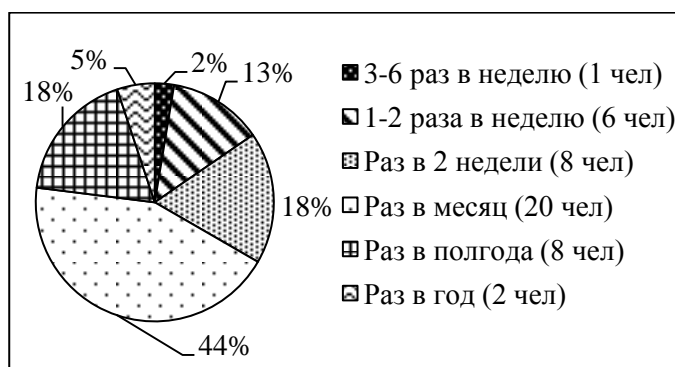


Рисунок 3. Частота посещения магазина

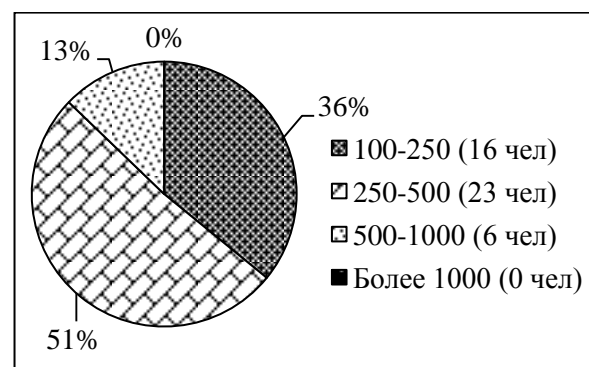


Рисунок 4. Стоимость совершаемых покупок

- среди опрошенных 69 % удовлетворены качеством обслуживания в магазине, 28 % - удовлетворены не в полной мере и 3 % - не удовлетворены, недовольство потребителей заключалась в следующем: персонал не заинтересован в помощи покупателям, проявляет безразличие и иногда грубое

отношение, зачастую кассиры отсутствуют на рабочем месте, в связи с чем образуются очереди и покупатели вынуждены тратить время, чтобы оплатить покупку;

- многие потребители считают, что обслуживающий их продавец был «скорее вежливым», однако доля невежливого отношения также достаточно велика и, в общем, составляет 31 % (рисунок 5).

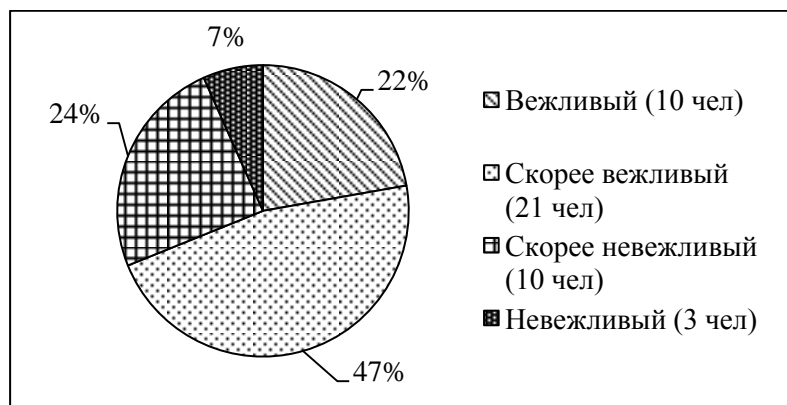


Рисунок 5. Оценка вежливости продавцов

По результатам анкетирования был сделан вывод, что в исследуемом предприятии торговли обнаружены проблемы аналогичные выявленным в методике «тайный покупатель». Однако в ходе опроса был выявлен дополнительный недостаток – невежливое обслуживание в кассовой зоне.

Чтобы повысить качество обслуживания потребителей в магазине «Fix Price» по адресу г. Пермь, ул. Тургенева, д. 33 необходимо решить выявленные в ходе исследования проблемы, для этого в таблице 1 представлены основные мероприятия.

Таблица 1

Выявленные проблемы и предлагаемые мероприятия

Проблемы	Предлагаемые мероприятия	Ожидаемый результат
1. Отсутствие наружной вывески, сложность нахождения магазина	На фасаде торгового центра «Авангард» установить яркую вывеску. У входа в магазин поставить штендер.	Потребителям не придется тратить много времени на поиск магазина «Fix Price». Осуществление данного мероприятия способствует повышению узнаваемости магазина и позволяет каждому желающему клиенту посетить его.
2. Отсутствие звукового сопровождения в торговом зале	Учитывая пристрастия и возрастные категории покупателей составить музыкальную программу.	Применение данного мероприятия обеспечит управление покупательскими потоками. Например, спокойная, расслабляющая музыка побуждает клиентов провести в магазине большее

Проблемы	Предлагаемые мероприятия	Ожидаемый результат
		количество времени, а также способствует повышению их настроения.
3. Отсутствие ароматических инструментов в магазине	Применение различных запахов для ароматизации помещения магазина.	Запахи способствуют концентрации внимания, управлению другими познавательными ресурсами покупателей на подсознательном уровне. При реализации данного мероприятия уровень продаж в среднем возрастает на 15-20 %, а также время, проводимое покупателями в магазине, увеличивается на 15,9 % [1, с. 83].
4. Персонал торгового предприятия проявляет безразличие к покупателям.	Управление организацией сервиса предприятия розничной торговли следует проводить как комплекс из следующих мероприятий: - разработка внутренних стандартов обслуживания потребителей;	Соблюдение требований, установленных стандартом, позволит установить успешный контакт с покупателями, в результате чего произведенная покупка может создать у покупателей удовлетворение качеством обслуживания.
5. Продавцы не в полной мере оказывают помощь потребителям при выборе товара.	- подбор персонала в соответствии с требованиями внутреннего стандарта; - организация контроля за соблюдением персоналом установленных требований по обслуживанию покупателей;	Внедрение различных форм стимулирования способствует укреплению трудовой дисциплины, сокращению количества жалоб и повышению ответственности каждого работника за выполнение своих обязанностей.
6. Персонал имеет недостаточный уровень знаний ассортимента товаров.	- поощрение и мотивация персонала для наилучшего обслуживания клиентов; - постоянный мониторинг удовлетворенности потребителей предоставляемого сервиса.	Постоянный мониторинг удовлетворенности потребителей предоставляемых услуг позволит выявить недостатки в обслуживании и устранить их в минимальные сроки, а также разработать современные направления по повышению качества торгового сервиса.
7. Низкая культура общения с покупателями		
8. Невежливое обслуживание в кассовой зоне	Контроль качества обслуживания посетителей, организация тренингов по этическим нормам обслуживания покупателей	Повышение качества обслуживания посетителей, позволит повысить уровень лояльности покупателей.

Применение предложенных мероприятий в деятельности изучаемой торговой организации обеспечит повышение качества обслуживания покупателей, путем устранения выявленных проблем.

Таким образом, можно сделать вывод, что результаты комплексной оценки торгового обслуживания одного из магазинов торговой сети «Fix Price», показали, что качество оказываемых услуг на предприятии недостаточно удовлетворяет потребителей, и предприятию необходимо совершенствовать систему обслуживания покупателей.

Список литературы:

1. Авдейчикова Е.В. Инновации в торговой деятельности: российский и зарубежный опыт. М.: ИНФРА-М, 2016. 302 с.
2. Официальный сайт торговой сети «Fix Price» [Электронный ресурс] // URL: <https://fix-price.ru/> (дата обращения: 29.09.2019)
3. Романович Ж.А., Калачев С.Л. Сервисная деятельность / - 6-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 284 с.

Цифровые технологии в торговле

*Матвийчук Юлия
Пономарева Виктория
студенты группы ПР-21*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь
научный руководитель: Лунева Марина Наилевна
кандидат экономических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь*

Не нужно доказывать, что «цифровизация» вошла во все сферы человеческой жизни, а некоторые из них она затронула особенно. Самое главное возможное достижение цифровых технологий в торговле, как в других отраслях, работающих по схеме В2С в рамках ИСО – это переход от пассивного планирования по накопленному опыту к индивидуальному планированию.

Самые высокие скорости обработки и передачи информации, доступные интерфейсы и каналы связи между покупателем и продавцом уменьшают расстояние между производителем и покупателем, изменяют сущность посредников, устраняют существующие технологии и заменяют их новыми.

Планирование позволяет учитывать личные предпочтения, "управлять лояльностью" покупателя в своих интересах, сокращать время, затрачиваемое покупателем на второстепенные элементы технологического процесса, более эффективно тратя его на знание новых товаров и услуг.

Изучив подробнее сферу торговли, можно отметить, что торговые системы состоят из набора информации, которая взаимодействует с

содержащимися в нем объектами, что позволяет различать внутренние процессы и внешние влияния. Общий список целей социальной и экономической системы можно представить следующим образом:

1. Граждане, которые являются получателями услуг и потребители с одной стороны, и участниками производственно-технологического процесса, с другой;

2. Производители товаров и услуг;

3. Торговые сети, магазины, системы логистики и др.;

4. Системы предоставления услуг;

5. Инфокоммуникационные системы;

6. Финансовые системы;

7. Системы энергоснабжения.

8. Системы обеспечения безопасности;

9. Органы государственной власти;

10. Контролирующие общественные организации.

Одной из фундаментальных технологических функций является взаимодействие информации между объектами, которое заключается в обмене данными, авторизации на связь или доступ, получении новых данных и т.д. [1]

В настоящее время во всех отраслях промышленности происходит новая технологическая революция, основными чертами которой в торговле являются, на наш взгляд, автоматизация и электронизация технологических операций, таких как:

1. Финансовых;

2. Доставки товаров от производителя до покупателя, в том числе, курьерская;

3. Информирования покупателей;

4. Изучения «портрета» потенциальных покупателей;

5. Распространения рекламы, в том числе в 12 торговом зале, в Интернете, наружной рекламе;

6. Дистанционной торговли через инфокоммуникационные системы

спектр применяемых в торговле инноваций обширен.

Наиболее интересными являются: прием ребята гол шел

1. Устройства для безналичной оплаты покупок;
2. Ручные сканеры;
3. Автоматические упаковщики;
4. Электронные ценники;
5. Весы для самообслуживания;

Безналичный способ оплаты активно распространился во всех сферах торговли. Многие крупные компании уже внедрили технологию NFC в свои продукты. Примерами являются банковские карты и мобильные устройства, поддерживающие эту технологию: существует возможность оплаты с помощью Apple Pay, Google Pay, smart-часов и прочего.

Мировой опыт показывает, что технологическая эволюция, которая разрушает традиционную розничную и оптовую торговлю и для мобильных операторов не стоит на месте. К примеру, мобильные операторы, розничные сети, производители устройств и органы стандартизации уже работают над заменой классической SIM-карты на гибкие SIM-решения, которые могут быть предоставлены через сотовую сеть или через иные мобильные беспроводные каналы связи, одним из которых, уже сегодня, является широко распространенный WI-FI. Встроенные SIM-чипы (ESIM) и системы, основанные на программных подходах (SoftSIM) первоначально были запущены в оборот игроками M2M отрасли, а в настоящее время это решение расширяется в чисто потребительский сегмент. [2]

По разным оценкам, к 2020 году потенциал ЕС для такого рода SIM будет оцениваться в 150 млн. устройств.[8] Это приводит в действие изменений в понятиях «мобильной ценности» и стратегической позиции операторов связи. Поэтому стратегически рекомендуется для всех операторов использовать гибкие SIM как катализатор потенциала роста бизнеса для перехода к цифровым технологиям и их авангарду – цифровой торговле. По оценкам, 40% всех поисковых запросов Google уже делаются из мобильных телефонов.[9]

Сотрудники крупных торговых сетей разрабатывают мобильные приложения для удобства своих клиентов. Так, например, технология Shopkick позволяет приложению осуществлять проверки присутствия пользователя внутри любого розничного магазина партнера. С той же целью используются системы на базе беспроводных тегов Bluetooth Low Energy «Showrooming» - это термин, который описывает акт сравнения цен на товар в магазине с теми же товарами, доступными онлайн.

В Южной Корее на одной из оживленных станций городского метро компания Homeplus открыла первый в мире виртуальный супермаркет. Он отображает более пятисот самых популярных продуктов этого супермаркета. Пользователи смартфонов могут отсканировать QR код продукта и заказать его. Если заказ размещается до часу дня, Homeplus доставит купленное в тот же день.

После испытаний в метро Шанхая, крупнейший Интернет-магазин Yihaodian планирует открыть 1000 виртуальных супермаркетов в стране. Китайская компания не только скопировала идею, но решила пойти дальше – открыть целую сеть магазинов дополненной реальности. Магазины предполагается разместить на пустырях и в городских парках, хотя при этом они не будут занимать ни одного квадратного метра. Лишь владельцы смартфонов со специальным приложением смогут “увидеть” такой магазин.[10] Внедряются цифровые технологии также и в торговлю России. По данным аналитиков GfK рассмотрим статистику продаж в России:



Рисунок 1 Онлайн продажи в %

В 2019 году «Яндекс» увеличил выручку на 36% до \$1,8 млрд, а прибыль — на 430% до \$660 млн.

Подъему «Яндекса» во многом способствует бурное развитие электронной коммерции в РФ. По данным аналитиков GfK, к февралю 2019 года в России насчитывается более 90 млн интернет-пользователей, что является самым большим показателем в Европе. 75,4% россиян имеют доступ в интернет, а при помощи смартфонов в сеть выходят 59% пользователей. При этом в стране больше смартфонов, чем людей.

Высок и потенциал онлайн-торговли в России. Если в 2017 году продажи физических товаров через интернет измерялись \$18 млрд, то в 2020 и 2023 годах оборот может достигнуть \$31 млрд и \$52 млрд соответственно. Объем всего рынка электронной коммерции (с учетом продаж товаров и услуг) оценен в \$26 млрд по итогам 2016 года.[3]

В 2019 году четыре крупнейших в России игрока контролируют лишь 27% всего рынка электронной коммерции. Для сравнения, в США на лидеров приходится 63% оборота, в Китае — вовсе 84%. Доля онлайн-торговли на российском рынке ритейла оценивается аналитиками лишь в 3%.[11]

Впрочем, российская ИТ-индустрия не ограничивается только онлайн-торговлей. Например, тот же «Яндекс» развивает беспилотные автомобили, «умные» колонки, автомобильные мультимедийные системы, голосовой помощник, сервис каршеринга и многое другое.

Между тем, в агентстве Germany Trade and Invest характеризуют российских предпринимателей, развивающих технологические компании, как «старательных, изобретательных и гибких при реализации идей».[3]

Изучив цифровые технологии в торговле, рассмотрим рейтинг Пермского края. Основой для роста цифровых технологий в сфере торговли станет активное продвижение спроса и предложения ИКТ-продуктов и услуг по всему региону, что подтверждается концепцией развития цифровой экономики Пермского края на 2018-2024 годы.

Данная концепция измеряется такими показателями как:

- доля сектора ИКТ в экономике. Сейчас – 2,1%, цель к 2024 году – 4%;
- численность занятых в секторе ИКТ. Сейчас – 16 тысяч, цель – 22 тысячи;

Пермский край в рейтинге развития субъектов Российской Федерации по уровню развития информационного общества в 2017 году занимал 35 место, цель концепции – занять 10 место в этом рейтинге.

Среди направлений реализации данной концепции можно выделить следующие: пусть никогда жарит курица

- Создание инфраструктурных и организационных условий для развития цифровой экономики Пермского края.
- Обеспечение кадрового и научного развития цифровой экономики Пермского края.
- Внедрение цифровых технологий в различных сферах.
- Применение цифровых технологий в бюджетной сфере.
- Комплексное внедрение технологий «умного города» в муниципальных образованиях Пермского края.

Ключевыми проектами для реализации концепции являются «Устранение цифрового неравенства», «Электронное образование», «Электронное здравоохранение», «Умный город», «Автоматизация финансовых процессов — системы планирования и учета».

При интенсивном внедрении цифровых технологий в сферу торговли существуют нормативные акты, устанавливающие правовые нормы, которые могут без изменений применяться для регулирования правоотношений в сфере электронной торговли:

- Конституция Российской Федерации, содержащая в себе основные права и гарантии, среди которых можно выделить ст. 8; [4]
- Гражданский кодекс Российской Федерации содержит ряд правовых норм, допускающих возможность заключения сделок путем электронного обмена данными; [5]

- Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» регулирует отношения в сфере поиска, получения, передачи и распространения информации, а также ее защиты. [6]

Нормативно-правовые акты, которые обеспечивают либо касаются отдельных аспектов организации и функционирования систем электронного документооборота:

- Федеральный закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» - устанавливает, что продавец перед заключением договора должен сообщить следующую информацию: основные потребительские свойства товара, место его изготовления, полное фирменное наименование изготовителя, цену, условия приобретения и доставки, срок службы и гарантийный, порядок оплаты, срок заключения договора. [7]

- нарушение установленного законом порядка сбора, хранения, использования и распространения различной информации влечёт за собой ответственность, предусмотренную ст. 13.11-13.13 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, а также уголовную ответственность в соответствии с нормами гл. 28 Уголовного кодекса Российской Федерации.

Законы, которые касаются применения электронного документооборота в отдельных сферах:

- с 1 января 2014 года вступает в силу Федеральный закон от 5 апреля 2013 г. N 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» 27.

К нормативно-правовым актам, регулирующих осуществление электронной торговли, также следует отнести Постановление Правительства РФ от 27 сентября 2007 г. № 612 «Об утверждении правил продажи товаров дистанционным способом» 28.

Важно подчеркнуть, что в 2000 г. в Государственную думу Федерального Собрания РФ был вынесен проект Федерального закона «Об электронной

торговле», однако был отклонен и отправлен на доработку, в связи с тем, что он ещё не в полной мере отвечает потребностям общества и заполняет пробелы действующего законодательства Российской Федерации. Принятие Федерального закона «Об электронной торговле» будет способствовать развитию электронной торговли в России и закреплению основных прав и обязанностей участников электронной торговли и их защите.

Цифровые технологии в торговле обеспечивают значительный синергический эффект в одной экосистеме с другими областями ИСО.

Использование интегрированного решения позволяет создать общую платформу для учета потребностей конечного пользователя-человека, в какой бы функциональной роли он не действовал в системе.

В будущем скорость этих изменений будет только увеличиваться, и все должны быть готовы к ним. Эти изменения подвержены определенным большим тенденциям, которые очень важны для понимания, потому что они будут определять трансформацию нашего мира и общества в период до 2050 года.

Новые технологии, постоянно трансформирующие и улучшающие, создают в нас новые желания, и эти желания становятся стимулом для дальнейшего развития технологий.

Искусственный интеллект, соединяющий все через облачные технологии, откроет новые возможности. Робототехника уничтожит многие существующие профессии, но взамен она даст нам возможность делать то, что нам действительно нравится.

Любая информация в сети будет копироваться бесконечно, превращаясь в поток. Рано или поздно доступ будет бесплатным и ценными станут дополнительные услуги по обработке, хранению и связи с потребителем. Чтение с экрана меняет наше мышление.

Если раньше мы покупали и владели товарами, то теперь потребители предпочли бы свободный доступ к услугам и совместное использование. Это

изменит наше понимание собственности и приведет к совершенно другой экономической модели.

Список литературы:

1. Электронный ресурс. Режим доступа: [<https://studfile.net/>]
2. Электронный ресурс. Режим доступа: [<https://habr.com/>]
3. Электронный ресурс. Режим доступа: [<http://www.tadviser.ru/>]
4. Конституция Российской Федерации от 12.12.1993 г. ст.8
5. Гражданский кодекс РФ (часть вторая) от 26.01.1996 №14-ФЗ (ред. От 23.05.2016г.) // СЗ РФ. 1996.№ 5. Ст. 410.
6. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 г. №149-ФЗ (ред. От 06.07.2016 г.)//СЗ РФ. 2006.№ 31 (1 ч.). Ст. 3448.
7. Федеральный закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей»
8. Электронный ресурс. Режим доступа: [<https://cyberleninka.ru/>]
9. Электронный ресурс. Режим доступа: [<https://www.seonews.ru/>]
10. Электронный ресурс. Режим доступа: [<http://indbooks.in/>]
11. Электронный ресурс. Режим доступа: [<https://www.rbc.ru/>]

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА УСЛУГ ДИЗАЙНА ИНТЕРЬЕРОВ

Мачюлайтите Полина Альгирдо

студентка Пермского института (филиала)

РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Научный руководитель: Бармина Элеана Эмильевна

кандидат медицинских наук, доцент Пермского института (филиала)

РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Дизайн - проектно-художественная деятельность по разработке промышленных изделий с высокими потребительскими и эстетическими качествами, деятельность по организации комфортной для человека предметной среды - жилой, производственной, социально-культурной. По своей сути дизайн – это воплощенные в товаре талант и творчество художника (дизайнера). При этом термин «художник» следует понимать не в узком смысле «живописец», а в широком – как человека, выполняющего что-либо с высоким художественным вкусом и мастерством [1].

В общепризнанной формулировке дизайн – это творческая деятельность, целью которой является определение формальных качеств промышленных изделий. Эти качества включают как внешние черты изделия, так и те структурные и функциональные взаимосвязи, которые превращают изделие в единое целое с точки зрения потребителя изготовителя. Сфера дизайна стремится охватить все аспекты окружающей человека среды, которая обусловлена промышленным производством.

Услуги дизайна представляют собой творческий метод, процесс и результат художественно-технического проектирования промышленных изделий, их комплексов и систем, ориентированных на достижение наиболее полного соответствия создаваемых объектов и среды в целом возможностям и потребностям человека, как утилитарным, так и эстетическим.

Профессиональные дизайнерские работы охватывают очень широкий спектр различных услуг, от изготовления ювелирных изделий, обуви и одежды

до декорирования промышленных товаров. Этот рынок объединяет четыре основных направления (типа) дизайна.

Таблица 1

Характеристика основных направлений дизайна

Направление дизайна	Характеристика направления
Дизайн украшений, обуви и одежды	Это творческая деятельность, целью которой является определение формальных качеств объекта. Эти качества включают в себя как внешние черты: материал, украшения, цветовое решение, так и те структурные и функциональные взаимосвязи, которые превращают изделие в единое целое как с точки зрения потребителя, так и с точки зрения изготовителя.
Дизайн внутреннего интерьера	Дизайн интерьера – это профессиональное, творческое действие, которое направляется на получение функционального, привлекательного пространства. Основной задачей данного процесса является создание целостной композиции, детали которой гармонично сочетаются друг с другом.
Графический дизайн	Графический дизайн — это процесс визуального общения и решения проблем с использованием типографики, фотографии и иллюстрации .
Промышленный (или индустриальный) дизайн	Промышленный дизайн (промдизайн, предметный дизайн, индустриальный дизайн) — отрасль дизайна, область художественно-технической деятельности, целью которой является определение формальных качеств промышленно производимых изделий, а именно, их структурных и функциональных особенностей и внешнего вида.

Дизайн внутреннего интерьера является наиболее популярной сферой дизайна в целом. Рынок дизайна интерьеров в России имеет сложившиеся организационные формы: существуют Союз дизайнеров России, Клуб дизайнеров, множество региональных объединений дизайнеров и журналы и газеты. Ежегодно проводятся общероссийские и региональные выставки дизайна и моды, выставки-продажи.

Как отмечают аналитики строительных компаний, со стороны потребителей существует несколько проблем, которые решаются дизайнерами интерьеров посредством качественного выполнения заданной задачи.

Таблица 2

Задачи, решаемые дизайнерами, и характеристика этих задач

Задача	Характеристика задачи
Исключение неприятных "сюрпризов", которые может преподнести непродуманный интерьер	Например, неудачная реализация рабочих поверхностей Вашей кухни, где будет неудобно готовить и принимать пищу, или не эргономичная офисная зона, организация которой важна для комфортного и продуктивного труда
Рациональное использование жилого пространства	Составив замеры помещения, дизайнер организует пространство дома потребителя максимально функционально с учетом соответствия интерьера его назначению, потребностям заказчика и стилю жизни.
Эстетическая задача	Профессиональный дизайнер решает немало важную эстетическую задачу. Дизайнер создает интерьер, наиболее полно соответствующий вкусам, привычкам и потребностям потребителя. Профессиональные знания принципов создания композиции, законов цветовой сочетаемости и владение современными прикладными инструментами позволяют воплотить идеи в жизнь.

На сегодняшний день рынок дизайнерских услуг можно охарактеризовать как разнообразный, полный, с широким ассортиментом соответствующих работ. Компании предлагают потребителям интересный, стильный, продуманный проект. Варианты объема работ у всех разные — от эскизов до полного ведения проекта (авторский надзор). Многие крупные фирмы занимаются тем и другим. В перечень услуг компаний входят:

Таблица 3

Услуги дизайна и их характеристики

Наименование услуги	Характеристика услуги
Разработка концепции проекта	Разработка основной идеи и стиля помещения; дизайн-проекты интерьеров жилых помещений: квартир, коттеджей
Проектирование интерьера	К проектированию интерьера относят обмеры, планировки, рабочие чертежи
Дизайн-проекты интерьеров нежилых помещений	Примеры нежилых помещений: кафе, ресторанов, баров, клубов и т. д.
Дизайн-проекты экстерьеров:	оформление фасадов (стен, крыш, стальных ниш, парадного входа, арок)
Услуги комплектации	Помощь в подборе мебели, оборудовании, декоративных элементов, аксессуаров, цветов, выборе картин, скульптур, ковров, светильников и отделочных материалов
Различного вида консультации	Консультации по использованию отделочных материалов, пространственно-цветовому решению интерьера, расстановке мебели, размещению художественных объектов в интерьере и прочим вопросам дизайна;
Консультация по психологическим аспектам дизайна интерьера	К психологическим аспектам дизайна интерьера относятся фэн-шуй, экодизайн и т. д.

В настоящее время спрос на различные дизайнерские задачи значительно возрастает. Эта тенденция включает в себя повышение благосостояния и финансовых доходов населения и предприятий/ организации, увеличение спроса на жилье, расширение рынка отделочных материалов и предметов интерьера, повышение спроса на создание комфортных условий в домах и офисах и так далее. В то же время эта особенность рынка заключается в том, что потенциальные потребители услуг по дизайну интерьера хотят использовать отдельные проекты с учетом их специфики и потребностей, а не шаблонное использование доступного пространства. Данные постоянные изменения способствуют развитию индустрии дизайнерских услуг [2].

Согласно данным поиска Яндекс, запрос «дизайн интерьеров» в декабре 2018 года интересовал жителей Российской Федерации 221 851 раз, что на 11 098 тысяч раз меньше, чем в декабре 2017 года. С учетом индекса региональной популярности, большая часть этих запросов приходится на Москву и Московскую область – 48 210 (или 111%) запросов, из них только на Москву - 36 484 или 113%. Второе место в этом рейтинге занимает Санкт-Петербург - 15 593 или 131%. Отметим, что популярность более 100%, означает, что в данном регионе существует повышенный интерес к этому запросу, ниже 100% - пониженный (рис.1).

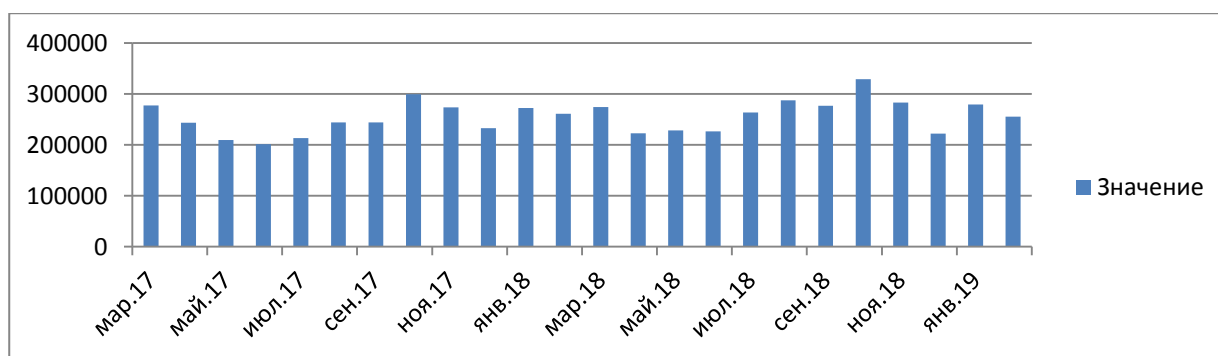


Рисунок 1 - Статистические результаты запроса пользователями "Дизайн интерьеров"

Если проследить динамику по запросу «дизайн интерьеров» в поисковой системе Яндекс за последние два года (март 2017 - февраль 2019), то из рисунка 1 видно, что:

- меньше всего население России интересовались запросом «дизайн

интерьеров» в поисковой системе Яндекс в таких месяцах, как май (209669), июнь (201152) и июль(213260)2017г.; - наибольший интерес к этому запросу был в октябре 2017 г. (299174) и октябре 2018 г. (328643) - в целом можно отметить устойчивый интерес к дизайну интерьеров.

Такая динамика изменения спроса на услуги дизайна интерьера может быть связана с темпами строительства. Также рынок дизайна интерьеров в целом демонстрирует рост с каждым годом.

Рынок услуг дизайна интерьера активно развивается на территории Пермского края. Изображенный на рисунке 2 анализ спроса населения на услуги дизайна интерьеров показывает, что в конце 2018 года спрос имел тенденцию к росту. Более того, стоит отметить, что спрос на данный услуги является сезонным, что свидетельствует рост в таких месяцах как июнь, август и сентябрь. Данная динамика может обуславливается ремонтными работами потребителей в указанные периоды, а также данные периоды являются более предпочтительными для переезда в новые жилые квартиры.

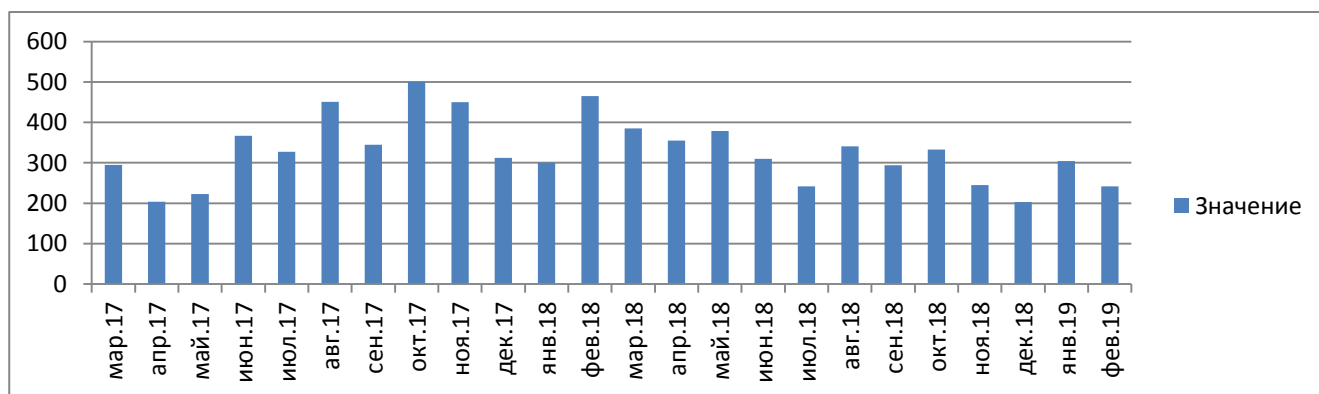


Рисунок 2 - Статистические результаты запроса пользователями "Дизайн интерьера Пермь"

На территории Пермского края насчитывается более 170 компаний-конкурентов, предоставляющих услуги дизайна интерьера. Для оценки конкурентоспособности компаний и для характеристики рынка услуг дизайна интерьеров г.Перми был проведен анализ сравнительной характеристики таких популярных студий дизайна анализируемого города, как "Estetica", "Fine-interior", "Миллиметр", "Contemporary". В основу анализа были положены

критерии: период существования компании на рынке, широта предоставляемых услуг, средняя стоимость работы на м², география работ.

Таблица 4

Сравнительная характеристика популярных студий дизайна г.Перми

Критерий сравнения	Студии дизайна			
	"Estetica"	"Fine-interior"	"Миллиметр"	"Contemporary"
Период существования компании на рынке	9 лет	7 лет	10 лет	8 лет
Широта предоставляемых услуг	Подбор мебели, Дизайн любой комнаты квартиры (кухня, ванная комната, детская и тд), План дома, План этажа, Планировка пространства, Целостный дизайн-проект дома/квартиры	Дизайн жилого и не жилого пространства; чертежи на заказ; экодизайн.	Подбор мебели; Дизайн любой части квартиры/дома; Дизайн освещения; Дизайн развлекательного центра на заказ; Консультация по цвету; План дома/этажа; Планировка пространства; Чертежи на заказ; Экодизайн	Дизайн жилого помещения; Дизайн развлекательного центра на заказ; Консультация по цвету, Кухонные шкафы на заказ, Мебель на заказ, Модульная мебель на заказ, План дома/этажа, Планировка пространства, Ремонт кухни, Украшение дома, Шкафы на заказ, Элитный ремонт, Интерьерная фотосъемка
Средняя стоимость работы на м ²	700- 1 200 руб.	500- 1 500 руб.	1 000- 2 000 руб.	1 200- 1 700 руб.
География работ	Пермь; Екатеринбург	Пермь	Пермь, Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Тюмень	Пермь; Москва

Анализ компаний дизайна интерьера в г.Перми показал, что все 4 студии являются опытными на рынке данных услуг. По широте предоставляемых услуг лидирует компания "Contemporary", так как в ассортимент услуг входят, помимо непосредственного дизайн-проекта, промежуточные услуги такие, как ремонт, мебель на заказ, украшения для дома и так далее. По критерию средней стоимости работы на м² следует выделить студию "Миллиметр", однако эта же

компания лидирует по критерию- география работ (компания также предоставляет своих услуги в 4 городах, помимо г.Перми). Таким образом, 2 компании-"Contemporary" и "Миллиметр", являются лидерами среди своих конкурентов за счет таких критериев, как широта предоставляемых услуг и география работ.

Исходя из анализа существующей ситуации на рынке услуг дизайна интерьеров, целесообразным будет отметить основные тенденции развития данной специфической сферы рынка:

— Одной из основных тенденций рынка интерьерного дизайна является рост специалистов данной сферы, имеющих профессиональную подготовку и работающих в комплексных проектных структурах. Такие компании оказывают весь комплекс услуг по проектированию жизненного пространства: архитектурное проектирование, согласование перепланировок, дизайн интерьера, декорирование интерьера, фито-дизайн, ландшафтный дизайн, проектирование мебели и смежные услуги.

— В современном обществе компаниями дизайна активно применяются различные инновации в проектировании дизайн-планов интерьера заданного помещения. Трендом является применение в дизайн-проектах различных сложных световых конструкций, оснащение помещения электроникой и бытовой техникой.

— В перспективе на рынке услуг дизайна интерьеров будет прослеживаться тенденция к слиянию компаний застройщиков и дизайнеров интерьера. Данный процесс связан с экономией главного невозвратного ресурса для потребителей-времени [3].

Таким образом, актуальность такой специфической сферы услуг как услуги дизайна интерьера, имеет тенденцию к росту. Специалисты данной сферы благодаря своему практическому опыту создают дизайн-проект, соединяя в гармоничных пропорциях законы эргономики, тенденции моды и стиля с индивидуальными эстетическими предпочтениями клиента, создают уютные, теплые и комфортные интерьеры, отражающие характер и образ жизни

заказчиков. Компании-конкуренты в г.Перми предоставляют большое количество дизайнерских услуг. Учитывая такие факторы, как появление тенденции к современным дизайнам квартир, стабильный спрос пользователей интернета на дизайн интерьера, увеличение спроса на жилье и расширение рынка отделочных работ, следует отметить, что спрос на услуги дизайна интерьера на территории Перми имеют тенденцию к росту.

Список литературы:

1. Михайлов С.М., Михайлова А.С. История дизайна. М.: Союз Дизайнеров России, 2004. 289 с. 20.03.2019 - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/uslugi-stroitelno-go-dizayna-soderzhanie-i-struktura>
2. Маркетинговое исследование рынка дизайна интерьеров 20.02.2019 - URL: <https://research.techart.ru/report/interior-design-market-v2.htm>
3. Анализ рынка дизайна интерьеров. Определение тенденции рынка. 20.03.2019 - URL: <https://www.vira.ru/exp/news/detail.php?ID=43047>
4. Яндекс статистика запросов. 20.03.2019 – URL: <https://wordstat.yandex.ru/>

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

*Мельченко Максим
Чиганцев Константин
Симонов Игорь*

студенты группы ПР-21

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

научный руководитель: Лунева Марина Наилевна

кандидат экономических наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Информационные технологии в ускоряющемся темпе развиваются и входят в различные сферы человеческой деятельности. Трудно представить область знаний или науку, которая никогда не сможет использовать информационные технологии. Они применяются и в экономике. Относительно молодая научная дисциплина – экономическая информатика (англ. “information

systems”, букв. информационные системы) – возникшая во второй половине XX века, используется для подготовки и принятия решений в управлении, экономике и бизнесе [1].

До недавнего времени, управление базировалось на прямом контроле и слежкой за результатом работы предприятия в целом. Теперь, вдобавок к этому, с помощью информационных систем управления отслеживается каждый этап в процессе производства, а принятие решений о дальнейшей работе предприятия зависит не только от очевидных процессов, но и от переработанных программами данных [2].

Со временем, все меньшее число предпринимателей могли позволить себе вести дело, пренебрегая использованием информационных технологий. Любое предприятие нуждается в информации, чтобы эффективно принимать решения, анализировать возникающие трудности и проблемы, следить за состоянием бизнеса, производить правильные товары и оказывать требуемые услуги. С развитием информационных технологий, способность предприятий работать с информацией развивалась.

Компьютеры в экономике начались применяться лишь со второй половины XX века. Сначала, в 50-е – 60-е гг., компьютеры были медленными, редкими и дорогостоящими. Польза компьютеров для фирм была низкой, и первой задачей экономической информатики стало повышение эффективности использования вычислительной техники.

Стало ясно, что для решения экономических задач нужна не возможность проводить трудные операции с длинными числами (как, например, требовалось для научных задач), а работа с большим объемом разнообразных данных. В результате появились СУБД (системы управления базами данных) – специализированные программы, позволяющие разрабатывать, изменять и управлять базами данных [1].

70-х – 80-х гг. характеризовались ускоренным темпом распространения компьютеров на предприятиях. В результате, предприятия могли использовать вычислительные технологии не только для решения отдельных задач, но и для

автоматизации целых функций фирмы. Для выполнения этого были разработаны различные системы управления деятельностью предприятия [1].

Информационная система управления – совокупность экономико-математических методов и моделей, технологических средств и специалистов, предназначенная для обработки информации и принятия управленческих решений [3].

Различают 4 вида информационных систем управления: АСУТП, MES, ERP и BI. Каждая из этих систем позволяет управлять предприятием на разных уровнях.

АСУТП (Автоматизированная Система Управления Технологическим Процессом) – это комплекс программно–технических средств, предназначенных для автоматизации управления технологическим оборудованием на предприятии.

Функции АСУТП:

- Измерение физических сигналов и параметров
- Реализация управления технических процессов
- Контроль функционирования технического оборудования

АСУТП работает на физическом уровне. Она анализирует, собирает информацию о, и контролирует работу техники и зависящего от неё процесса производства. Такую систему постоянно используют обычные рабочие.

Примером АСУТП на предприятии будет единая локальная сеть, состоящая из серверов, терминалов, управляемого ими автоматизированного оборудования и пр. С помощью подобных систем можно с минимальными затратами выполнять множество трудоёмких или даже опасных для обычного рабочего процессов (например, химический синтез веществ, осуществляемый на заводах, выполняется только с помощью специализированного, управляемого на расстоянии оборудования).

MES (от англ. Manufacturing Execution System, исполнительная система производства) – специализированные программные комплексы,

предназначенные для решения задач оперативного планирования и управления производством [5].

Функции MES:

- Распределение ресурсов
- Управление документами
- Управление персоналом и его работой
- Управление качеством продукции
- Управление техническим обслуживанием и ремонтом
- Предоставление работникам информации, необходимой для начала и

исполнения производства

- Предоставление руководству обзора хода выполнения производственных заказов

В соответствии со стандартом ISA-95, любая MES должна определять следующее: Как делать продукт («Как производить?»), Доступные ресурсы («Что может быть произведено?»), Расписание («Когда и что производить?»), Производительность («Что и как было произведено?»)

MES представляет собой программное обеспечение для планирования и отслеживания ресурсов и процесса производства. Большинство фирм используют свою уникальную MES. Эти системы используются такими группами людей, как руководители производства, служба главного механика, главного инженера, главного технолога, и т.д. [4].

ERP (англ. Enterprise Resource Planning, планирование ресурсов предприятия) — стратегия интеграции производства и операций, финансового менеджмента, управления трудовыми ресурсами и активами, ориентированная на непрерывную балансировку и оптимизацию ресурсов предприятия.

ERP-система – программное обеспечение, реализующее стратегию ERP, используя общую модель данных и процессов. ERP-системы используются для оптимизации деятельности фирмы и повышения эффективности управления себестоимостью производства [7].

Функции ERP-систем:

- Управление запасами, финансами и материальными потоками
- Ведение налогового и бухгалтерского учёта
- Планирование бюджета
- Управление документооборотом
- Управление снабжением и сбытом
- Управление персоналом и транспортом

Как сложное программное обеспечение, ERP-система состоит из нескольких элементов. К ним относятся:

- Платформа – основная среда (ядро), обеспечивающая работу программы, а также базовый функционал (справочники и функции, без которых не может работать ни одно предприятие)

- Инструменты управления данными – базы данных, хранилище данных на сервере, различные инструменты для обработки данных

- Подключаемые модули – независимые друг от друга компоненты, подключаемые по необходимости. Модульность – отличительная черта ERP-систем от других систем управления

ERP-системы преимущественно используются в бухгалтерии и кадровом учёте. Они управляют материалами, снабжением, денежными потоками. В России широко распространены такие ERP-программы, как ERPNext, Галактика, Парус8, SAP ERP, OpenBravo ERP и 1С:Предприятие [6].

BI (англ. Business Intelligence, бизнес-аналитика) – методы и инструменты для перевода транзакционной информации в человекочитаемую форму, пригодную для бизнес-анализа, а также набор средств для массовой работы с полученной информацией.

Функции BI:

- Мониторинг деятельности предприятия
- Моделирование и прогнозирование
- Показатели деятельности
- Управление инвестиционными проектами

- Оценка эффективности принимаемых управленческих решений

BI-системы используются, чтобы анализировать большое количество данных и заострять внимание на самых важных показателях и факторах эффективности. Они рассматривают работу предприятия в целом, отслеживают результаты принятых решений, предлагают варианты действия и развития. Применяя BI-системы, предприятие способно быстро реагировать на изменения динамики рынка, эффективно оценивать риски, продумывать дальнейшую стратегию фирмы, распознавать угрозы и важных конкурентов [8].

Среди самых популярных инструментов BI присутствуют Tableau, QlikView, SAP Business Objects, IBM Cognos Analytics, Microsoft SQL Server, Oracle Business Intelligence и др [9].

Несмотря на то, что эти системы ещё далеки от совершенства и присутствие человека всё ещё необходимо при управлении предприятием, автоматизация его процессов является важным и необходимым процессом, позволяющим предприятиям в ускоренном темпе, со сниженными затратами и ослабленным влиянием человеческого фактора выполнять свои функции на рынке.

Список литературы:

1. Экономическая информатика – Энциклопедия – Фонд знаний «Ломоносов». URL: <http://lomonosov-fund.ru/enc/ru/encyclopedia:0126105:article>
2. Информационные технологии в управлении предприятием. URL: <https://www.bestreferat.ru/referat-48345.html>
3. Информационные технологии в управлении предприятием. URL: <https://nauchforum.ru/studconf/tech/xxv/7901>
4. MES-системы – функции и преимущества. URL: http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:MES-системы_-функции_и_преимущества
5. MES-системы (manufacturing execution system, система управления производственными процессами): функции, задачи, преимущества и недостатки: SYL.ru. URL: <https://www.syl.ru/article/382491/mes-sistemyi-manufacturing-execution-system-sistema-upravleniya-proizvodstvennyimi-protsessami-funktsii-zadachi-preimuschestva-i-nedostatki>

6. Программа 1С:ERP: особенности, сильные стороны, структура, ключевые признаки и недостатки. URL: <https://dicis.ru/blog/programma-erp-cto-eto-takoe>

7. ERP системы: что это простыми словами, плюсы и минусы ERP, обзор. URL: <https://ardma.ru/razvitie/liderstvo/upravlenie-biznesom/431-erp-sistemy-cto-eto-prostymi-slovami-plyusy-i-minusy-erp-obzor>

8. Современные информационные технологии в бизнесе – Высшая Школа Экономики. URL: https://www.hse.ru/data/2015/10/12/1076105922/Современные_информационные_технологии_в_бизнесе_-_5.pdf

9. 20 самых популярных инструментов бизнес-аналитики (BI). URL: <http://asu-analitika.ru/20-samyh-populjarnyh-instrumentov-biznes-analitiki-bi>

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ЯЗЫКОВЫХ ЦЕНТРОВ Г. ПЕРМЬ

Мехоношина Анастасия Андреевна
студентка Пермского института (филиала)
РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Научный руководитель: Бармина Элеана Эмильевна
кандидат медицинских наук, доцент Пермского института (филиала)
РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

В современном обществе происходит модернизация системы образования в целом и высшего образования в частности. В условиях социально-экономических трансформаций происходит изменение и совершенствование сферы образовательных услуг, которая является частью экономики страны. Инновационное развитие страны обуславливает рост сферы услуг образования.

Образовательные услуги в России являются наиболее активно развивающимся сегментом, в котором происходит формирование интеллектуального потенциала нации [1, с. 67]. Рынок данных услуг является неотъемлемым элементом рыночной экономики.

Было рассмотрено определение рынка образовательных услуг. Рынок в сфере образования является неотделимой составляющей рыночной экономики, выполняющей функции регулирования спроса и предложения на образовательные услуги. Содержание регулирования состоит в том, чтобы в отдельный момент времени согласовывать по срокам, качеству и объемам предложения услуг, учебным заведениям или индивидуальным производителям в соответствии со структурой индивидуальных потребностей и формам собственности [2, с. 34].

Востребованность образовательных центров объясняется их преимуществами перед альтернативными вариантами изучения иностранных языков (репетитор, самостоятельное изучение). Групповая форма позволяет лучше усвоить язык, живое общение обеспечивает языковую практику. Преимуществом языкового центра является получение сертификата по окончании курса, который подтверждает получение определенного уровня знания иностранного языка.

Знание иностранных языков в современном мире необходимо студентам, которые желают получить доступ к информационным ресурсам и в перспективе сделать престижную карьеру в крупных компаниях. Уверенное владение иностранными языками пригодится так же предпринимателям для налаживания связей и расширения рынков сбыта своих товаров и услуг. Не стоит забывать и о туристах, которым знание языков значительно расширяет возможности для отдыха и путешествий.

На рынке образовательных услуг г. Перми действует более 153 организаций [3], обучающих иностранным языкам. Авторами был проведен опрос, в котором участвовало более 40 респондентов в возрасте 18+. Опрос был направлен на изучение популярности языков центров, который показал следующие результаты (рисунок 1):

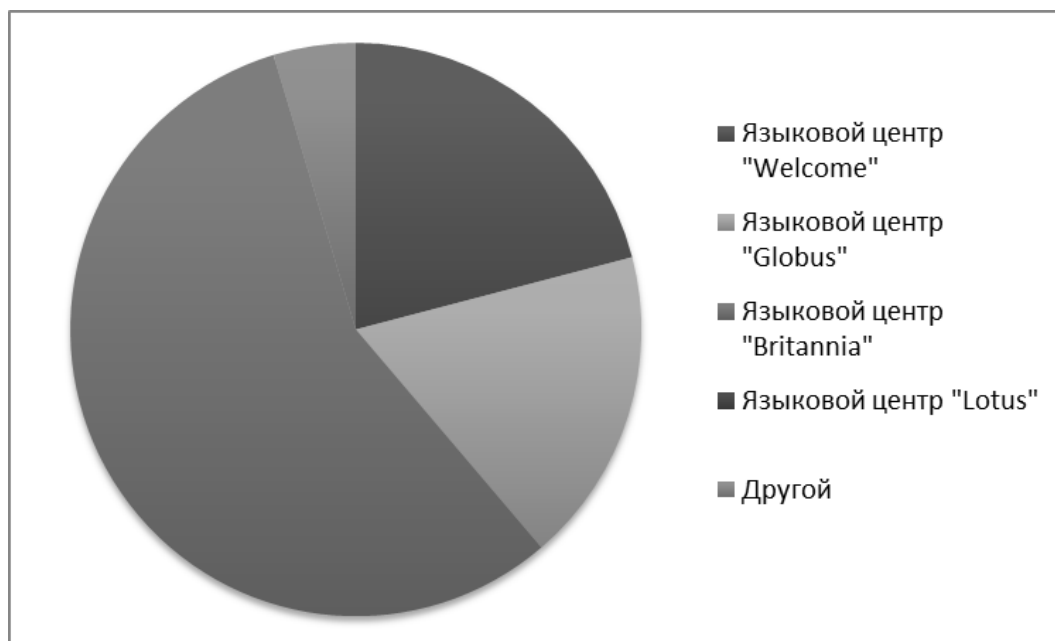


Рисунок 1. Популярность языковых центров г. Перми

По данным диаграммы был сделан вывод, что самым популярным языковым является АНО ДО «Britannia», на втором месте по популярности АНОДПО «Центр Образовательных Программ Welcome», завершает ЯЦ «Lotus», который является неизвестным для опрашиваемых респондентов.

АНО ДО «Britannia» с 2010 года имеет официальную аккредитацию Кембриджского университета и является единственным экзаменационным центром по приему Кембриджских экзаменов в Перми и Пермском крае [4].

АНОДПО «Центр Образовательных Программ Welcome» обладает особенностью, а именно театральные проекты с актерами из Великобритании, а также театральная студия на английском языке во главе с режиссёром из Великобритании Leon Cain.

Была проведена сравнительная характеристика по ценам на обучение в данных языковых центрах, результаты которой изображены в 1 таблице.

Таблица 1.**Сравнительная характеристика языковых центров г. Пермь**

Показатели	АНО ДО «Britannia»	АНОДПО «Центр Образовательных Программ Welcome»	«Globus» ЯЦ ООО «Эдэм ру»
Цена за 1 ак. час	312р.	375р.	500р
Месяц	6240р. (20 ак.ч.)	6000р. (16 к.ч.)	4000р. (8 ак.ч.)

По данным таблицы можно сделать вывод, что АНО ДО «Britannia» является наиболее привлекательным в ценовой категории и в отношении цены и количества занятий в месяц.

Так же авторами был проведен анализ по количественному показателю филиалов данных центров в г. Пермь (таблица 2)[3].

Таблица 2.**Количество филиалов языковых центров г. Пермь**

Языковые центры	Количество филиалов
АНО ДО «Britannia»	7
«Globus» ЯЦ ООО «Эдэм ру»	4
АНОДПО «Центр Образовательных Программ Welcome»	4
ЯЦ «Lotus»	1

По данным таблицы можно сказать, что АНО ДО «Britannia» является самым масштабируемым среди своих конкурентов.

Респонденты ответили на вопросы: «Каким языком Вы бы хотели владеть?» (рисунок 2) и «Для какой цели Вы бы хотели владеть иностранным языком?» (рисунок 3).

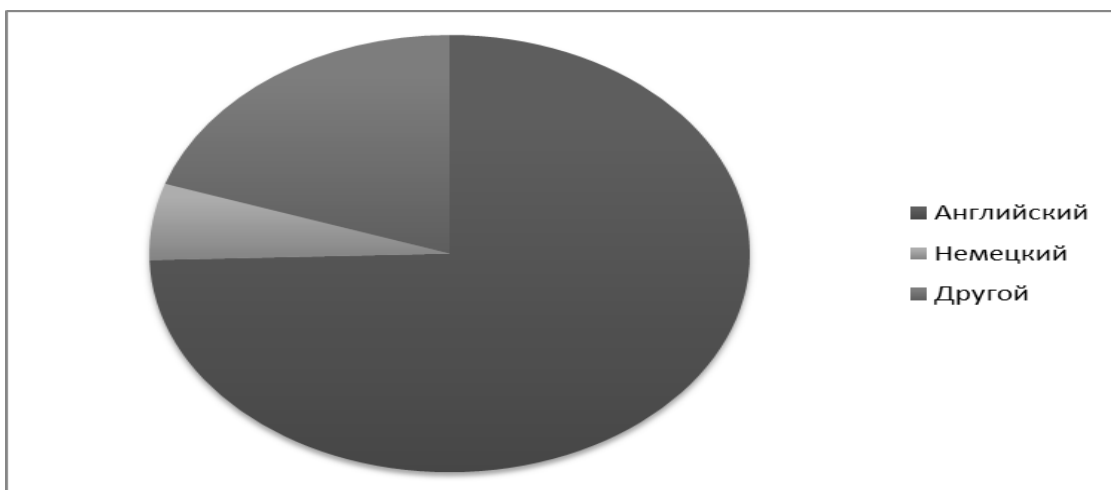


Рисунок 2. Популярность языка

Данные диаграммы показали, что языком, которым хотели владеть большинство респондентов является английский язык (35 голосов). Немецким языком хотели бы владеть 2 человека, и 9 человек хотели бы владеть французским, испанским, китайским и другими языками.

Особенностями английского языка являются, во-первых, простота, так как со временем упростилась грамматическая форма, и у глаголов сохранилось несколько окончаний. Во-вторых, универсальность, так как английское слово может переходить в другую часть речи без видимых изменений. В-третьих, будущее языка. По охвату территории, на которых проживают носители языка, английский занимает первое место. Английский – язык бизнеса, техники, спорта и авиации.

На втором месте в опросе занял немецкий язык. Во многих странах изучают этот язык. В Европе немецкий язык считается распространённым после английского языка.

Таким образом, английский язык является самым распространённым языком не только в Перми, а в стране и мире. По данным ООН, на английском разговаривают более миллиарда человек в нескольких десятках стран. Английский, как язык профессионального общения будет использоваться все больше и больше. Так же успех личности не обходится без его изучения. Чтобы быть успешным нужно очень хорошо его знать. Со временем каждый

интеллигентный и образованный россиянин будет свободно говорить на английском и широко использовать этот язык в работе, считают лингвисты [5].

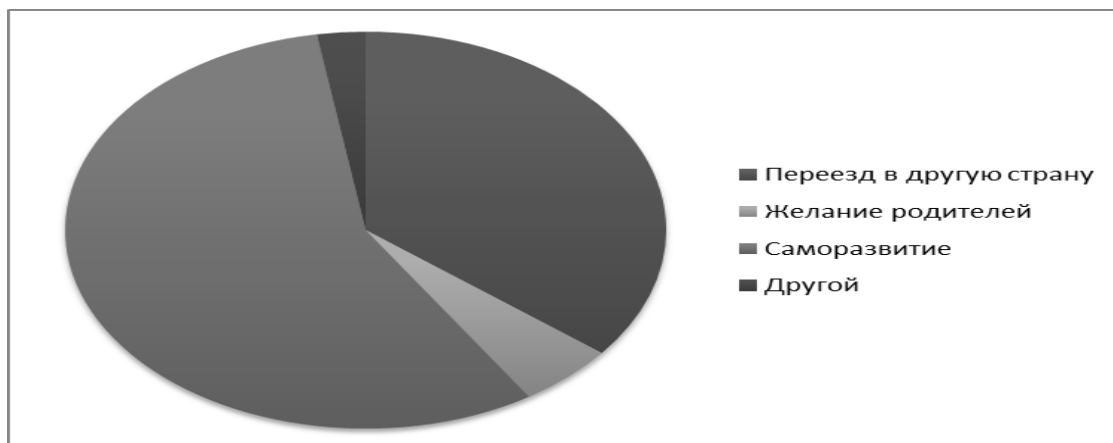


Рисунок 3. Цель владения иностранным языком

Большинство респондентов хотели бы владеть иностранным языком для саморазвития (29 голосов) и для переезда в другую страну ответили (18 голосов).

По данным опроса потребителей фонда «общественное мнение», 57% россиян изучали английский язык либо в школе, либо ходили на курсы. При этом 46% из них считают свои знания недостаточными [6].

Таким образом, результаты опроса показали, что изучение иностранных языков является популярным и влечет за собой тенденцию к росту этой популярности.

Особенностями развития языковых центров будет отражаться в следующем: производители образовательных услуг являются одновременно и собственниками услуг и выступают в роли субъектов, которые формируют предложение на образовательные услуги, оказывают их и продают. Производители обладают социальными и потребительскими свойствами, то есть состоит в способности превращать простую рабочую силу в квалифицированную.

Одной из особенностей данного рынка является возможное несовпадение плательщика и потребителя этих услуг в одном лице вследствие того, что образовательные услуги – индивидуальный товар. В силу своих особенностей

образовательная услуга выступает как частное и как общественное благо, то есть является смешанным. Особенно это касается услуг высшего образования. Более 60% прироста национального дохода обеспечивается за счет прироста знаний и увеличения образовательного потенциала общества. Так же образование считается частным благом, так как личность, получаемая его, самореализуется и получает гарантию успеха [7, с. 97].

Изучение иностранных языков в городе Пермь является актуальным. Самой популярной, привлекательной в ценовой категории и масштабируемой является АНО ДО «Britannia». Самым распространённым изучаемым языком является английский. Услуги языковых центров – индивидуальный товар, поэтому возможно несовпадение плательщика и потребителя данных услуг.

Список литературы:

1. Власова Е.С., Власова А.С., Демцура С.С. Сектор образовательных услуг как основа экономики знания // Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности: сборник статей Международной научно-практической конференции. Уфа: Аэтерна, 2016. С. 67-69.
2. Хаширов О.А. Предпринимательство в сфере услуг. – СПб., 1993. – 113 с.
3. 2ГИС [Электронный ресурс] – режим доступа: <https://2gis.ru/perm/search/%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B5%20%D1%86%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%80%D1%8B?queryState=center%2F56.248179%2C58.007079%2Fzoom%2F11>
4. АНО ДО «Britannia» [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://www.britannia.perm.ru/about/istoriya/>
5. РИА Новости [Электронный ресурс] – режим доступа: <https://ria.ru/20120423/632596192.html>
6. Исследование рынка: языковой колонизатор // Официальный сайт РБК. URL: <http://marketing.rbc.ru/articles/21/03/2014/562949990918253.shtml>
7. Губарев В. В. Системное представление качества образования// стандарты и качество. 2002.

WMS-СИСТЕМА ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ СКЛАДАМИ

Мечева Полина Александровна

студентка Пермского института (филиала) РЭУ имени Г.В. Плеханова

научный руководитель: Чернавина Татьяна Васильевна

преподаватель Пермского института (филиала) РЭУ имени Г.В. Плеханова

В работе большей части организаций для управления складом используется WMS-система – это информационная система, которая предназначена для эффективного управления товарами, оптимизации использования складских площадей и других задач. WMS-система является полноценной автоматизированной системой управления предприятием (АСУП), что дает возможность решать задачи, выходящие за пределы учета товара, инвентаризации, перемещений товара на складе [1].

Выделяют несколько целей внедрения WMS-системы, такие как: рентабельное управление складом, оптимизирование скорости сбора товара, получение точной информации о наличии и о местонахождении товара на складе, оптимальное управление товаром с ограниченным сроком годности, получение программы для повышения эффективности и развития процессов по обработке товара на складе, а также максимальное использование складских площадей.

Автоматизированные информационные системы управления складом построены по 3-уровневому принципу.

Первый уровень представляет собой видимую для пользователя часть - интерфейс, с помощью которого пользователь вводит, изменяет или удаляет данные, запрашивает выполнение операций и дает команды на вывод необходимых данных.

Второй уровень – это уже скрытая от пользователей часть системы - сервер базы данных, который осуществляет хранение данных. Пользователь

через необходимое приложение активирует процедуру запроса на выборку, ввод, изменение или удаление данных в базе.

Третий уровень - специальные задачи и процессы, которые осуществляют активированную пользователем обработку данных и возвращают обработанные данные, сообщая пользователю через экран приложения о завершении запрошенной обработки.

Выделяют три класса управления складами: система начального уровня, система среднего уровня и комплексные системы.

К системам начального уровня относят WMS с базовым набором функций и с минимальными возможностями усовершенствования или с полным их отсутствием. К другим характеристикам таких систем можно отнести количество транзакций (менее 200 в час); количество пользователей (до 10); поддержка бумажной технологии; отчеты, утвержденные в РФ; автономный режим работы или легкий в использовании интерфейс обмена данными с главной системой.

К системам начального уровня, например, относят системы, разработанные на фундаменте 1С: Предприятие и систему ФОЛИО Логистика Склад 8.1.

Системы среднего уровня включают WMS с базовыми функциями, с заранее определенными возможностями настройки или с возможностью настройки под индивидуальные требования потребителя. К прочим характеристикам систем среднего уровня относят: объемы транзакций от 200 до 1000 в час; пользователи в количестве от 10 до 40; от 10 до 20 радиотерминалов; стандартные отчеты с генератором отчетов; наличие интерфейса к системе высшего уровня, а также интерфейс к устройствам механизации складских операций. К таким системам относятся Exceed 1000 компании SSA, Radio Beacon WMS Expert компании Radio Beacon, CoreWMS компании Аргус Софт.

К комплексным системам относятся полнофункциональные WMS с возможностью значительных модификаций под индивидуальные требования

потребителя. К другим особенностям комплексных WMS систем относят: большое количество товаров; объем транзакций свыше 1000 в час; количество пользователей от 40 и больше; более 10 радиотерминалов; стандартные и настраиваемые отчеты и генератор отчетов; наличие интерфейсов с головной системой и с устройствами складской механизации.

Примерами комплексных систем в России является: Advantics компании PSI Logistics, Exceed 4000 компании SSA, Logistics Vision Suite компании Mantis, Radio Beacon WMS Enterprise, Solvo.WMS компании «Солво».

Все системы WMS основаны на принципе выделения секторов в автоматизированном управлении складом. Каждый сектор состоит из ячеек, которые имеют собственный штрих-код, на их основании проводятся технологические складские операции под контролем системы.



Рис.1 – Пример штрих -
кода

Погрузочная техника и работники склада снабжаются радиотерминалами ввода-вывода данных, которые представляют собой мобильный компьютер для считывания данных, общающийся с главным сервером системы по радиоканалу. Все эти части складываются в схему складского хозяйства с адресным хранением.

Одна из функций системы – это учет всевозможных параметров товара, например таких, как влажность, температурный режим, сроки годности, производители, сроки реализации, поставщики. На основании этих данных система автоматически подбирает места хранения для поступивших товаров и формирует задачи для работников склада. В итоге, система позволяет практически полностью исключить возможность ошибочного размещения товара или неправильной комплектации заказа.

Рассмотрим применение концепции WMS на примере программного обеспечения «1С-Логистика: Управление складом» от компании Axelot.

Конфигурация работает в режиме управляемого приложения «1С:Предприятие 8.2» и предоставляет следующие возможности:

1. Задание топологии складского комплекса: товар в системе хранится в «контейнерах». Контейнерами для системы являются стеллажи, коробки, ящики и другие предметы для хранения товаров.

2. Приемка товара на склад: информация о товаре, необходимая для подготовки склада к приему поставки, заносится в документ «Ожидаемая приемка». На его основании может быть запланирован ряд мер для подготовки склада, например, привлечение дополнительных сотрудников, подготовка площадей на складе к размещению товара и так далее.

Процесс приема поставки оформляется при помощи документа «Приемка». Он обычно оформляется на основании планируемой поставки – «Ожидаемая приемка».

3. Отбор и отгрузка товара: отгрузка товара осуществляется на основании плана отгрузки, который содержится в документе «Заказ на отгрузку». «Заказы на отгрузку» объединяются в рейсы по маршрутам доставки. Данные о рейсах маршрута содержатся в документе «Рейс».

4. Перемещение.

5. Дополнение товара: при достижении минимального количества товара на складе, существует возможность наполнение склада до максимального количества товара,

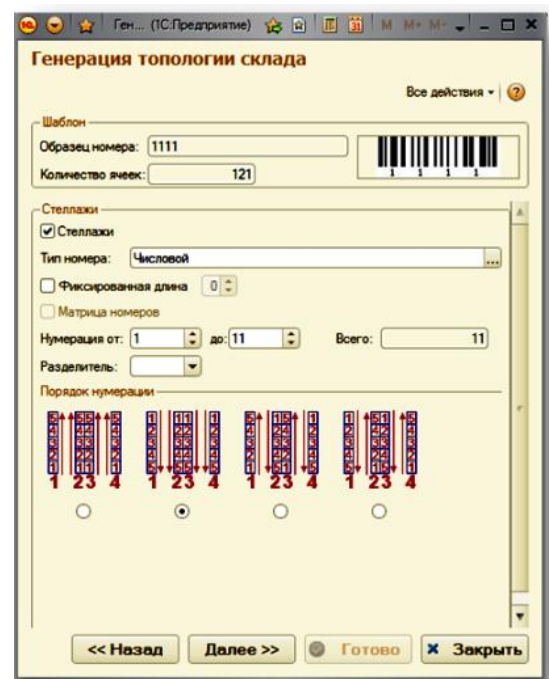


Рис. 2 - Задание топологии складского комплекса



Рис.3 – Схема процесса приема товара на склад

минимальное и максимальное число определяется каждой организацией самостоятельно.

6. Пересчет, то есть инвентаризация.

7. Управление задачами: задачи создаются автоматически по расписаниям или событиям системы. В некоторых случаях задачи могут быть созданы «Диспетчером системы».

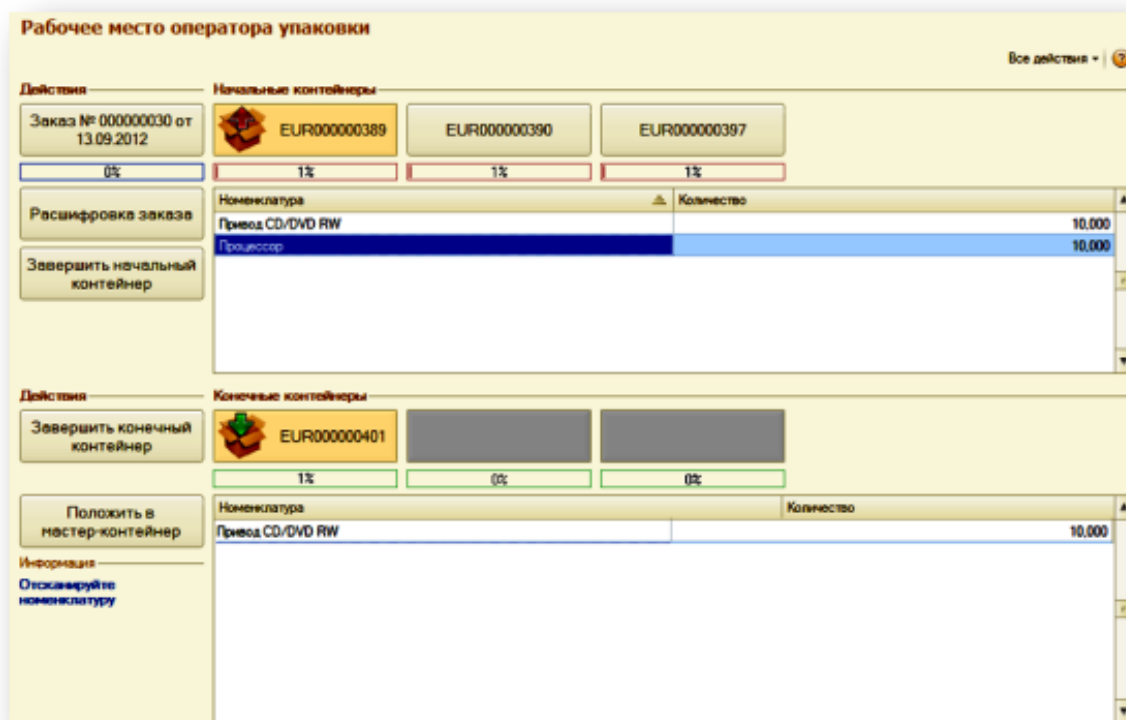


Рис.4 – Управление задачами

8. Анализ эффективности работы склада: по окончании обработки операций предоставляется возможность сделать анализ состояния склада, определить фактическое количество поступившего, отгруженного товара и провести мониторинг состояния заказов. [2]

Список литературы:

1. WMS система управления складом. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://sitmag.ru/article/17279-wms-avtomatizatsiya-sklada-glazami-zakazchika>

2. Возможности 1С: Предприятие 8. WMS Логистика. Управление складом. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://erp-crm-wms.ru/1spredpriyatie-8-wms-logistika-upravlenie-skladom/>.

ОБЗОР СОВРЕМЕННОГО РЫНКА ТКАНЕВЫХ МАСОК

Нечаева Валерия Викторовна
студентка Пермского института (филиала)
РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь
научный руководитель, *Мазунина Татьяна Александровна*
кандидат фармацевтических наук, доцент,
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Огромное влияние на уход за кожей лица оказывают инновации рынка Южной Кореи, который внедряет новые технологии и тенденции в сферу ухода за кожей для женщин любой возрастной категории.

Рассматривая рынок косметических масок для лица, можно произвести его сегментацию в зависимости от структуры самих масок. Первая группа - маски, имеющие жидкую структуру, основанные на глине или креме. Второй сегмент - маски на основе порошка, которые требуют дополнительных временных затрат на их приготовление. Третий крупный сегмент – листовые маски, основанные на целлюлозных волокнах, тканевых волокнах, гидрогеле или биоцеллюлозе.

Именно Корея является создателем листовых масок (тканевых) – натуральное волокно/гидрогель, пропитанный натуральной сывороткой, для одноразового применения. Полотно, прилегая к лицу и повторяя его контуры, работает как компресс красоты, насыщая кожу полезными компонентами в высокой концентрации. В настоящее время производятся листовые маски из:

- натуральной целлюлозы — плотная и удобная в использовании ткань, обеспечивающая надежное и, в то же время, комфортное покрытие;

- биоцеллюлоза — тонкий высокотехнологичный и при этом натуральный материал, который способен впитывать и удерживать большое количество

активных ингредиентов, а также прилегает к лицу, словно вторая кожа, и не позволяет влаге испаряться [2];

- гидрогель — тонкая гелевая субстанция, которая прилипает к коже и создает окклюзивный эффект, повышающий действенность формулы.

В качестве активных ингредиентов, добавляемых в формулу, используют – растительные экстракты, витамины и антиоксиданты, пробиотики, растительные и эфирные масла, кислоты, микроэлементы, коллаген, экстракты водорослей и т.д [2].

Около 30 лет назад использование тканевых масок было элитарной процедурой в спа-салонах Кореи и Японии. И лишь в 2004 года продукт появился на корейском рынке косметической продукции, став частью повседневного ухода [1].

Невероятный прорыв корейский косметических брендов мирового масштаба пришелся на 2016 год. Самым востребованным продуктом стали тканевые маски, изготовленные из хлопка. При производстве тканевых масок технологи уделяют особое внимание выбору материала. Хлопок считается гипоаллергенным, биоразлагаемым и менее дорогим, по сравнению с аналогами (иными материалами для производства). Исходя из вышеперечисленного, хлопковые маски с различной эссенцией являются наиболее популярными и конкурентоспособными.

Исследовательские компании прогнозируют стремительное развитие рынка тканевых масок – среднегодовой темп роста в пределах 8,8% до 2024 года. Некоторые исследователи утверждают, что данный факт, в первую очередь, связан с приходом поколения миллениалов – люди, родившиеся в период с 1981 года и встретившие новое тысячелетие в юношеском возрасте; характеризуются высокой вовлеченностью в цифровые технологии. Поколение миллениум не нуждается в пролонгирующем эффекте от уходовой косметики, а наоборот хочет мгновенного эффекта от используемых средств [1].

Второй вероятной причиной на одноразовые тканевые маски является так называемая «быстрая мода». Потребитель приобретает средства в зависимости

от сиюминутной возникшей проблемы. Именно тканевые маски закрывают данную потребность благодаря широкому ассортименту и функциональному действию – осветление, питание, противовоспалительное действие и так далее.

Также сильное влияние на увеличение продаж данного продукта оказывает реклама. Известные мировые звезды, модели, певицы выкладывают снимки в тканевых масках в социальные сети, преимущественно Instagram.

Согласно отчёту исследовательской компании Transparency Market Research (TMR) стоимость мирового рынка тканевых или листовых масок в 2015 году составляла около 160 миллионов США. К 2024 году прогнозируют рост до 336,7 миллионов. А еще 5-6 лет назад тканевые маски вообще не были известны за пределами Кореи [3].

Superdrug – английская компания - предоставляет следующие данные: за последний год продажи листовых масок для лица выросли вдвое. Данный факт – не удивление, так как можно отметить широкий спектр действия масок – осветление кожи, избавление от морщин, пигментации, воспалений, увлажнение, питание и многое другое.

Рынок тканевых масок начал активно расти с тех пор, как они появились на территории Европы и Америки. Мы проанализировали, что в период с 2015 по 2016 год в поисковике Google запрос "листовая маска" увеличился на 184%. В то время как в популярной российской торговой сети «Л'Этуаль» за последний год количество проданных масок выросло в четыре раза (лидером продаж является увлажняющая маска с гиалуроновой кислотой) [3].

Крупнейшим потребителем тканевых масок в настоящее время по-прежнему остается Азиатско-Тихоокеанский регион, который на 2015 год составлял 37,9% мирового рынка. Но эксперты ожидают, что довольно прибыльными рынками для данного продукта будут Латинская Америка, Ближний Восток и страны Африки. Развитию рынка будут способствовать:

- инновации. Производители косметики активно работают над улучшением потребительских свойств товаров по уходу за кожей и в

ближайшее время смогут предложить потребителю передовые решения проблем с кожей [1];

- укрепление позиций корейских брендов на мировом рынке. С каждым годом растет число корейских производителей на полках российских магазинов. И это говорит о том, что у потребителя растет доверие к данным торговым маркам и производителям;

- рост численности населения в развивающихся странах;

- усовершенствование технологий борьбы против старения;

- развитие рынка уходовой косметики для мужчин. Уже сейчас на полках популярных торговых сетей – Л'Этуаль и Иль дэ Боте – можно увидеть тканевые маски для мужчин производителя I'm sorry for my skin [1].

Ведущими представителями мирового рынка тканевых масок являются Sephora Collection, Starskin и Estee Lauder, занимающие на сегодняшний день 36,5% его общего объёма.

Основной спецификой рынка можно считать зависимость от менталитета и времени, которое девушки предпочитают уделять на уход за собой. В основном косметические маски приобретают для домашнего применения, следовательно, они должны быть эффективные, доступные и легкие в применении. С этой точки зрения тканевые маски являются наиболее привлекательными, так как на их использование уходит не более 20 минут.

Также, следует отметить, что активность рынка будет зависеть от потребительских настроений. В случае негативных экономико-политических изменений в стране будет оказано влияние на совершение как крупных покупок, так и мелких – таких как косметическая продукция.

Однако за счет простоты применения, широкого ассортимента и большого функционального спектра спрос на тканевые маски будет продолжать расти в последующие годы.

Список литературы:

1. Константинова Елизавета «Face Time: как тканевая маска стала самым популярным бьюти-средством в мире» / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.spletnik.ru/beauty/news_beauty/90986-kak-tkanevye-maski-stali-samym-populyarnym-byuti-sredstvom.html. свободный, (Дата обращения 06.11.2019 г.).
2. Cosmetologyinfo.ru «К 2024 году рынок тканевых масок увеличится вдвое» / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cosmetology-info.ru/6620/news-K-2024-godu-rynok-tkanevykh-masok-uvlichitsya-vdvoe>. свободный, (Дата обращения 06.11.2019 г.).
3. Jeb Gleason-Allured «Sheet Mask Sales Will Reach \$336.7 Million by 2024» / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cosmeticsandtoilettries.com/formulating/category/skincare/Sheet-Mask-Sales-Will-Reach--408403925.html>. свободный, (Дата обращения 06.11.2019 г.).

ПРОБЛЕМА АДАПТАЦИИ МОЛОДЁЖИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ТРУДА

Паршакова Ульяна Алексеевна

студентка пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова г. Пермь

Научный руководитель: Шушарин Валерий Федорович

кандидат экономических наук, доцент

Молодежь – это группа населения в возрасте от 16 до 30 лет, которая легко приспосабливается к новым условиям труда, легко обучается, что является плюсом для работодателей. Однако, несмотря на это, она наименее интересна работодателям в связи с отсутствием практического опыта. Поэтому в настоящее время проблема адаптации на рынке труда молодёжи является актуальной.

Рынок труда - это экономическая среда, в которой в результате конкуренции между экономическими агентами через механизм спроса и предложения устанавливается определенный объем занятости и уровень оплаты труда [1]. На рынке труда предлагается не сам индивид, а его рабочая сила, т.е.

способность к специфическому виду деятельности, к созданию материальных и духовных благ.

Мы живем в постиндустриальном обществе, в котором преобладает нацеленность на развитие инновационного сектора экономики с высокопроизводительной промышленностью, индустрией знаний. Научные разработки постепенно становятся главной движущей силой экономики - базой индустрии знаний, в связи с этим важными качествами наемного работника становятся уровень образования, профессионализм, обучаемость и творческий подход к делу.

Рыночная экономика мотивирует индивида к повышению качества трудовой деятельности. На современном российском рынке труда наблюдается следующая ситуация: чем больше человек может, знает, умеет по сравнению с окружающими претендентами, тем больше шансов у него выбрать и получить желаемую профессию с более высокой оплатой труда [2].

Следует иметь в виду, что любая профессия имеет определенный жизненный цикл. Жизненный цикл – это период актуальности профессии, связанный с динамикой развития экономики страны, с безграничным ростом потребностей общества и появлением новых производственных отраслей. Некоторые виды профессий в ближайшем будущем обречены на исчезновение ввиду появления новых машин, оборудования, технологий, которые заменяют человека и оставляют его без работы.

Используя информацию А. Караваевой о профессиях будущего, укажем те из них, которые будут востребованы через 5-10 лет (см. таблицу).

Исходя из данных таблицы, можно сделать вывод, что россиянам, ищущим работу в перспективе, необходимо обновлять свои знания и умения, чтобы выдержать конкуренцию на рынке труда. Работодатели, привлекая молодежь к новым профессиям, могут получить легко обучаемый и легко приспособляемый трудовой капитал.

Профессии, которые будут востребованы через 10 лет [3]

Профессии будущего	Требуемые умения
<ul style="list-style-type: none"> - Консультанты по продуктивности - Трейдеры альтернативных валют - Управляющие аккаунтами в соцсетях - Личные цифровые кураторы - Специалисты по лечению сетевой и гаджет-зависимости - Архитекторы виртуальной реальности - Менеджеры по управлению дронами (сервис доставки) - Проектировщики шаблонов для 3D-печати - Специалисты-печатники 3D-принтеров 	<ul style="list-style-type: none"> - Кросс-функциональность, работа на стыке профессий - Умение творчески мыслить - Готовность к переобучению всю жизнь - Готовность к изменению профессии каждые 10 лет - Знание нескольких языков - Знание основ IT технологий - Умение работать удалённо - Быть профессионалом big date (собирать информацию и работать с большим её объёмом) - Уметь самообучаться, т.к. развитие технологий будет стремительным - Обладать soft skill (мыслить мягко, позитивно, терпеливо, доброжелательно добиваться целей)

Так как молодежь занимает значительную долю трудоспособного населения - 17%, она становится одной из главных производительных сил общества, которая обладает как высоким трудовым потенциалом, так и социальной и трудовой мобильностью.

Молодёжный рынок труда – это система сложных социально-экономических взаимоотношений по поводу купли - продажи рабочей силы молодых людей в возрасте от 18 до 30 лет. Молодые люди, нуждающиеся в трудоустройстве — это незанятые выпускники вузов, среднетехнических и средне-специальных учебных заведений. Рынок труда пополняется так же за счет демобилизованных воинов срочной службы.

Вместе с тем, рынок труда не обеспечивает полного и эффективного использования рабочей силы молодежи. На нем существует разбалансированность по количественным и качественным параметрам спроса и предложения рабочей силы молодежи. Наибольшие трудности в

трудоустройстве испытывает молодежь, которая наименее конкурентоспособна на рынке труда в связи с недостаточным уровнем профессиональной ориентации и отсутствием опыта практической работы. Как результат, вследствие низкой конкурентоспособности молодежи на рынке труда, недостаточного спроса и непривлекательных для молодежи условий занятости часть её становится безработной или трудоустраивается в теневом секторе экономики [4].

В настоящее время наблюдается миграция молодых людей в крупные города, где, по их мнению, больше возможностей для реализации своих способностей. Это приводит к уменьшению количества рабочей силы среди наиболее высокопродуктивной возрастной группы в малых и средних городах, включая ту молодежь, которая только что получила профессию либо квалификацию. В ряде случаев молодые люди находят наиболее благоприятные возможности в мегаполисах, которые дают им работу, позволяют повысить квалификацию, приобрести знания и установить связи, которые отвечают их интересам. В основном концентрация рабочей силы наблюдается в больших городах, а её недостаток - в малых населенных пунктах [5].

Молодые специалисты — это надежда любого экономически развитого государства. Однако неэффективная помощь в трудоустройстве молодежи ведет к оттоку образованной молодежи за рубеж и подрывает интерес к получению среднего специального и высшего профессионального образования.

На основе данных Росстата, проанализируем состояние молодежного рынка труда. Так, в июле 2019 года среди молодежи в возрасте 16–24 лет уровень безработицы был равен 14,8%. Доля безработицы молодежи среди городского населения составила 14,1%, а среди сельского она составила – 16,8%. Безработица среди молодежи в возрасте 16–24 лет превышает уровень безработицы среди населения трудоспособного возраста 30–49 лет в 3,7 раза, в том числе среди городского населения – в 4,2 раза, сельского населения – в 2,6 раза. К середине июля 2019 года 40,8% безработных молодых людей

находились в поиске работы не более трех месяцев. Свыше одного года ищут работу 27,1% безработных (застойная безработица). Среди сельских жителей доля застойной безработицы – 33%, среди городских – 24,1%. Количество всех безработных, не имеющих опыта трудовой деятельности - 32,5%. В числе безработных, не имеющих опыта трудовой деятельности, 16,7% составляет молодежь до 20 лет, 51,5% – от 20 до 24 лет, 15,0% – от 25 до 29 лет[6].

Выделим факторы трудоустройства молодежи: во - первых, в современных условиях отмечается несоответствие уровня квалификации выпускников и требований работодателей – отсутствие опыта принятия самостоятельных решений, недостаток знаний, отсутствие практических навыков по полученной профессии; во - вторых, это представления молодежи о путях адаптации в сфере труда и занятости. Часто абитуриент при выборе профессии не ориентируется в реальной ситуации на рынке труда, в потребностях этого рынка в нужном специалисте. В – третьих, можно отметить падение интереса к профессиям с техническим уклоном, в то время, как все больший интерес молодежи наблюдается к профессиям с гуманитарным уклоном, что ведет к избытку выпускников гуманитарного профиля и недостатку специалистов технического профиля.

Для решения проблемы трудоустройства молодого населения необходима помощь государства и органов местного самоуправления в каждом регионе. Если решать проблему на уровне каждого региона страны, то общая картина снижения уровня безработицы среди молодежи станет более оптимистичной. Эффективным путем решения данной проблемы должно стать взаимодействие и сотрудничество всех структур: государственных органов власти, служб занятости населения, сферы образования и комитетов по делам молодежи[7].

Государству необходимо заботиться о создании социальной стабильности и защищенности молодежи; корректировать политику служб трудоустройства населения, выделять больше финансовых средств для реализации программ по содействию трудоустройства граждан. В свою очередь органы местной администрации региона, города, должны контролировать работу биржи труда,

деятельность центра занятости, формировать заказ для вузов на профессии, которые соответствуют перспективным условиям рынка труда [8].

Необходимо создание и реализация программы предложения рабочих мест специально для молодых бакалавров - выпускников вузов. Практическая реализация этой программы пока маловероятна из-за недостатка бюджетных средств, но идея должна продвигаться уже сейчас. Проблема заключается в том, что существует несоответствие между тем, какие специальности на конкретный момент требуются на рынке труда, и тем, специалистов каких специальностей выпускают вузы[9]. В данном случае речь идет о том, что рынок труда в настоящее время даже приблизительно сложно спрогнозировать на пять-шесть лет, поскольку экономическая ситуация в обществе нестабильна. Приобретая, казалось бы, престижную специальность, выпускник рискует оказаться невостребованным по окончании вуза в связи с резко изменившимся рейтингом престижных специальностей.

В заключение отметим, что молодёжь представляет собой надежду для эффективного инновационного развития экономики страны. Молодежь, обладающая легкой обучаемостью, быстрой адаптацией к условиям труда, безусловно, должна вызывать у работодателей интерес. Но для этого необходимо изменить положение с трудоустройством выпускников учебных заведений, формируя всероссийскую систему профориентации, которая могла бы регулировать действия всех заинтересованных структур, повысить осведомленность молодежи о положении на рынке труда.

Список литературы:

1. Айдарова И.А. Проблемы трудоустройства молодежи на рынке труда // Гуманитарные научные исследования. 2014. № 6. URL: <http://human.snauka.ru/2014/>
2. Джюева М.А. Российский рынок труда: современные реалии // Международный студенческий научный вестник. – 2018. – № 4-6. URL: <http://eduherald.ru/ru/article/view?id=19013>

3. Караваева А. Профессии будущего, которые будут востребованы через 10-20 лет. Фантастика или уже реальность? // Альтернативное образование. 2019. URL: <http://alenakraeva.com/new-digital-world/perspektivnyye-professii-budushhego-po-versii-issledovatel'skix-kompanij/>

4. Климова Н.В., Касьянова Т.И. Рынок труда молодежи: проблемы и пути их решения// Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий : материалы III Международной научно-практической конференции, 2017 г. URL: <http://hdl.handle.net/10995/55529>

5. Надеева Н. А., Надеева А. Б. Предложения по улучшению занятости населения в Пермском крае // Экономика, управление, финансы: материалы III Международной научной конференции, 2014. URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/93/5018/>

6. Самыгин С.И. Особенности трудовой адаптации российской молодежи на рынке труда // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2017. № 11.

7. Ставрова М.И. Молодежная безработица: проблемы и перспективы // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: материалы XLV международной научно-практической. конференции № 8(45). . URL: [https://sibac.info/archive/economy/8\(45\).pdf](https://sibac.info/archive/economy/8(45).pdf)

8. Фатихова Л. Э., Сарварова Р. Р. К вопросу о проблеме миграции молодежи // Молодой ученый. — 2014. — №21. — С. 445-447. — URL <https://moluch.ru/archive/80/14304/>

9. Федеральная служба государственной статистики URL: <https://www.gks.ru/>

**ЦЕНТР ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА:
ЕГО РОЛЬ В ПРОДВИЖЕНИИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В
ПЕРМСКОМ КРАЕ.**

Петрова Анастасия Олеговна
студентка Пермского торгово-технологического колледжа, г. Пермь

Чекин Константин Валерьевич
студент Пермского торгово-технологического колледжа, г. Пермь.

научный руководитель: Ворожцова Галина Николаевна
преподаватель высшей категории
Пермского торгово-технологического колледжа, г. Пермь.

В настоящее время предпринимательство относится к одной из важных составляющих современной экономики. Особая роль отводится малому и

среднему бизнесу. По данным «Института экономики роста» доля малого и среднего бизнеса в экономике в развитых странах составляет в среднем 50-60%. В Великобритании — 51%, Германии — 53%, Финляндии — 60%, в России эта доля составляет 21%. В связи с этим Минэкономразвития приоритетным направлением в развитии экономики выбрало поддержку малого и среднего бизнеса, который в свою очередь способен повлиять на положительную динамику экономики России. В целях успешного развития малого и среднего предпринимательства, был разработан национальный проект: «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», которая включает в себя пять федеральных программ, среди которых: «Улучшение условий ведения предпринимательской деятельности», «Расширение доступа субъектов МСП к финансовым ресурсам, в том числе к льготному финансированию», «Акселерация субъектов малого и среднего предпринимательства». Национальный проект предусматривает необходимые меры поддержки предпринимателю на каждом этапе жизненного цикла развития бизнеса: от бизнес-идеи, регистрации предпринимательской деятельности, оказании помощи в получении льготного финансирования, имущественной поддержки, до осуществления собственных проектов.

В Пермском крае перспективы в ведении экономики определяются развитием малого и среднего бизнеса. Край богат ресурсами, обширностью территории, которые в свою очередь побуждают инвесторов вкладывать деньги, побуждая благоприятные условия для развития бизнеса малого и среднего сектора. Успешному продвижению роста предпринимательской деятельности содействуют различные государственные и коммерческие структуры. С целью оказания помощи малому и среднему предпринимательству в Пермском крае был создан: «Центр поддержки предпринимательства».

Актуальность темы заключается в том, что Пермский край нуждается в развитии экономического сектора путем развития малого и среднего бизнеса.

Объектом исследования является Центр поддержки предпринимательства Пермского края. Предметом исследования является деятельность Центра поддержки предпринимательства в развитии Пермского края. Цель исследования обозначить деятельность Центра поддержки предпринимательства в Пермском крае в развитии малого и среднего предпринимательства. Для достижения данной цели нами поставлены следующие задачи: рассмотреть деятельность Центра поддержки предпринимательства и выявить его значение для начинающих предпринимателей малого и среднего бизнеса.

В сентябре 2012 года в Перми открылся Портал Центр поддержки предпринимательства. Заказчиком данного проекта выступило Министерство промышленности, предпринимательства и торговли Пермского края, оператором – АО «Пермский центр развития предпринимательства». В услуги Центра поддержки предпринимательства входят: бесплатные вебинары, круглые столы, конференции, форумы, мероприятия с участием экспертов федерального и регионального уровней. Среди услуг Центра поддержки предпринимательства есть образовательные программы на следующие темы: «Охрана труда для руководителей и специалистов», «Пожарно-технический минимум», «Охрана труда для руководителей и специалистов», «Правовые основы предпринимательской деятельности». Обучение по образовательным программам - бесплатное. Выдается документ о повышении квалификации. Центр оказывает бесплатные консультации по вопросам:

1. правового обеспечения деятельности;
2. финансового планирования, в том числе бюджетирование, оптимизация налогообложения, бухгалтерские услуги, привлечение инвестиций и займов;
3. маркетингового сопровождения деятельности и бизнес-планирования;
4. по вопросам патентно-лицензионного сопровождения деятельности;

5. подбора персонала, применения трудового законодательства Российской Федерации, в том числе по оформлению необходимых документов для приема на работу, а также разрешений на право привлечения иностранной рабочей силы.

Приоритетными направлениями деятельности центра являются: финансовая поддержка, обучение, налоговые льготы для резидентов индустриальных парков и технопарков.

«Пермский центр развития предпринимательства» оказывает следующие Виды финансовой поддержки:

- Субсидирование (выплаты субъектам малого и среднего предпринимательства в целях возмещения части затрат).

- Поручительство по кредиту ПГФ (АО «Пермский гарантийный фонд») – центр предоставляет поручительства субъектам МСП и организациям инфраструктуры их поддержки.

- Имущественная поддержка - предоставление государственного и муниципального имущества во владение и (или) в пользование на долгосрочной основе (в том числе по льготным ставкам арендной платы) субъектам МСП.

- Займы и микрозаймы, где процентная ставка колеблется в зависимости от целей займа.

- Организация обучения на следующие темы: «Основы предпринимательской деятельности», «Искусство управлять», «Основы кадровой работы», «Ведение деловых переговоров» и др.

Участники таких образовательных программы получают бесплатные консультации экспертов по развитию своего бизнеса, анализу рынка, бизнес-моделированию, маркетингу и продажам, регистрации бизнеса, налогообложению, бизнес-планированию. Более того, сотрудники центра оказывают помощь по подготовке бизнес-проектов для участия в конкурсе грантов.

- Налоговые льготы для резидентов индустриальных парков и технопарков.

Таблица 1

Налоговые льготы, предоставляемые «Пермским центром развития предпринимательства»

Налог на имущество	Налог на прибыль
0% - для управляющих компаний – собственников недвижимости технопарка	15,5% - для управляющих компаний и резидентов индустриальных парков
1,1% - для резидентов технопарков и индустриальных парков	

Для доказательства успешной деятельности центра по поддержке МСП в качестве примера приведем истории успеха отдельных представительней бизнес-сообщества Пермского края:

- Дмитрий Коромщиков, директор ООО "ТГ "Гермес", один из победителей краевого конкурса «Предприниматель года» "ТГ "Гермес"

- Ирина Коршунова, победитель краевого конкурса "Предприниматель года" в номинации "Бизнес-леди года». Сеть детских магазинов «Непоседа»

- Павел Шерemet, выпускник программы "Ты-предприниматель". В настоящее время владелец сети детских футбольных клубов и имеет высокий рейтинг в предпринимательской деятельности.

Таким образом, центр поддержки предпринимательства успешно продвигает малый и средний бизнес в Пермском крае. В заключении можно сделать вывод, что, несмотря на сложившуюся на сегодняшний день неоднозначную ситуацию с развитием МСБ в Пермском крае, можно утверждать, что Правительство Перми и региональные органы управления активно занимаются созданием условий для развития МСП.

Список литературы:

1. Агеева О.К. Росстат раскрыл сложности с оценкой вклада малого бизнеса в экономике [электронный ресурс]. – URL: <https://www.rbc.ru/economics/31/10/2019/5db9abe99a794773c1fbd2e0>
2. Центр поддержки предпринимательства [электронный ресурс]. – URL: <https://xn----jtbvjabi6b9c.xn--p1ai>

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ СТЕКЛЯННЫХ ТОВАРОВ ОТЕЧЕСТВЕННОГО И ЗАРУБЕЖНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Петухов Антон Борисович
студент Пермского института (филиала)
РЭУ им. Плеханова, г. Пермь
научный руководитель: Симанова Ирина Марковна
кандидат фармацевтических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Плеханова, г. Пермь

Современное стекло с его замечательными свойствами и возможностями является одним из самых перспективных конструкционных материалов нового тысячелетия. Одно из достоинств стекла – это экологичность, которая обусловлена природным составом материала. Кроме того, стеклянные поверхности легко протирать и мыть, они не впитывают грязь, не распространяют вредные вещества и не теряют начального блеска и цвета.

Среди широкого разнообразия предлагаемой потребителю продукции необходимо сделать выбор в пользу того или иного товара. Решение о покупке принимается исходя из потребительских свойств товаров. По этой причине актуальным является сравнение потребительских свойств товаров.

Целью написания статьи является сравнение потребительских свойств стеклянных бокалов отечественного и зарубежного производства.

Образец №1 - бокал для вина «Коралл», зарубежного производства, изготовитель – Skylord International Limited, Китай. Данное изделие изготовлено методом выдувания из натрий-кальций-силикатного стекла; декоративное оформление отсутствует; вместимость изделия - 180 мл.

Образец № 2 - набор бокалов для шампанского «Бонжур», отечественного производства, изготовитель - ООО «ОСЗ». Данные образцы изготовлены методом выдувания из натрий-кальций-силикатного стекла; декоративное оформление отсутствует; вместимость изделия 170 мл; в наборе представлены бокалы в количестве 2 штук.

Образец № 3 - набор бокалов «Мискет», зарубежного производства, страна изготовителя – Турция. Представленный образец изготовлен методом выдувания из натрий-кальций-силикатного стекла. Данный набор бокалов декорирован с помощью цветного стекла: ножка бокалов из стекла черного цвета. В наборе представлены бокалы в количестве 6 штук, вместимость 210 мл.

Изучение маркировки исследуемых образцов стеклянных бокалов проводится на соответствие ГОСТ 30407-96 «Посуда и декоративные изделия из стекла. Общие технические условия» [1].

Маркировка изделий нанесена на бумажную этикетку, наклеенную на изделие.

Данные маркировки исследуемых образцов стеклянных бокалов представлены в таблице 1.

Таблица 1

Результаты оценки маркировки стеклянных бокалов

Требования ГОСТ 30407-96 «Посуда и декоративные изделия из стекла. Общие технические условия»	Фактические данные		
	Образец №1 - бокал для вина «Коралл»	Образец №2 - набор бокалов для шампанского «Бонжур»	Образец №3 - набор бокалов «Мискет»
1	2	3	4
наименование страны- изготовителя	Китай	Россия	Турция
наименование предприятия- изготовителя и его юридический адрес (импортера)	Наименование изготовителя: Skylord International Limited Импортер: ЗАО	Наименование изготовителя: ООО «ОСЗ» Адрес изготовителя: 601500, Владимирская	Наименование изготовителя: Гураллар Япи Малземелери Ве Кимя Санаи А.С.

	«Коралл», Россия, 248033, г. Калуга, 2-ой Академический проезд, 13	область, г. Гусь-Хрустальный, ул. Интернациональная, 114	Импортер: ЗАО «Тандер», 350002, Россия, г. Краснодар, ул. Леваневского, 185
товарный знак предприятия-изготовителя (при необходимости)	Коралл	Luminarc	Отсутствует
наименование продукции	Бокал для вина	Бокал для Шампанского «Бонжур»	Набор бокалов для вина Мискет на черной ножке
артикул (при необходимости)	LV-MIS552H	P4259	MIS549-PA025FC
количество изделий	1 шт	2 шт	6 шт
состав сервиза (набора)	отсутствует	Набор бокалов для шампанского	Набор бокалов для вина
вид стекла	Натрий-кальций-силикатное	Натрий-кальций-силикатное	Натрий-кальций-силикатное
обозначение настоящего стандарта	ГОСТ 30407-96	ГОСТ 30407-96	ГОСТ 30407-96
основное (функциональное) предназначение изделий (при необходимости).	Для напитков	Подходит для холодных напитков/пищи	Для напитков

По результатам оценки маркировки, представленных в таблице 1, следует, что маркировка образцов №1, 2 и 3 соответствует требованиям ГОСТ 30407-96 «Посуда и декоративные изделия из стекла. Общие технические условия».

Оценка качества исследуемых образцов проводилась по ГОСТ 30407-96 «Посуда и декоративные изделия из стекла. Общие технические условия» по следующим показателям: внешний вид, наличие и размер дефектов, вместимость, качество края изделий, устойчивость положения на горизонтальной поверхности, овальность, разнотолщинность и непараллельность края.

По результатам проведенных исследований было установлено, что образец №1 не имеет дефектов внешнего вида. Образцы №2 и №3 имеют

допустимый дефект – закрытые пузыри в количестве двух штук размером до 2 мм (допускается количество равное пяти штукам).

Дно изделий обеспечивает устойчивое положение исследуемых образцов на плоской горизонтальной поверхности. Фактическая вместимость бокалов соответствует вместимости, указанной на маркировке изделий.

Результаты определения овальности края и разнотолщинности стенок в крае изделий представлены в таблице 2.

Таблица 2

Результаты определения овальности края и разнотолщинности стенок в крае изделий

Требования ГОСТ 30407-96 «Посуда и декоративные изделия из стекла. Общие технические условия»	Образец №1	Образец №2	Образец №3
Овальность края, % (должна превышать 2% от номинального диаметра)	0	0	0
Разнотолщинность стенок в крае, % (не должна быть более 30)	0	0	0

Таким образом, по результатам оценки органолептических и физико-химических показателей выявлено соответствие исследуемых образцов требованиям ГОСТ 30407-96 «Посуда и декоративные изделия из стекла. Общие технические условия».

Оценка потребительских свойств проведена экспертным методом. В оценке принимали участие 9 экспертов.

На первоначальном этапе оценку проводили по функциональным свойствам. Оценивалась возможность выполнения стеклянными бокалами двух основных функций – принимать и сохранять напитки в неизменном количестве и качестве и отдавать их полностью или частично по мере необходимости. Всем образцам была поставлена высшая оценка -5 баллов, т.к. они выполняют свою основную функцию.

По свойству безопасности всем исследуемым образцам также поставлена высшая оценка, т.к. на них отсутствуют сколы, трещины и другие повреждения.

При оценке эстетических свойств учитывались привлекательный внешний вид, целостность композиции, рациональность формы, информационная выразительность, оригинальность изделия.

Эргономические свойства оценивались на основании удобства формы, пользования, держания, мытья, их гигиеничности.

Результаты сравнительной оценки по потребительским свойствам образцов стеклянных бокалов представлены в таблице 3.

Таблица 3

Результаты сравнительной оценки потребительских свойств стеклянных бокалов

Наименование свойства	Образец № 1	Образец № 2	Образец №3
Функциональные свойства	5,0	5,0	5,0
Эстетические свойства	4,7	4,4	4,0
Эргономические свойства	5,0	4,5	4,4
Безопасность	5	5	5
Итого	19,7	18,9	18,4

Как видно из таблицы №3 самыми высокими эстетическими свойствами обладает образец №1 - бокал для вина «Коралл» (средний балл 4,7); на втором месте – образец №3 - набор бокалов «Мискет» (средний балл 4,4) баллы были снижены за невыразительность декора; на третьем месте - образец №2 - набор бокалов для шампанского «Бонжур» (средний балл 4) баллы были снижены за нарушение целостности композиции (ножка изделия слишком тонкая).

Самыми высокими эргономическими свойствами обладает образец №1 - бокал для вина «Коралл» , на втором месте - образец №2 - набор бокалов для шампанского «Бонжур» (по мнению экспертов данный образец неудобно держать, т.к. ножка бокала слишком тонкая); на третьем месте - образец №3 - набор бокалов «Мискет» (баллы были снижены также за неудобство пользования - большая масса изделия).

В заключении следует отметить, что по качеству и потребительским свойствам отечественная стеклянная посуда практически не уступает зарубежным аналогам.

Список литературы:

1. ГОСТ 30407-96 Посуда и декоративные изделия из стекла. Общие технические условия. – М.: ИПК Издательство стандартов, 1997– 35 с. [Электронный ресурс] / Интернет и право. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/gost-30407-96> (дата обращения: 19.05.2019)

ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ НА РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

*Пономарева Анастасия Николаевна
Зуева Виктория Алексеевна
студенты группы ПР-21*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь
научный руководитель: Лунева Марина Наилевна
кандидат экономических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь*

На протяжении всего существования человечества общество развивалось. Хорошо известно, что в своем развитии общество прошло три этапа: аграрный с преобладанием сельского хозяйства и ручного труда, промышленный с преобладанием промышленности и постиндустриальный. Все развитые страны уже перешли в состояние, характеризующееся преобладанием услуг в экономике и появлением информационных технологий и компьютеров, что повлекло за собой значительное облегчение жизни населения этих стран. Другими словами, мы стали жить в обществе цифровых технологий.

Стратегия развития информационного общества Российской Федерации на 2017-2030 годы, утвержденная в России, определяет цифровую экономику следующим образом: «Цифровая экономика – это экономическая деятельность, в которой ключевым фактором производства являются цифровые данные, обработка больших объемов и использования результатов анализа которых по сравнению с традиционными формами управления могут значительно повысить

эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, реализации, доставки товаров и услуг »[1].

Правовой основой для формирования национальной цифровой экономики являются Конституция Российской Федерации, Федеральный закон от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации». Стратегия национальной безопасности Российской Федерации, утверждённая Указом Президента Российской Федерации от 31 декабря 2015 года № 683. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы, утверждённая Указом Президента Российской Федерации от 9 мая 2017 года № 203, программа «Цифровая экономика Российской Федерации», утверждённая распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 года № 1632-р [2].

На наш взгляд, цифровая экономика – это экономическая деятельность, ориентированная на цифровые и электронные технологии. Она включает в себя электронный бизнес и коммерцию, а также товары и услуги, которые они производят. По сути, это определение охватывает все деловые, культурные, экономические и социальные операции, осуществляемые в Интернете и с использованием технологий цифровой связи.

Становление и развитие цифровой экономики создает ряд проблем:

1. Прежде всего, доступность информации и создание более эффективных технологий для ее обработки и использования должны, в принципе, снизить операционные издержки и повысить гибкость и эффективность экономики. Но этого может не произойти, если предыдущие технологии для работы с информацией не отмирают одновременно, и доля транзакционных издержек увеличивается из-за увеличения стоимости защиты информации, оценки ее надежности и т. д.

2. Любые масштабные технологические инновации требуют специалистов новых профессий и новых компетенций, но в то же время делают ненужными многочисленные группы, занимающиеся традиционными видами деятельности, что вызывает сопротивление и протесты. Отсутствие таких специалистов, как

программисты, маркетологи, аналитики и другие не компенсирует ликвидацию многих других рабочих мест и ведет к увеличению дифференциации доходов и новой бедности.

3. Известно, что создание новых каналов передачи и средств обработки информации одновременно создает возможности для дезинформации и манипулирования информацией. Проблема выбора массивов данных для работы обостряется. Необходимо постоянно определять, какие данные следует искать, проверять, хранить и анализировать, а какие просто следует игнорировать. Эта проблема усугубляется, когда время между вводом данных и принятием решений сокращается.

4. Особую роль играет безопасность данных, поступающих из внешних источников. Данные традиционно считаются надежными, а факты все достоверными, если они проверены в независимых источниках. На сегодняшний день создание множества независимых источников информации, является довольно технической проблемой. В целом, проблемы преобразования информации из продукта в продукт и социально-экономические последствия этого процесса требуют отдельного изучения и обсуждения.

5. Цифровая экономика меняет экономику в целом. Например, появляется все больше и больше роботов. Они могут реагировать на изменения ситуации намного быстрее, чем люди, потому что у них есть современные алгоритмы расчета прибыльности и рисков.

Тем не менее, рост использования информационных технологий в различных областях стал одной из основных причин широкого развития цифровых финансовых технологий, которые позволяют вам совершать необходимые транзакции в считанные секунды, а появившиеся финансовые и технологические платформы обеспечивают огромные инвестиционные возможности для населения.

В результате пристрастия к цифровым технологиям у миллениалов (или, как их все еще характеризует первое цифровое поколение) по сравнению с родителями имеют разные вкусы и жизненные цели, что полностью

трансформирует обычные маркетинговые стратегии и модели макроэкономического прогнозирования. Подтверждением развития цифровых технологий является динамика количества интернет-покупателей в мире с 2013 по 2018 гг.

Регион Азии и Океании уже несколько лет является лидером благодаря тому, что этот регион имеет высокую плотность населения. На втором месте – Западная Европа. Наименьшая доля приходится на Центральную и Восточную Европу. За 5 лет доля онлайн-покупателей значительно выросла на Ближнем Востоке и в Африке, а также в Азии и Океании. Наименьший рост показала Северная Америка – всего 18%.

Таблица 1

Количество интернет-покупателей в мире в 2013 и 2018 гг (прогноз Конференции ООН по торговле и развитию) [3]

	Всего, в млн		Рост(%) 2013-2018	Распределе ние онлайн- покупателе й(%)	Население (%)	Интернет- пользо ватели(%)
	2013г.	2018г.				
Азия и Океания	460,2	782,4	70	42,6	14,8	42,1
Западная Европа	182,4	210,2	15	16,9	49	64
Северная Америка	172,2	203,8	18	16	59,7	72
Ближний Восток и Африка	93,7	170,6	82	8,7	7,1	31,3
Латинская Америка	84,7	139,3	64	7,8	18,6	28,2
Центральная и Восточная Европа	86,4	117,4	36	8	24,2	41,6
Мир	1079,6	1623,7	50	100	15,2	41,3

Дополнительным фактором развития цифровой экономики является удобство предоставления услуг в цифровой сфере по сравнению с традиционными видами торговли, а также понимание того, что электронная торговля может стать одним из драйверов экономического роста.

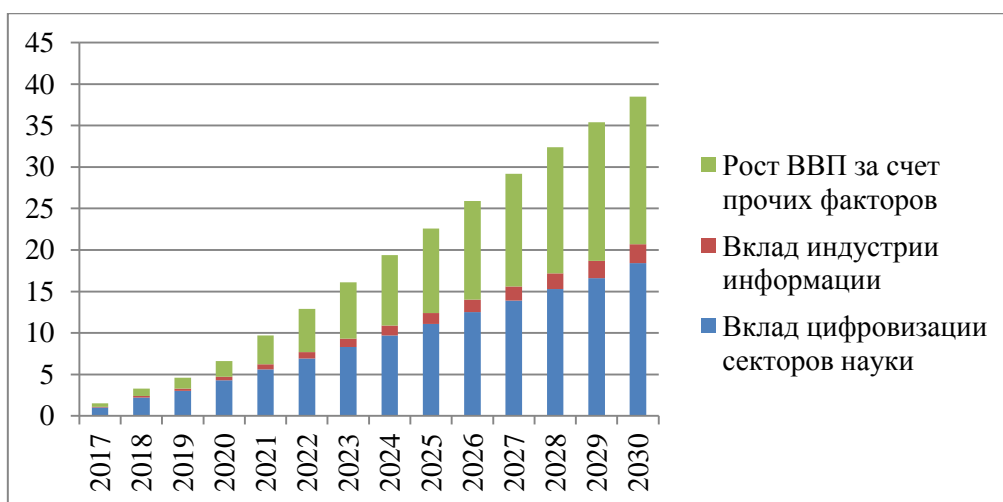


Рисунок 1. Оценка вклада цифровизации в рост ВВП накопленным итогом (базовый вариант) (%) [4]

Для развития цифровой экономики необходимо, чтобы развивалась экономика государства. Существует прямая связь между цифровой экономикой и экономикой государства. Поскольку уровень ВВП является показателем развития экономики страны, предлагается следующая диаграмма с прогнозами уровня ВВП до 2030 года.

На диаграмме наблюдается постепенный рост уровня ВВП, что, соответственно, положительно отразится на развитии цифровой экономики.

Далее приведены подробные данные о вкладе факторов роста в сектора экономики в результате цифровизации за период 2019-2030 гг.

Таблица 2

Среднегодовые значения дополнительного вклада факторов роста в добавленную стоимость секторов экономики в результате цифровизации за период 2019-2030 гг.*

Сектора экономики	Вклад производительности (СФП), %	Вклад капитала, %	Вклад труда, %	Итог, %
Финансовый сектор	0,93	1,20	0,93	3,04
Транспорт	1,28	1,20	0,55	3,03
Строительство	0,98	1,02	0,88	2,88
Образование	1,00	1,20	0,57	2,77
Химическая промышленность	1,64	1,40	-0,43	2,62

Машиностроение	1,52	1,48	-0,46	2,54
Прочие услуги	0,93	0,79	0,24	1,95
Здравоохранение	0,81	0,58	0,25	1,65
Легкая промышленность	1,02	0,97	-0,65	1,32
Электроэнергетика	0,31	0,83	0,04	1,19
Торговля	0,60	0,36	0,04	1,00
АПК	0,78	0,69	-0,56	0,91
Госуправление	0,58	0,24	-0,40	0,41
Лесопромышленный комплекс	0,32	0,14	-0,53	-0,08
Металлургия	0,25	0,10	-0,55	-0,21
Добыча	0,08	0,04	-0,44	-0,34

*Расчеты ИСИЭЗ НИУ ВШЭ

Исходя из полученных данных, можно сказать, что наибольший вклад в цифровизацию внесут: финансовый сектор (3,04%), транспорт (3,03%) и строительство (2,88%). Снижение вклада факторов роста произойдет в лесной промышленности (-0,08%), металлургии (-0,21%) и горнодобывающей промышленности (-0,34%).

По данным Глобального института McKinsey, потенциальный экономический эффект от цифровизации российской экономики позволит увеличить ВВП страны к 2025 году на 4,1–8,9 трлн руб. (в ценах 2015 года), что составит от 19 до 34% от общего ожидаемого роста ВВП.[8]

"В финансовом мире цифровизация-это очень дорогая история. Сам рынок неоднороден. Самый крупный и продвинутый сектор - это банки", - говорит Денис Яклаков, заместитель генерального директора "Сбербанк Лизинг". – Мы отстаем в цифровизации от материнской компании, основная работа у нас идет в области анализа финансовых счетов клиента. Рынок лизинга-второй, у нас 15 млн клиентов против 80 млн в Сбербанке.[7]

В сфере цифровизации отрасли, как отмечает Максим Рябчинский, руководитель Учебного Центра международной компании АВВ и топ-менеджер Ассоциации Интернета вещей «на уровне менеджеров и собственников был воздвигнут очень большой барьер. Они не готовы инвестировать, пока не появятся конкретные примеры. Хотя все прекрасно понимают, что промышленные объекты должны быть защищены, а оборудование может быть подключено к облачным сервисам.»[7]

Евгений Ковнир, генеральный директор АНО "Цифровая экономика", считает, что цифровая экономика ведет к повышению производительности труда в существующей экономике. По его мнению, цифровая экономика — это, прежде всего, экономика данных и технологий обработки, что приводит к росту производительности существующей экономики, появлению новых рынков, бизнес-моделей и услуг.[6]

Приведенные выше комментарии экспертов говорят о том, что компании в России уже начали цифровизацию, но находятся только в начале пути. Цифровизация позволит оптимизировать производственные и логистические операции, повысить эффективность рынка труда, производительность оборудования, эффективность НИОКР, снизить потребление ресурсов и производственные потери.

Список литературы:

1. Понятие цифровой экономики в России: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-tsifrovoy-ekonomiki-v-rossii>
2. Федеральный закон о стратегическом планировании в Российской Федерации: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_164841/
3. Сергей Корчагин, Богдан Польшиков// Цифровая экономика и трансформация механизмов государственного управления: http://www.intelros.ru/pdf/svobodnay_misl/2018_01/3.pdf
4. Высшая школа экономики национальный исследовательский университет // цифровая экономика:
5. Цифровые инструменты цифровой экономики: базовые вопросы и определения: <http://integral-russia.ru/2019/09/10/tsifrovye-instrumenty-tsifrovoj-ekonomiki-bazovye-voprosy-i-opredeleniya/>
6. Инвестфорум в Сочи: https://digital.ac.gov.ru/news/40/?PAGEN_1=3
7. Мнения экспертов об осторожном начале цифровизации: <http://www.e-vesti.ru/ru/mneniya-ekspertov-govoryat-ob-ostorozhnom-perehode-k-tsifrovizatsii/>
8. Осиповская А. В. Цифровизация и ее влияние на экономику: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/329/14991/>

ПРОЕКТ «ПОКУПАЙ ПЕРМСКОЕ» И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ

Попова Дарья Сергеевна

студентка Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

*научный руководитель: **Воронина Эмма Васильевна***

кандидат химических наук, доцент Пермского института (филиала) РЭУ им.

Г.В. Плеханова, г. Пермь

Торговля всегда была значимой частью экономического состояния не только государства в целом, но и каждого человека в отдельности. В Пермском крае на начало 2019 года число зарегистрированных юридических лиц, основной деятельностью которых является розничная торговля, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами, составило 4,4 тыс. единиц. Кроме того, с этим видом деятельности зарегистрировано 20,8 тыс. индивидуальных предпринимателей. В 2018 году среднесписочная численность работающих в организациях, занятых розничной торговлей, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами, составила свыше 41,6 тыс. человек и обеспечила рабочими местами чуть более 5% экономически активного населения Прикамья [6].

В городе Перми за последнее время были открыты предприятия потребительского рынка, имеющие более высокий уровень комфортности, отвечающие современным требованиям архитектурных, дизайнерских решений, с применением высокотехнологичного оборудования, с широким выбором товаров и максимальными удобствами для покупателей.

По данным Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю за первую половину 2019 года оборот розничной торговли вырос на 1,3% по сравнению с аналогичным периодом 2018 года и составил 270,4 млрд рублей [8].

В структуре оборота розничной торговли Пермского края удельный вес непродовольственных товаров превышал долю пищевых продуктов, включая напитки, и табачных изделий и составил 53,9%. Среди регионов ПФО по этому

показателю регион входил в 3-ку лидеров, уступая позиции Республике Татарстан и Саратовской области [6].

С целью стимулирования спроса на продукцию местных производителей, развитие лояльности жителей края к товарам пермских предприятий в 2018 году по инициативе губернатора Пермского края Максима Решетникова был возрожден проект «Покупай пермское».

Задачами проекта являются:

- содействие продвижению товаров и услуг местного производства на региональный, российский и зарубежный рынок;
- повышение узнаваемости и формирование положительного образа производителей товаров и организаций, оказывающих услуги, расположенных на территории Пермского края;
- повышение лояльности потребителей Пермского края к продукции и услугам местных организаций и предпринимателей;
- создание «моды на пермское», гордости за Пермский край;
- информирование жителей Пермского края об ассортименте и качестве продуктов и услуг, которые производятся на территории Пермского края [4].

Курирует проект Министерство промышленности, предпринимательства и торговли Пермского края. Пермская торгово-промышленная палата является официальным оператором проекта «Покупай пермское». Руководитель проекта - вице-президент Пермской торгово-промышленной палаты Елена Гилязова.

Новая версия «Покупай пермское» имеет серьезные отличия по сравнению с предшественником. Проект имеет три уровня вовлечения производителя.

Первый уровень является базовым и ориентирован на все работающие в Прикамье предприятия. Это своеобразное повторение ситуации 2009 года, когда любой региональный производитель мог получить право размещать на своих товарах логотип «Покупай пермское».

Второй уровень – это профессиональный уровень, который ориентирован на предприятия, чья продукция отличается высоким качеством и прошла необходимые экспертизы. Порядок добровольной сертификации участников проекта «Покупай пермское».

Третий уровень является уникальным уровнем программы, который объединит известные бренды, способные выступать в качестве визитной карточки Прикамья [7].

Вице-президент Пермской Торгово-промышленной палаты Елена Гилязова считает, что те товары и услуги, которые поднялись на второй уровень проекта, должны не просто подтвердить свой уровень качества, но и заслужить любовь потребителя. Кроме того, по ее мнению, никто не призывает потребителя покупать только пермские товары, несмотря на его цену и качество. Но если стоимость конкурентная, а качество высокого уровня, то я выбираю свое родное и тем самым вкладываюсь в развитие края [5].

Еще один важный аспект проекта «Покупай пермское» заключен в концепции «зонтичного бренда», который объединит под собой производителей из разных сфер предпринимательства для успешного продвижения продукции и услуг за пределами Пермского края. Проект должен собрать под собой не только сферу предпринимательства, но и сферы здравоохранения, образования, культуры, спорта и других важных общественных институтов.

Для участников проекта предусмотрены льготные условия предоставления торговых мест на Центральном колхозном рынке в стационарных павильонах, при организации уличной торговли, организована еженедельная ярмарка фермерских продуктов. Осуществляется софинансирование мероприятий муниципальных программ по развитию сбытовых, логистических центров, ярмарочных и других мероприятий, способствующих увеличению сбыта продукции. В муниципалитетах проводятся ярмарки выходного дня; организация круглых столов с участием сельхозпроизводителей, предприятий пищевой и перерабатывающей

промышленности, а также розничных и оптовых торговых организаций, организация участия в событийных имиджевых мероприятиях.

Кроме того, с целью развития альтернативных каналов сбыта продукции в конце 2018 года был запущен в работу официальный сайт проекта «Покупай пермское». Сайт устроен по принципу каталога, в котором карточка с названием производителя индексируется поисковыми системами. В распоряжении проекта и его участников действуют три аккаунта в наиболее популярных в Пермском крае социальных сетях (ВКонтакте и Instagram).

В феврале 2019 года в «фестивальном доме» были подведены итоги за 2018 год, представлены официально маркетинговые исследования, целью которого было выявление доли товаров пермских производителей в розничной торговле города Перми. Исследования показали, что более 80% покупателей в Пермском крае когда-либо слышали о проекте «Покупай пермское», 65% - видели маркировку продукции проекта на полках супермаркетов [2].

В основном, из продукции пермских производителей пермяки предпочитают приобретать молоко и молочные продукты, птицу и яйцо, мясо и мясопродукты. При этом покупатели ассоциируют пометку «Покупай пермское», прежде всего, со свежим и качественным товаром, поддержкой экономики края, а также доверием к маркированной продукции. Однако доля покупки товаров пермского производства все же уменьшилась по сравнению с предыдущими годами. Специалисты считают, что это связано с замещением местной сети «Виват» крупной краснодарской сетью «Магнит».

Результаты второго маркетингового исследования показали, что узнаваемость проекта «Покупай пермское» (57,4%) снизилась в сравнении с показателем 2017 года (63,1%) [1]. Исследование также выявило невысокую степень узнаваемости проекта среди молодежи. При этом 78% покупателей все же поддерживают создание и развитие проекта. Было рекомендовано продолжить информировать широкую аудиторию о сути проекта «Покупай пермское», при этом преодолевая ассоциативный разрыв между «пермским продуктом» и отдельными брендами края.

После запуска сайта проекта регистрация в социальных сетях может составить 100 тысяч человек в месяц, до 3 тысяч уникальных посетителей в день, что приведет к росту узнаваемости предприятия и продаж.

За неполный год работы по продвижению производителей Пермского края к проекту присоединилось 160 участников разного масштаба бизнеса, которые не только делают продукты питания, но и оказывают услуги, изготавливают промышленные товары для населения [3].

Направленность мероприятий, подготовленных в рамках проекта в 2019 году, останется неизменной: они будут ориентированы на повышение лояльности потребителей, создание устойчивых каналов продвижения и увеличение объемов выпускаемой продукции.

Список литературы:

1. Гребем в одну сторону: проект «Покупай пермское» строит планы на 2019 год - [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://permtpp.ru/news/tpp/28-02-2019/grebem_v_odnu_storonu-proekt_pokupay_permское_stroit_plany_na_2019_god/(дата обращения 19.11.2019)
2. История проекта «Покупай Пермское» - [Электронный ресурс] – Режим доступа:<https://agro.permkrai.ru/about/news/2130/> (дата обращения 18.11.2019)
3. Мода на пермское. Подведены итоги реализации проекта «Покупай пермское» в 2018 году - [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://permtpp.ru/news/tpp/18-12-2018/moda_na_permское_podvedeny_itogi_realizatsii_proekta_pokupay_permское-_v_2018_godu/ (дата обращения 19.11.2019)
4. Официальный сайт проекта «Покупай пермское» - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://pokupaupermsкое.ru/>. (дата обращения 18.11.2019)
5. Официальный сайт Пермской торговой палаты - [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://permtpp.ru/projects/effektivnost_biznesa/pokupay_permское (дата обращения 18.11.2019)
6. Розничная торговля в Пермском крае // Статистическая девятка, 2019. - №14. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://permstat.gks.ru/storage/mediabank/> (дата обращения 18.11.2019)

7. Реализации проекта «Покупай пермское» - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://admkochevo.ru/Novosti/Novosti/2018/10/10/179046/>(дата обращения 20.11.2019)

8. Сайт губернатора Пермского края - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.permkrai.ru/news/za-polgoda-obem-roznichnoy-torgovli-v-prikame-uvelichilsya-na-1-3/>(дата обращения 19.11.2019)

АНАЛИЗ И СИНТЕЗ РЕЗУЛЬТАТОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГЕЛЕЙ ДЛЯ СТИРКИ, РЕАЛИЗУЕМЫХ НА РЫНКЕ ДОНЕЦКОГО РЕГИОНА

Попович Полина Александровна
студентка ГО ВПО «Донецкий национальный университет
экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк, ДНР
научный руководитель: Попова Оксана Сергеевна
старший преподаватель
ГО ВПО «Донецкий национальный университет
экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк, ДНР

В настоящее время региональный рынок синтетических моющих средств находится в стадии активного формирования. Ассортимент средств для стирки ежегодно пополняется продукцией, в основном, импортируемой из-за рубежа, вследствие чего незначительное количество отечественных фирм-производителей функционируют в условиях жесткой конкуренции.

Конкурентоспособность является основополагающим фактором обращения товара на рынке и определяется как совокупность его потребительских свойств по степени соответствия общественным потребностям с учетом затрат на их удовлетворение, цен, условий поставки и эксплуатации в процессе потребления.

Ввиду важности данного вопроса, была проведена оценка конкурентоспособности гелей для стирки разных фирм изготовителей, реализуемых на рынке Донецкого региона.

Для анализа конкурентоспособности средств для стирки были отобраны шесть образцов гелей для стирки марок-производителей, имеющих наибольшие показатели по объемам продаж. Характеристика исследуемых образцов приведена в табл.1.

При оценке конкурентоспособности использовалась методика, включающая определение приоритетности продукции по отношению друг к другу, на основе интегральных показателей.

Таблица 1

Характеристика объектов исследования

Наименование	Состав	Объем, л	Цена, руб.
Образец№1 «Eclean-Soft» ООО «Центр управления качеством больничной гигиены», ДНР	Water, anlonic surfactants, nonioinic surfactants, GLDA-tetrasudium salt, chiormethillzotiazoline	0,5	85,00
Образец№2 «Gallus»«Zalchem», Германия	5-15% Anionic surfactants, <5% non-ionic surfactants,<5% phosphonates, perfume, preservatives	2	165,00
Образец№3 «ЧистоFF» ЧП «Производственная компания Барисервис», Республика Беларусь	Более 30% вода питьевая, 5% или более, но не менее 15% анионные ПАВ, амфотерные ПАВ, консервант, отдушка – не менее 5%	1	120,00
Образец№4 «Wirek» ZW«Agrochemat», Польша	5-15% Anionic surfactants, <5% non-ionic surfactants, enzymes, preservative, perfume	1	80,00
Образец№5 «Perwoll»«Henkel», Венгрия	5 - 15% анионные ПАВ <5% неионогенные ПАВ, мыло, энзимы, отдушки (амилциннамаль, лимонен), консерванты (бензотиазолин, метилизотиазолин)	1	190,00
Образец № 6 «Tide» «Procter & Gamble», Франция	5-15% анионные ПАВ, <5% неионогенные ПАВ, мыло, энзимы, консерванты, ароматизирующие добавки, цитронеллол, кумарин, гексилкоричный альдегид, линалоол	1	250,00

В процессе проведения исследования была сформирована экспертная комиссия в составе пяти человек. Эксперты заполняли таблицы-анкеты по выбору номенклатуры показателей для оценки уровня конкурентоспособности: консистенция (P₁); качество полоскания (P₂); внешний вид, цвет, запах (P₃); упаковка, удобство использования (P₄); моющая способность (P₅); количество циклов стирки (P₆); состав(P₇).

С целью определения согласованности мнений экспертов был рассчитан коэффициент конкордации, значение которого равно 0,82. Данный факт позволяет утверждать, что между мнениями экспертов имеется тесная связь.

После оценки согласованности мнений экспертов была построена средняя априорная диаграмма рангов для выбранных показателей (рис. 2).

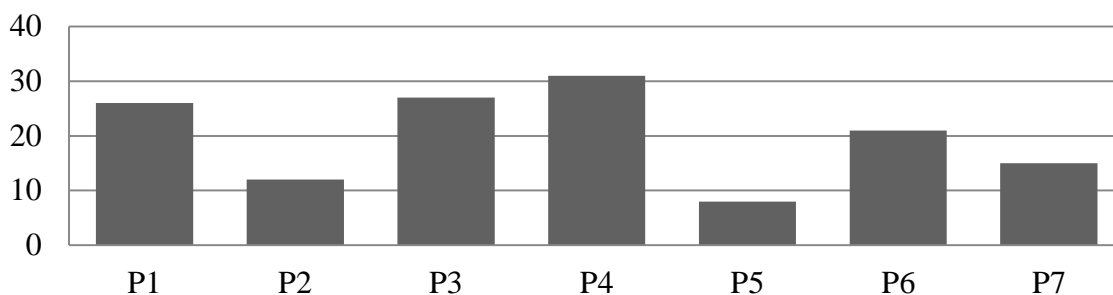


Рисунок 1 - Априорная диаграмма рангов показателей конкурентоспособности

На основании данных диаграммы был осуществлен окончательный выбор показателей, при этом показатели, расположенные значительно выше средней линии чисел не учитывались.

Таким образом, для оценки уровня конкурентоспособности гелей для стирки были выбраны показатели: качество полоскания, моющая способность, количество циклов стирки, состав.

Следующим этапом являлся расчет коэффициентов весомости для отобранных показателей. Данные отражены в табл.3.

Таблица 3

Расчет коэффициентов весомости показателей качества гелей для стирки

Наименование показателя	Сумма рангов по показателю	Коэффициент весомости m_i
Качество полоскания	12	0,26
Моющая способность	8	0,39
Количество циклов стирки (расход)	21	0,15
Состав	15	0,20
Всего:	56	1,00

На основании полученных данных было рассчитано значение функции полезности (комплексный показатель качества) для каждого из исследуемых образцов гелей для стирки. Данные отражены в табл.4.

Комплексные показатели качества исследуемых образцов гелей для стирки отображены на рис.1.

Таблица 4

Показатели	Наименование образцов					
	Eclean-Soft	Gallus	ЧистоFF	Wirek	Perwoll	Tide
Качество полоскания	1,15	1,03	0,88	1,02	1,20	0,99
Моющая способность	1,64	1,79	1,56	1,40	1,40	1,33
Количество циклов стирки	0,72	0,51	0,69	0,72	0,66	0,63
Состав	0,68	0,72	0,88	0,72	0,84	0,72
Всего:	4,19	4,05	4,01	3,86	4,1	3,67

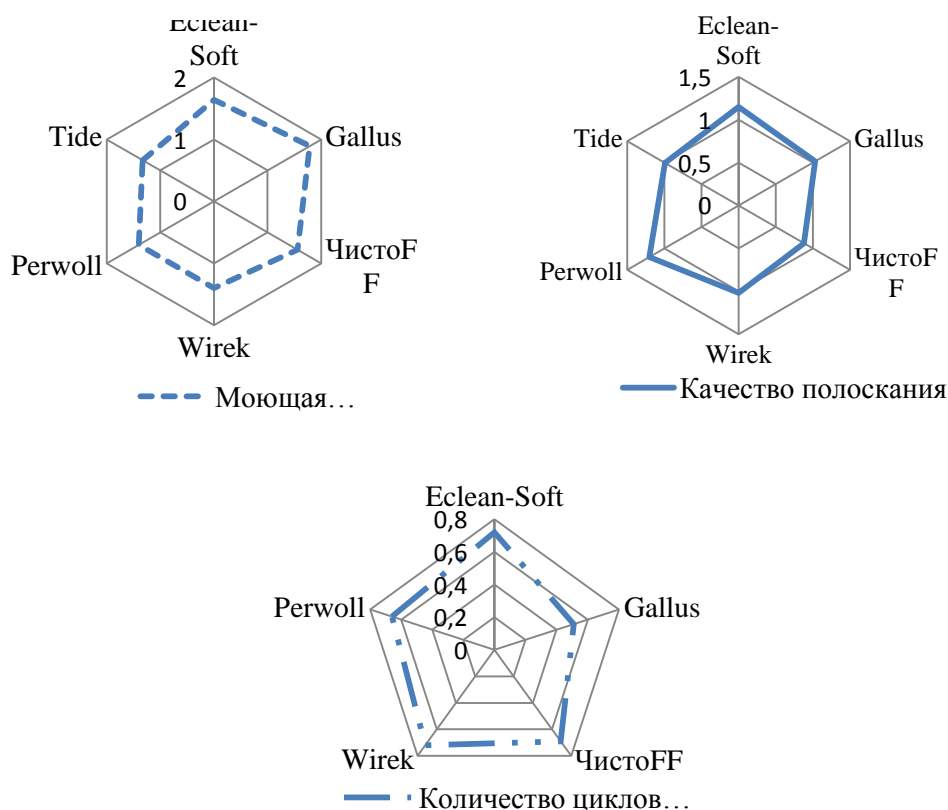


Рисунок 1 – Профилограммы комплексных показателей качества гелей для стирки. Все образцы имеют разные значения показателей качества.

На основе расчетов значения функции полезности было установлено окончательное ранговое распределение показателей и выбран базовый образец – гель для стирки образец № 1 «Eclean-Soft».

Заключительным этапом исследования являлась сравнительная оценка конкурентоспособности исследуемых гелей для стирки, результаты которой отражены в табл. 5.

Таблица 5

Сравнительная оценка конкурентоспособности гелей для стирки

Показатели	Наименование образцов					
	Eclean-Soft	Gallus	ЧистоFF	Wirek	Perwoll	Tide
Значение функции полезности (комплексный показатель качества)	4,19	4,05	4,01	3,86	4,1	3,67
Цена, руб.	85,00	165,00	120,00	80,00	190,00	250,00
Значение обобщений функций удовлетворения потребности (отношение цены изделия к цене базового образца)	4,93	2,45	3,34	4,83	2,15	1,46

Установлено, что основным фактором, обеспечивающим спрос на гели для стирки, является их моющая способность, т.к. коэффициент весомости данного показателя по результатам оценки экспертной комиссии составляет 0,39.

Среди исследуемых образцов гелей для стирки наиболее высоким уровнем качества обладает гель «Eclean-Soft» – 4,19 балла, наиболее низкий – гель «Tide»– 3,67 балла соответственно.

Сравнительная оценка гелей для стирки по соотношению цена/качество позволяет отметить, что лучшим в данной категории является образец «Eclean-Soft», т.к. он имеет наибольшее значение обобщений функций удовлетворения потребности – 4,93 соответственно.

Список литературы:

1. Исследование потребительских предпочтений на рынке средств для стирки. URL: <https://iom.anketolog.ru/2018/04/03/issledovanie-potrebitel-skih-predpochtenij-na-rynke-sredstv-dlya-stirki>

2. Фатхутдинов Р.А. Сущность конкурентоспособности. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-konkurentosposobnosti/viewer>

ФАКТОРЫ ИННОВАЦИОННОГО РОСТА ОТРАСЛИ ТОРГОВЛИ В РОССИИ

Потёмкин Даниил Андреевич

*студент 4 курса учетно-финансового факультета группы ЭК-41
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь*

*Научный руководитель: **Оборин Матвей Сергеевич***

д.э.н., профессор

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Нагоева Тамара Александровна

старший преподаватель

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Инновационная система представляет собой комбинацию процессов и ресурсов, интеллектуализацию труда и информатизацию общества как качественные характеристики социально-экономических процессов, степень развития которых позволяет определить тип экономики в зависимости от приоритетов ресурсов, характеристик рынка труда и инфраструктуры. Переход к инновационному типу развития в России в настоящее время ощущается повсеместно, в том числе и в отрасли торговли [6].

Отрасль торговли - часть народного хозяйства, обеспечивающая обращение товаров, их движение из сферы производства в сферу потребления. Она является серьезной бюджетообразующей отраслью, а также важнейшим стимулом развития национальной экономики, стимулирующим распределение инвестиций в объекты инфраструктуры и новых технологий управления товарными потоками [4].

Торговые рамки, режимы и потоки незаменимы для движения инноваций [3], в то же время для развития торговых отношений, роста эффективности, прибыльности, масштабов деятельности и ведения честной конкурентной борьбы в условиях рынка необходимо внедрение инновационных проектов. Глобализация товарных рынков объективно требует создания гибкой и

конкурентоспособной сферы внутренней торговли. Выполнение этой задачи во многом зависит от интенсивности внедрения инновационных процессов.

Факторы, ограничивающие инновационное развитие предприятий можно подразделить на две группы: отрицательно влияющие на разработку и внедрение инноваций в торговле (снижение спроса из-за высоких цен, и слабые стороны фирм, например, отсутствие квалифицированных кадров, законодательные ограничения) и сдерживающие инновационную активность. К последним можно отнести неопределенность внешней среды; высокие риски; дефицит собственных средств; неразвитость инновационной инфраструктуры; а также специфические для фирм факторы, включающие уровень персонала, недостаток возможностей кооперации с другими участниками рынка и пр. [2].

Организация разработки и внедрения инноваций в торговлю должна проводиться с учетом факторов внешней среды, выступающих в роли предмета и точки приложения усилий в силу неопределенности внешней среды. К таковым можно отнести потребителей, нормативно-правовую базу и рыночную ситуацию в целом. Во-первых, успешность инноваций зависит от эффективности удовлетворения реальных потребностей клиентов, их платежеспособного спроса, в сравнении с имеющимися на рынке предложениями. Во-вторых, законодательная база и политика государства устанавливает определенные правила и рамки для разработки, внедрения и результативности нововведений.

В то же время рыночную ситуацию в торговле раскрывают общие проблемы (как на рынке торговли, так и в смежных областях), конкуренция, включая проводимую конкурентами политику и взаимодействие между компаниями, возможность давления со стороны поставщиков и уровень проникновения современных технологий в торговый бизнес. В связи с вступлением России в ВТО под давлением иностранных сетей произошло ужесточение конкуренции в торговле [6].

Одним из инновационных решений в области обслуживания является применение самообслуживания. Во многих магазинах представлены различные

виды технологий самообслуживания (информационный киоск, касса самообслуживания, радиочастотные метки и личный помощник покупателя), пришедшие с Запада, способствующие привлечению потребителей и снижению издержек. Интернет является перспективной формой экономического сотрудничества, так как при этом отсутствуют различные виды барьеров, например, таможенные пошлины и другие инструменты законодательного регулирования. Развитие электронной торговли в России обусловлено изменением формата жизни и ценностных приоритетов потребителей с созданием условий для совершения быстрых покупок, ростом комфортабельности приобретения [6]. С целью воздействия на рынок также эффективно применяются маркетинговые инновации, представляющие собой творческий процесс, успех которого выражается в оригинальной демонстрации товара, его продвижении, рациональном складировании или назначении продажной цены [4].

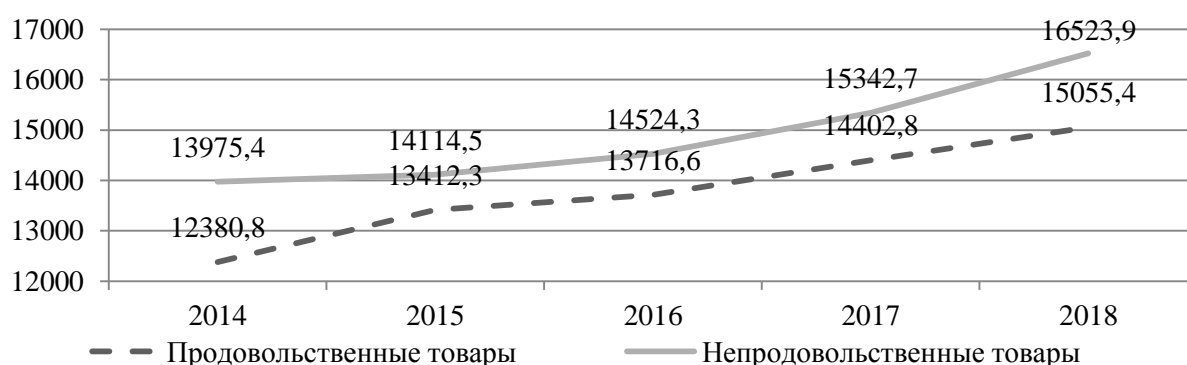


Рис.1. Оборот розничной торговли в 2014-2018 гг. по категориям товаров

Анализ оборота по категориям товаров показывает, что реализация непродовольственных товаров превышает торговлю пищевыми продуктами на протяжении всего периода. Объемы торговли отличаются положительной тенденцией на протяжении всего периода, в том числе по группе продовольственных товаров - рост на 21,6% за 5 лет, а непродовольственными – на 18,2%. В соответствии с темой необходимо выявить взаимосвязь роста объемов торговли с осуществляемыми инновациями.

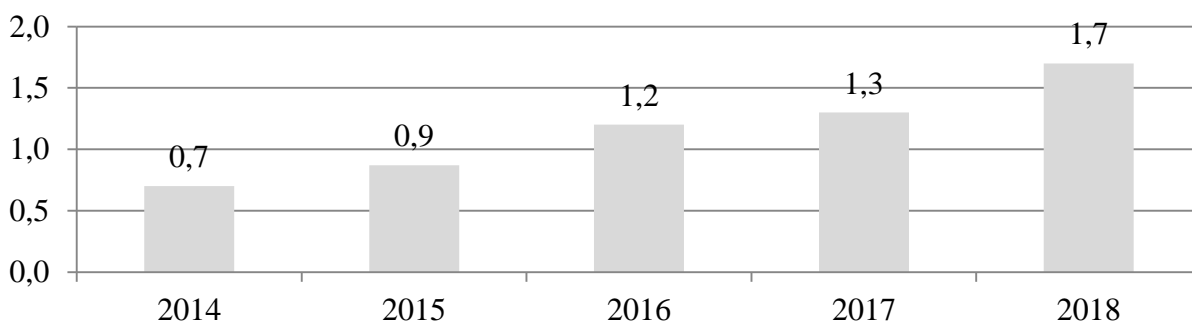


Рис. 2. Доля продаж через Интернет в общем объеме оборота розничной торговли, в процентах, %

Продажи через интернет хотя и занимают малую долю в нашей стране, но стабильно увеличиваются (в 2,4 раза за 2014-2018 гг.). В целом на рынке продолжается плавный переход в интернет-пространство и сокращение традиционного формата в силу его высоких накладных расходов (например, в Adidas, H&M, Metro, oodji) [5].

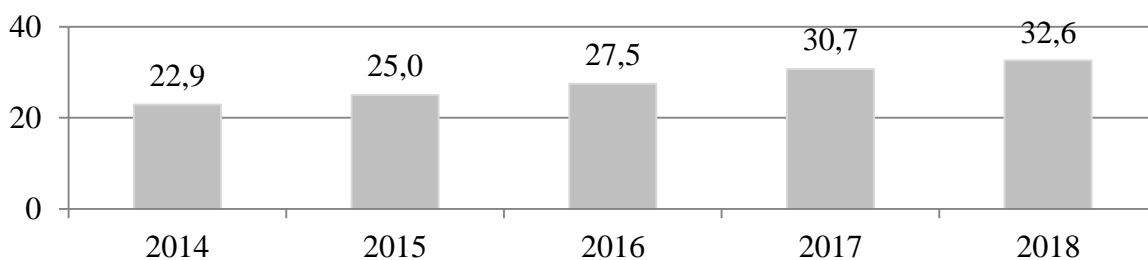


Рис.3. Доля розничных торговых сетей в формировании оборота розничной торговли, в процентах

Вместе с тем, значительная часть продаж в розничной торговле приходится на торговые сети (см.рис.3), причем их доля увеличивается (9,7% за 2014-2018 гг.)[7], что связано не с выходом новых участников на рынок, а с укреплением позиций существующих. Лидерами в данном секторе долгое время являются ритейлеры «X5 Retail Group» и «Магнит», увеличивая свою концентрацию и планомерное вытесняя региональных игроков [1].



Рис. 4. Обеспеченность населения торговыми площадями современных форматов на 1000 человек населения, м².

Положительная тенденция инновационного развития торговли при росте общего торгового оборота позволяет сделать вывод об их прямой взаимосвязи. Всего за пятилетний период обеспеченность торговыми площадями на единицу населения увеличилась на 32,1% [7]. В настоящее время наибольшая часть торговых площадок современных форматов представлена сетевым форматом. Небольшой магазин является в настоящее время редким явлением и наблюдается преимущественно в сельской местности, однако и в большинстве поселков городского типа уже имеется представительство сетевого ритейла в виде «Пятерочки» или «Магнита».

Несмотря на ужесточение законодательства в отношении производства и сбыта алкогольной и табачной продукции и снижение их потребления в России, алкогольные магазины являются рекордсменами по росту выручки и горизонтальному росту [1]. Конкурентными преимуществами данного бизнеса остаются неприхотливость в выборе помещений и малый метраж торговых точек, позволяющие выбирать площадки, не подходящие другим ритейлерам.

В качестве основной цели стратегии инновационного развития заявлено максимально полное удовлетворение потребностей населения в услугах торговли путем создания эффективной товаропроводящей инфраструктуры [6]. Кроме того, для повышения эффективности деятельности торговых структур и внедрения инноваций необходимо продолжать увеличивать количество торговых площадей, там, где это необходимо; долю современных инновационных форматов, долю интернет-торговли. Для обозначенных мер необходимы инвестиции в развитие инфраструктуры, создание условий для развития конкуренции в сфере торговли, поддержки малого бизнеса [7].

Список литературы:

1. Ануфриева Я.Д. Позиции торговых сетей в экономике России и тенденции их развития // Наука, техника и образование. - 2017. - №4 (34).
2. Бартюк О.В. Факторы инновационного экономического роста России // Вестник евразийской науки. - 2014. - №6 (25).

3. Красюк И.А., Бахарев В.В., Медведева Ю.Ю. Инновационные решения в розничной торговле // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. - 2017. - №3 (21).
4. Лесникова Э.П., Максимова Т.И., Нечаева С.Н. [и др.] Особенности коммерческой и инновационной деятельности в оптовой торговле // Научный журнал НИУ ИТМО. Экономика и экологический менеджмент, СПб - 2018. - С. 72-72
5. Оборин М.С. Основные риски при внедрении инноваций на предприятиях сферы услуг// Страховое право. 2018. № 1 (78). С. 47-54.
6. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года; утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 08.12.2011 № 2227-р.
7. Санталова М.С. Научно-инновационное развитие: государство и бизнес // Международный научно-исследовательский журнал. - 2015. - № 8–1(39). - С. 66–69.
8. Федеральная служба государственной статистики (Росстат). Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ФОТОУСЛУГ

Приданникова И.И.

студентка Пермского института (филиала)

РЭУ им. Г.В. Плеханова, г.Пермь

*Научный руководитель: **Бармина Элеана Эмильевна***

кандидат медицинских наук, доцент Пермского института (филиала)

РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

В связи с активным развитием социальных сетей, в которых люди стремятся показывать как можно больше красивых и качественных фотографий, а также с появлением новых технологий в области фотографии, фотоуслуги достаточно востребованы. Сегодня в мире большая часть фотографий делается не на профессиональные фотоаппараты, а на телефоны. Число лиц, оказывающих фотоуслуги населению, значительно возросло, т. к. на данном рынке отсутствует обязательная государственная регистрация участников, а с появлением умных гаджетов с мощными камерами сделать

хороший снимок становится доступно и просто. Этим обуславливается актуальность данной работы.

Цель данной работы: изучить рынок фотоуслуг в г. Пермь, проанализировать динамику и особенности его развития.

Методы исследования: наблюдение, анализ, сравнение, статистические методы.

В России фотоуслуги базируются на ГОСТ Р 52112-2003 от 01.01.2004 г. «Услуги бытовые. Фотоуслуги. Общие технические условия». Этот стандарт устанавливает общие технические требования к фотоуслугам, требования безопасности услуг для жизни и здоровья потребителей, сохранности их имущества и охраны окружающей среды. Согласно данному стандарту, фотоуслуга – это результат непосредственного взаимодействия исполнителей и потребителя, а также деятельность исполнителей, направленная на удовлетворение индивидуальных потребностей потребителей (заказчиков) в фотосъемке, химико-фотографической обработке фотоплёнок, изготовлении фотоотпечатков (фотоснимков) на фотобумаге и на различных изделиях. Фотоуслуги имеют свою классификацию по технологическому признаку, по методу и форме обслуживания, а также по уровню обслуживания [1, стр.1].

Изучение рынка услуг профессиональных фотографов в Перми оказалось достаточно проблематичным: получить точные количественные характеристики и полностью охватить всех участников данного рынка стало невозможно, поскольку статистическая информация по данной отрасли крайне разрознена.

Пермский рынок фотоуслуг, как и рынки фотоуслуг в других регионах, начал появляться в 90-х годах прошлого столетия. Ранее фотоателье находились в общественной собственности, но с переходом к рыночной экономике они стали менять свой облик и переходить в частную собственность. Первыми, у кого получилось создать свой бизнес по предоставлению фотоуслуг населению Перми, стали уличные фотографы. Они делали снимки, а также продавали некоторые фототовары. Затем стали появляться небольшие

фотомагазины. Они представляли собой небольшие палатки по предоставлению фотоуслуг и продаже фототоваров. В Перми такие магазины начали появляться сначала в центре города, в районе центрального колхозного рынка.

На начальном этапе становления на развитие пермского рынка фотоуслуг оказали влияние следующие факторы:

- 1) появление цветной фотографии;
- 2) появление доступных фотокамер одноразового и многоразового использования;
- 3) ввоз в страну иностранных фотолабораторий экспресс-печати, появление профессиональных мини-фотолабораторий [4].

Эти факторы также способствовали привлечению внимания различных слоев населения, а не только профессиональных фотографов.

В процесс развития пермского рынка фотоуслуг стали активно включаться частные компании и индивидуальные предприниматели. Как и по территории всей России, на пермском рынке стали появляться иностранные фототовары компаний AGFA, Kodak и Fuji.

Начиная с 2014 года, идет процесс формирования нового рынка фотоуслуг. Это обусловлено тем, что в последнее время активно внедряются инновации в электронных технологиях, внедряется новое оборудование для профессиональной фотографии.

Для того чтобы определить спрос на услуги профессионального фотографа в Перми, был проведен анализ статистики запросов фотоуслуг в инструменте Яндекс.Подбор слов. Для сравнения были проанализированы данные по столицам соседних субъектов РФ – Екатеринбург, Кирову, Оренбургу [7].

Количество показов в месяц – это абсолютное значение количества просмотров страниц по запросу из выбранного региона, а региональная популярность представляет собой долю, которую регион занимает в просмотрах по данному запросу, поделенную на долю всех просмотров результатов поиска, пришедшихся на выбранный регион. Чем выше процент

региональной популярности, тем большим спросом пользуются данные запросы на местном рынке. Результаты запросов отображены на рисунке 1 и 2.

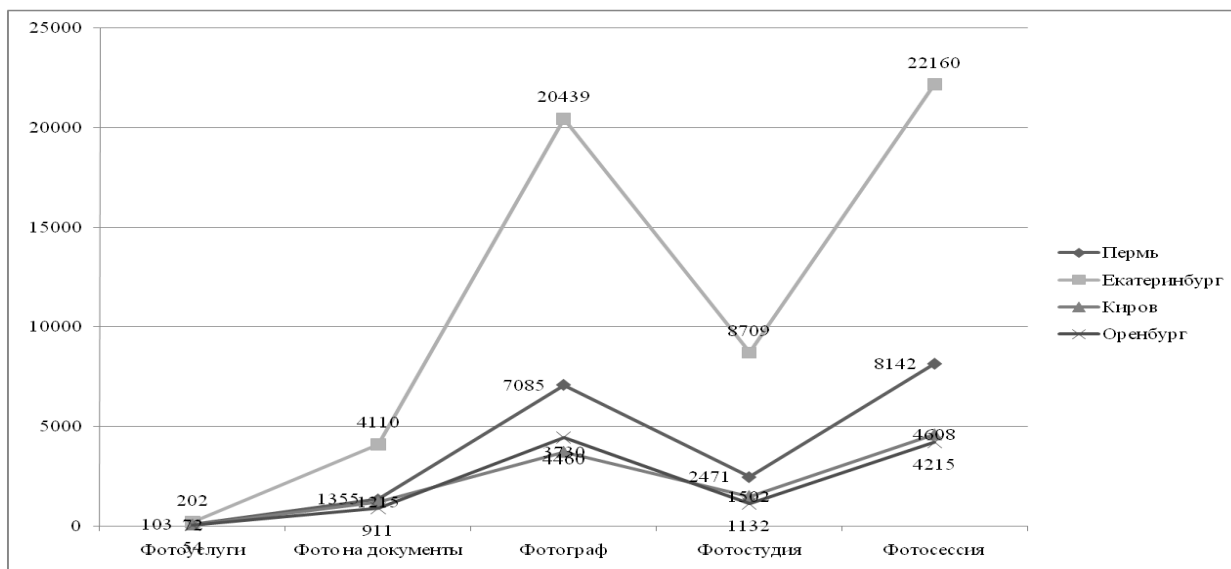


Рисунок 1. Количество показов в месяц

По данным рисунка 1 можно отметить, что количество показов запросов, связанных с фотографией, в г. Пермь довольно высоко и варьируется в пределах от 103 до 8142. По сравнению с столицами соседних субъектов РФ, Пермь занимает 2 место после Екатеринбурга.

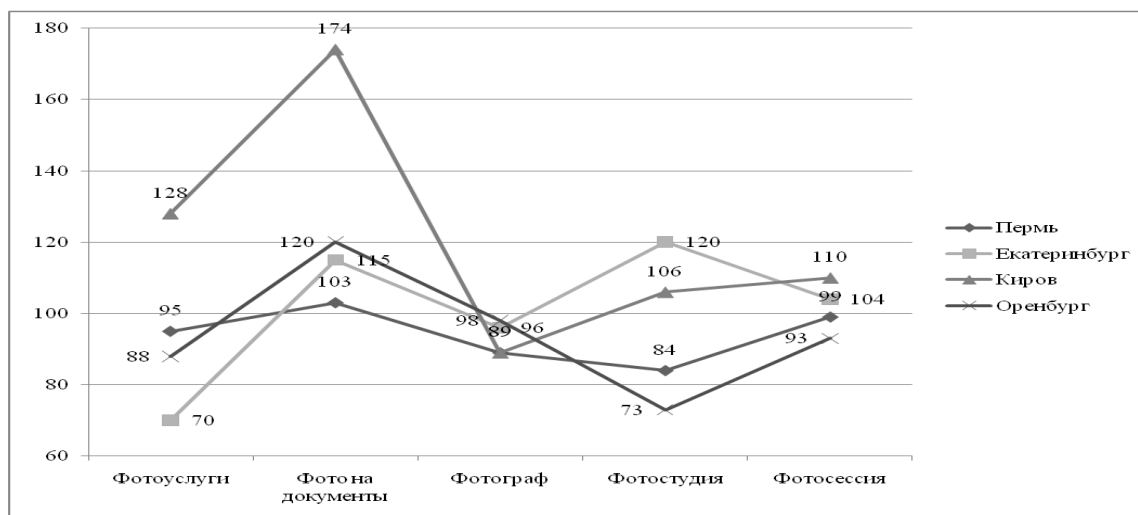


Рисунок 2. Региональная популярность

По данным рисунка 2 можно отметить, что фотоуслуги в Перми пользуются средним спросом. Показатели региональной популярности варьируются в пределах 84-103%. Наиболее популярными по Перми являются услуги изготовления фото на документы (103%).

Что касается предложения фотоуслуг в Перми, невозможно определить точное количество физических лиц и организаций, предоставляющих данный вид услуг населению, поскольку фотоуслуги не лицензируются, не подлежат сертификации и не входят в номенклатуру продукции и услуг, наблюдаемых органами статистики. Помимо зарегистрированных фотосалонов, ателье и т.д. на рынке существуют и физические лица, которые занимаются оказанием фотоуслуг неофициально, на дому.

В геоинформационной системе 2Гис был сделан запрос «фотоуслуги» в г. Пермь, по результатам которого было найдено более 148 организаций, предоставляющих фотоуслуги населению. В их число входят фотостудии, фотоателье, фотосалоны, фотоцентры и другие организации, связанные с фотографией [5].

Так как в настоящее время активно развиваются Интернет-технологии и социальные сети, нужно учитывать, что фотографы размещают свои объявления при помощи этих сервисов. Наиболее популярными на сегодняшний день являются социальные сети Вконтакте и Инстаграм.

По запросу «Фотограф Пермь» в социальной сети Вконтакте найдено 1187 сообществ – это свидетельствует о том, что в Перми многие фотографы занимаются предоставлением своих услуг населению без образования организации и открытия фотостудии. По запросу «Фотограф Пермь» в социальной сети Инстаграм было найдено более 1800 профилей, пользователи которых предлагают свои услуги фотографа.

Помимо социальных сетей в ходе исследования были использованы поисковые системы Яндекс и Google, а также справочная система АЛЛО-Пермь. В Google по запросу «фотограф Пермь» было найдено более 85 результатов, а в Яндекс – более 70. В справочной службе АЛЛО-Пермь по запросу «фотограф Пермь» было найдено 82 компании [8,6,7].

Результаты запроса «фотограф Пермь» отображены на рисунке 1.

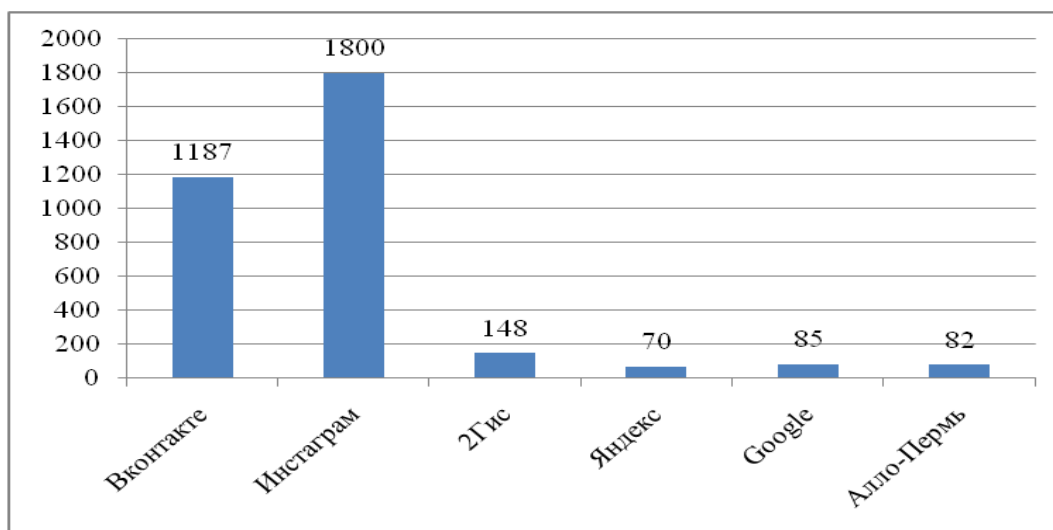


Рисунок 1. Результаты запроса «Фотограф Пермь» в различных Интернет-источниках

По данным рисунка 1 наблюдается тенденция широкого распространения объявлений фотоуслуг в социальных сетях. Особенной популярностью пользуется социальная сеть Инстаграм.

Таким образом, рынок фотоуслуг в Перми стал развиваться с 90-х годов XX века. Особенностью его развития является отсутствие лицензирования и сертификации лиц и компаний, предоставляющих фотоуслуги, слабая нормативно-правовая база и отсутствие программ развития данного рынка, сосредоточенность объявлений в социальных сетях. Спрос на пермском рынке фотоуслуг по сравнению с другими столицами субъектов России невысок, но, тем не менее, на рынке существует большое количество организаций, занимающихся предоставлением данного вида услуг населению, а также физических лиц, оказывающих услуги фотографа на дому или по выезду.

Список литературы:

1. ГОСТ Р 52112-2003 Услуги бытовые. Фотоуслуги. Общие технические условия. – Москва: Изд-во стандартов, 2003. – 12 с.
2. Швецов, М.Ю. Формирование и развитие рынка фотоуслуг: на примере г. Москва: дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. Наук / Швецов Михаил Юрьевич; Московский Государственный Университет Сервиса. – Москва, 2002. – 140 с.

3. Российский рынок фотоуслуг – перспективы развития. Демонстрационная версия [Электронный ресурс]: Маркетинговое агентство Step by Step. – Москва, 2009 – режим доступа: http://www.step-by-step.ru/upload/iblock/481/demo_photo_09.pdf

4. Файрушин М. Динамика развития и современное состояние фотобизнеса в России. Часть 1. – электрон. текст. дан. – 02.06.2014. – Режим доступа: <https://photowebexpo.ru/news/feed/Dinamika-razvitiya-i-sostoyanie-fotobiznesa-1>, свободный

5. 2Гис // Геоинформационная система [Электронный ресурс]. URL: <https://2gis.ru/perm> (дата обращения 17.04.2019).

6. Google // Поисковая система [Электронный ресурс]. URL: <https://www.google.com> (дата обращения 17.04.2019).

7. Алло пермь // Справочная система [Электронный ресурс]. URL: <http://xn--80awam.xn--p1ai/> (дата обращения 17.04.2019).

8. Яндекс // Поисковая система [Электронный ресурс]. URL: <https://yandex.ru/> (дата обращения 17.04.2019).

9. Яндекс.Подбор слов // Сервис Яндекса [Электронный ресурс]. URL: <https://wordstat.yandex.ru/> (дата обращения 17.04.2019).

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА ПИВА

Путилова Вера Анатольевна

студентка Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

научный руководитель: Воронина Эмма Васильевна

кандидат химических наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Россия занимает 19-е место в мире по потреблению пива на душу населения, которое составляет 55,5 л в год. Это в два с лишним раза меньше, чем в Чехии. В данной стране потребление данного напитка составляет 138 л в год на душу населения. При этом за последние годы потребление заметно сократилось: в 2013 году оно составило 71,2 л в год, в 2015 году — 59,6 л. [7].

Пивовары отмечают непредсказуемость регулирования рынка пива: постоянно появляются законодательные инициативы, вероятность реализации которых предсказать невозможно, сохраняется жёсткое регулирование на

уровне регионов. Однако позитивным моментом является то, что наметилась стабильность в подходе к изменению ставок акцизов.

Преобладание роли данного напитка в общем объеме розницы обуславливается перестроением тренда потребления. Переход к менее крепкому спиртному становится все более очевидным в связи с менее выраженным негативным эффектом. Повышение оздоровления нации во многом связано с вовлечением населения в требовательные профессии, поездки на автомобиле. Кроме того, население занято и в вечернее время, продолжая отдавать дань заработку.

Исследование рынка пива ежегодно подтверждает сезонность отрасли. В жаркую погоду объемы продаж неуклонно растут, обеспечивая высокую загрузку производства. Как только становится холоднее, коммерческие директора снова углубляются в недра маркетинга. Согласно официальной статистике, увеличение потребления в период с мая по июль обычно составляет порядка 6,3-11,5% [6].

Объем производства пива в 2017 году составил 745,6 млн. дал, что на 2,4% выше уровня 2016 года. Спад производства в 2013-2016 гг. был обусловлен резким повышением акциза на алкогольные напитки, введением ЕГАИС, что повлекло за собой сокращение количества игроков и производителей на рынке, сокращение спроса со стороны конечного потребителя и переход на более крепкие алкогольные напитки [6].

В целом можно отметить, что динамика производства пива имеет нестабильный характер, поскольку рынок алкоголя регулируется государством. Дальнейшее повышение акцизной ставки до 2020 года не планируется с целью сократить долю нелегального алкоголя на российском рынке. Данный риск связан с распространением контрафактной продукции на фоне роста потребительских цен на пиво.

Рост рынка пива в 2018 году не в последнюю очередь был связан со сдержанной ценовой политикой пивоваров. На протяжении большей части 2018 года отпускные цены производителей были довольно стабильны и только в

ноябре начали расти. При этом данные Росстата отражают медленный рост розничных цен на протяжении года [3].

Повышение цен производителями и рост НДС приведут к повышению розничной цены на пиво, что может негативно повлиять на рынок данной продукции. Теплая погода в апреле 2019 года наверняка поддержала продажи, однако жаркое лето 2018 года, может не повториться. Также стоит учитывать разовый фактор - подъем потребления в связи с FIFA в прошлом году. Наряду с некоторым охлаждением потребительских настроений эти факторы не позволяют ожидать высоких темпов роста рынка пива в 2019 году.

По данным Союза российских пивоваров за первые шесть месяцев 2019 года в пивоваренной отрасли наблюдалась положительная динамика. Такой эффект связан с отсутствием на федеральном и региональном уровнях мер, ужесточающих регулирование рынка.

Розничные продажи пива всей пивной продукции за полгода увеличились на 1,8% и составили 344 млн дал, из которых 36,3 млн дал — пивные напитки. При этом в первом квартале розничные продажи выросли на 5%, а во втором — снизились на 4% по сравнению с прошлым годом и составили 196,8 млн пива и напитков. [5].

Российский рынок пива практически полностью состоит из отечественной продукции. Доля импортной продукции в настоящее время составляет около 3 %. Причем, доля импорта и в дальнейшем будет сохраняться на довольно низком уровне. Импортируется в основном продукция премиум-сегмента, а также пиво белорусского производства (с заводов Carlsberg и Heineken) [6].

Поставщиков пива на российский рынок в зависимости от масштаба и географии можно разделить на четыре основные группы:

- 1) Транснациональные компании Carlsberg Group, AB InBev Efes, Heineken и Oasis CIS.

2) Около 75 национальных производителей, представленных преимущественно на региональных рынках, плюс «Трехсосенский пивзавод» и «Очаково» с российским капиталом, но федеральным охватом.

3) Малые пивовары - от промышленных минипивзаводов, заметных на локальном рынке, до крафтовых и ресторанных микропивоварен.

4) Импортёры пива [4].

В структуре производства пива подавляющую долю занимает светлое пиво, на которое приходится более 90% выпуска. На нефилтрованное и темное приходится 1,8% и 1,6% соответственно. Доля безалкогольного пива составляет 1,1%, но крупнейшие производители прогнозируют постепенное увеличение данного вида пива в среднесрочном периоде [6].

Не менее интересными при изучении рынка пива в России являются объемы выпуска, которые показывают отдельные марки пива. Популярность той или иной марки напитка обеспечивает поддержку тренда в течение всего года. Стоит отметить, что гиганты отрасли достаточно легко адаптируются к изменениям законодательства. Пока что изменения в регламенте продаж (запрет на реализацию в ночные часы) и ограничение на разлив в полиэтиленовые ПЭТ-бутылки более 1.5 литров достаточно сильно сказывается на малом бизнесе. Низкой чувствительностью к динамике рынка продолжают характеризоваться частные пивоварни [2].

Анализ рынка пива в России показывает и смену поведения самих потребителей. Рост стоимости и другие действия законодателя мало влияют на количество потребляемых спиртных напитков. Результатом осмысления ситуации стал разворот клиентов алкогольных заводов в сторону более дешевых напитков, включая и спиртные. Такие бренды как Carlsberg Group, Efes и, конечно же, Heineken, быстро отреагировали на доклад маркетологов и приступили к созданию новых технических условий [1].

Лидерами в ценовой категории до 50 рублей, находящихся в зоне предпочтения потребителей, остаются Gold Mine Beer и «Старый мельник» от

Efes, «Три медведя» от Heineken, традиционное «Жигулевское», которое производит Самарская компания.

В средней ценовой категории (от 50 до 70 рублей) лидерами потребления среди населения являются марки Velkopoprovicky Kozel и Zatecky Gus от Carlsberg EFES. В тройке лидеров уверенно занимает призовое место «Хамовники», производимое Московской пивоваренной компанией.

Люксовую категорию сегмента 70-100 рублей уверенно возглавляют два продукта от Heineken - Edelweiss и Guinness. В тройку входит продукт Oettinger от той же Московской пивоваренной компании [1].

Премиум марки не менее предпочитают российскими потребителями. В рейтинге неизменно держатся сразу три немецкие марки пива Franziskaheer, Spaten, Hoegaarden.

В премиум сегменте мировых производителей пива российский потребитель предпочитает марку Franziskaheer (Германия). Лишь на 9 месте рейтинг немецких и чешских пивоваров уверенно разбавляет продукт ирландских традиций Guinness.

Эксперты оценивают состояние и перспективы развития рынка пива более чем перспективное. Смена тренда потребления в сторону менее крепких напитков воодушевляет не только крупных производителей, но и владельцев частных пивоварен. Крафтовое пиво все больше набирает поклонников благодаря новым рецептам и наличию статуса «живое».

В среднесрочной перспективе, в связи с популяризацией здорового образа жизни, ожидается, что положительные темпы прироста будут составлять не более 1% на фоне предполагаемого ужесточения мер по производству и реализации поддельного алкоголя, а также сдерживания роста акцизных ставок на слабоалкогольные напитки. Кроме того, производители прогнозируют рост популярности безалкогольного пива.

В последние годы российский рынок пива становится все интереснее и многообразнее. В различных сегментах рынка (ценовых, вкусовых, по

крепости, географических и т.п.) сокращаются доли массовых брендов и сортов, зато быстро растут небольшие и оригинальные.

Список литературы:

1. Анализ рынка пива в России в 2018 году [Электронный ресурс]. – URL: <https://alterainvest.ru/rus/blogi/analiz-rynka-piva-rossii-v-2018-godu-2018/> (дата обращения 15.11.2019 г.)

2. Как будет развиваться рынок пива: прогнозы экспертов [Электронный ресурс]. URL: <https://businessmal.ru/kak-budet-razvivatsya-rynok-piva-prognozy-ekspertov.html> (дата обращения 10.11.2019 г.)

3. Обзор российского рынка пива – Исследования компании Euromonitor International [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.pivnoe-delo.info/2017/09/22/obzor-rossijskogo-rynka-piva-issledovaniya-kompanii-euromonitor-international/> (дата обращения 15.11.2019 г.)

4. Пивное дело 2-2019. Россия: рынок пива усложняется [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.pivnoe-delo.info/2019/05/20/pivnoe-delo-2-2019-rossiya-rynok-piva-uslozhnyaetsya/> (дата обращения 10.11.2019 г.)

5. Производство пива в России увеличилось за полгода на 1% [Электронный ресурс]. – URL: <https://profibeer.ru/beer/proizvodstvo-piva-v-rossii-uvelichilos-za-polgoda-na-1/> (дата обращения 10.11.2019 г.)

6. Рынок пива в России [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.indexbox.ru/news/rynok-piva-v-rossii-potreblenie-vyroslo-na-5-procentov/> (дата обращения 12.11.2019 г.)

7. Союз российских пивоваров: рост производства пива в 2018 году составил 4,1% [Электронный ресурс]. – URL: <https://profibeer.ru/analytics/soyuz-rossijskix-pivovarov-rost-proizvodstva-piva-v-2018-godu-sostavil-41/> (дата обращения 10.11.2019 г.)

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В ОТРАСЛИ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В ПЕРМСКОМ КРАЕ

Пьянкова Наталия Викторовна

*студентка 4 курса учетно-финансового факультета группы ЭК-41
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь*

*Научный руководитель: **Оборин Матвей Сергеевич***

д.э.н., профессор

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Одним из направлений глобализации мировой экономики является расширение объемов международной торговли. Однако зачастую национальные интересы одной страны противоречат целям и интересам других, что приводит к их противостоянию и использованию санкций - ограничивающих мер с целью воздействия на политику конфронтующего государства. В данной связи последним как мера защиты национального рынка и производителей может применяться политика импортозамещения. Вышесказанное обуславливает значимость и актуальность данной темы в России в настоящий момент.

Импортозамещение представляет собой способность национальной экономики развиваться на основе самостоятельного производства необходимых благ при ограничении импорта. Оно подразумевает создание дополнительных производств, заменяющих импорт и позволяющих делать экономику независимой от внешнеэкономических рисков, сговоров группировок стран [3; 9].

Российская политика импортозамещения исходила из выбора импортоориентированных производств на основании потребительского спроса, использования незагруженных мощностей и развития инновационных компаний. За период осуществления импортозамещающих программ произошли позитивные перемены в ряде отраслей промышленности и сельском хозяйстве, в том числе и в химической промышленности [1].

Рынки химической продукции, в особенности высокотехнологичной, динамично развиваются. Сама отрасль отличается постоянным совершенствованием, расширяет сырьевую базу промышленности,

строительства, является условием интенсификации сельского хозяйства (производство минеральных удобрений), а также удовлетворяет спрос населения на продукцию народного потребления (лекарства, бытовая химия). При этом рост экспорта химической продукции в последние годы стал фактически единственным направлением роста несырьевого экспорта. Однако можно выделить целый ряд глобальных факторов, в перспективе замедляющих темпы роста масштабов реализации и потенциально снижающих уровень развития химической промышленности [3]:

1. Циклическое замедление роста мировой экономики, торговые войны;
2. Рост обеспокоенности потребителей по поводу вреда, наносимого окружающей среде пластиком или химическими веществами, применяемыми в пищевой и фармацевтической промышленности;
3. Ужесточение законодательства, связанное со стремлением ограждения людей от негативного влияния химикатов (например, от веществ, способных нарушать работу эндокринной системы, органов, провоцирующих онкологию);
4. Рост или волатильность цен на сырье, например, непредсказуемость цен на нефть и газ – ключевых видов сырья для химической промышленности;
5. Дисбаланс спроса и предложения вследствие чрезмерного внутреннего расширения производственных мощностей и конкуренции на мировом рынке.

Основной проблемой российской химической отрасли является разрыв между развитием рынка товаров и самого химического комплекса [1], обусловленный преобладанием производств низкого передела и износом мощностей, неспособных удовлетворить спрос на высокотехнологичную продукцию. Возникающие проблемы связаны с недостаточностью инвестиций, сложностями в использовании технологий, ростом издержек производства из-за низкой производительности, инфляцией. Это влечет рост цен на отечественную продукцию при недостаточном улучшении ее свойств и несоответствии международным стандартам качества.

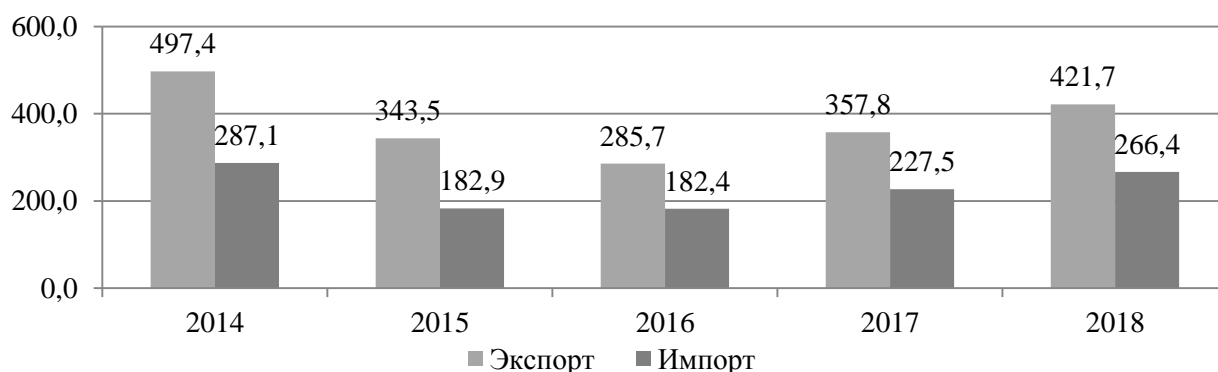


Рис 1. Показатели объемов экспорта и импорта в России за 2014-2018 гг., млрд. долл. [7]

Данные свидетельствуют о сокращении торгового оборота в 2015-2016 гг. и о возобновлении его роста в 2017-2018 гг. В структуре последнего на протяжении всего периода экспорт занимает более 61%, превышая долю импорта.

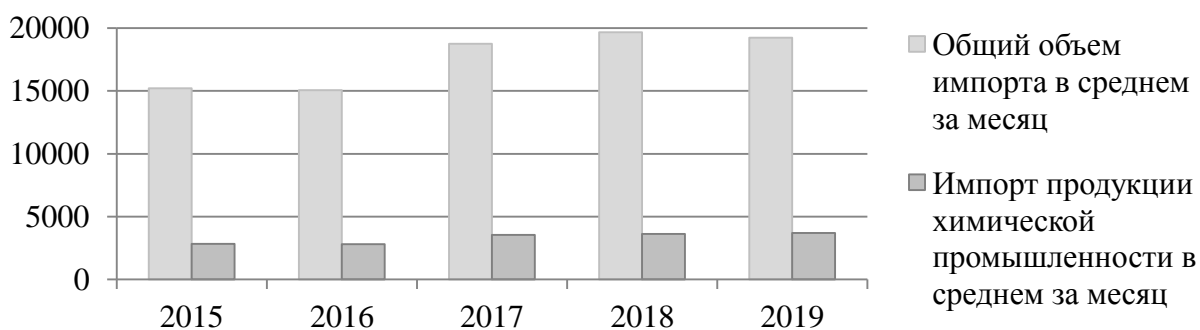


Рис 2. Средние объемы импорта в целом и по категории химической промышленности по России за 2015-2019 гг. в млн. долл. [7]

В структуре импорта наблюдается рост импортируемой продукции химической промышленности, пропорциональный росту всего импорта в России, – с 18,61 до 19,22% в общем объеме к 2019 году. Такое положение свидетельствует о зависимости страны от импорта товаров высокотехнологического передела. Снижение импорта данной группы в 2015-2016 гг. связано отчасти со снижением потребления вследствие роста цен на фоне валютных скачков.

В Пермском крае химическая промышленность – одна из ключевых отраслей. В этой сфере работает 278 предприятий, 29 тысяч человек, это более 18% работников всей обрабатывающей промышленности региона. Преобладающие области - минеральные удобрения, химия углеводородов,

пластмассы, резина и лакокрасочные вещества [2]. Исходя из чего, интерес представляет рассмотрение импортозамещения по отрасли в динамике.

Таблица 1

Объемы экспорта и импорта Пермского края в целом и по категории химической промышленности за 2014-2018 гг. в млн. долл. [6]

Показатели	2014	2015	2016	2017	2018	Отклонение за период, млн. долл.	Темп за период, %
Экспорт - всего	7642,9	6355,7	4183,6	4982,5	5384,4	-2258,5	70,45
Экспорт продукции химической промышленности	3757,1	3885,4	2566,5	2908,4	3026,8	-730,3	80,56
Импорт - всего	1071,3	672,3	713,8	679,6	791,4	-279,9	73,87
Импорт продукции химической промышленности	177,5	136,6	148,1	161,6	149,4	-28,1	84,17

Как видно из данных, в целом динамика отрицательна. Экспорт в целом сократился на 29,55%; импорт – на 26,13%, а в химической отрасли показатели снизились на 19,5 и 15,9% соответственно, то есть сокращение масштабов торговли не привело к полной стагнации в отрасли. Экспорт занимает более половины структуры вывоза товаров, в то время как импорт варьируется от 16,6 до 23,8%, что связано с зависимостью от импортного сырья обрабатывающей промышленности края.

Для эффективного импортозамещения в силу специфики региона необходимо создание экспортоориентированной продукции, поэтому рассмотрим более детализировано структуру экспорта в 2018 году.

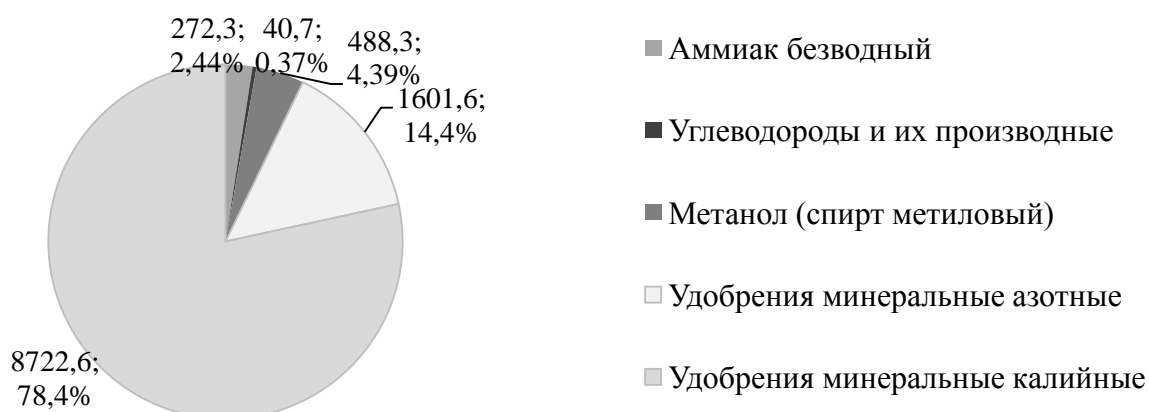


Рис 3. Экспорт продукции химической отрасли Пермского края в 2018 году, тыс. тонн [6]

Данные свидетельствуют об ориентации экспорта на минеральные удобрения: 78,4% приходится на калийные и 14,4% - на азотные. Также выделяются метанол (4,39%), аммиак (2,44%) и углеводороды (0,37%), что говорит о насыщенности отрасли низкопередельными товарами.



Рис 4. Графики динамики импорта продукции химической промышленности по категориям за 2014-2018 гг. [6]

На графиках отражается динамика потребления наиболее востребованных импортных товаров: фармацевтики, пластмасс, шин и покрышек. Результаты импортозамещения неоднозначны, на что указывает рост потребления фармацевтических товаров (в 20 раз) и пластмасс (на 13%). При этом к 2017 году наблюдается переход на отечественные шины и покрышки.

Импортозамещение и развитие экспортного потенциала должны происходить на основе конкурентоспособного производства, особую роль следует отводить поисковой и внедренческой сферам аграрной науки. Только на стыке науки, новых технологий, высокого уровня квалификации кадров, на основе совершенного экономического механизма может быть решена задача обеспечения страны необходимой отечественной продукцией.

Список литературы:

1. Адушев М. Н., Лагутенко С. Н. Проблемы импортозамещения товаров в России и пути их решения // Молодой ученый. — 2016. — № 9. – С. 4-11.
2. Пыткин А.Н., Урасова А.А. Специфика развития металлургической отрасли в Пермском крае в условиях действия фактора ВТО и экономических санкций // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. 2015. №2 (12). С. 98-103.
3. Решетило Т.В. Импортозамещение в России: проблемы и перспективы // Вестник ТИУиЭ. 2016. №2 (24). С. 85-94.
4. Светлакова С.А. Этапы реализации основных направлений импортозамещения в условиях формирования продовольственной безопасности региона // Вестник Прикамского социального института. 2018. №2 (80). С. 52-61.
5. ИА РИА Новости - Импортозамещение в химической промышленности России (от 09.08.2018) [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ria.ru/>
6. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю (Пермьстат). [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://permstat.gks.ru/> (дата обращения: 08.11.2019)
7. Федеральная служба государственной статистики (Росстат) [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 08.11.2019)
8. Шерешева М.Ю., Оборин М.С., Березка С.М. Маркетинг малых городов как фактор устойчивого развития региона// Маркетинг в России и за рубежом. 2018. № 1. С. 63-73

ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Рямова Дарья Александровна

студентка Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Научный руководитель: Оборин Матвей Сергеевич

д.э.н., профессор

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Нагоева Тамара Александровна

старший преподаватель Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В.

Плеханова, г. Пермь

Здравоохранение – это одна из основных отраслей социальной сферы, влияющая на качественный уровень жизнедеятельности человека. Поэтому,

развитие системы здравоохранения является одним из приоритетных направлений государственной социальной политики. В настоящее время, бюджетные учреждения являются не единственными представителями медицинский услуг. Существует множество частных клиник, готовых предоставить медицинские за некоторую плату.

Прежде чем рассматривать данную тему, необходимо дать понятие термину «медицинская услуга».

Часто понятие «медицинская помощь» и «медицинская услуга» отождествляют. Дадим определение каждому из них.

В Федеральный закон N 323-ФЗ "Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации" понятие «медицинская помощь» определяется как комплекс мероприятий, направленных на поддержание и (или) восстановление здоровья и включающих в себя предоставление медицинских услуг [1].

В том же законе, термин «медицинская услуга» трактуется следующим образом – это медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение [1].

Согласно социальным опросам, жители России считают, что самые главные проблемы со здравоохранением связаны со следующими факторами:

- недостаточность квалифицированных специалистов и низкий уровень компетентности тех, кто работает в клиниках;
- недоступность лекарственных средств и медицинских услуг – имеется ввиду завышенная цена на предоставление медицинских услуг и на продаваемые лекарства;
- недостаточная оснащенность клиник и больниц современным оборудованием – большинство оборудования в бюджетных учреждениях не обновлялось уже несколько десятков лет;

- низкий уровень обслуживания – сюда можно отнести: некомфортабельные помещения, длинные очереди, нехватка сидячих мест, некомпетентность персонала, халатное отношение и др.

Причины такого положения здравоохранения в России определяется также рядом причин.

Из-за недостатка бюджетных медицинских учреждений в связи с медицинской реформой последних лет (сокращение мелких поликлиник и перевод пациентов в областные медицинские учреждения) происходит формирование длинных очередей и осуществляется большой наплыв людей ежедневно. Персонал поликлиник не справляется с таким количеством пациентов, поэтому каждому пациенту уделяется ограниченное количество времени, что и приводит к неправильным диагнозам и лечению.

Недостаток современного оборудования приводит к тому, что пациенты не могут получить необходимую медицинскую помощь вовремя и вынуждены ехать областные центры, которые, зачастую, расположены далеко, либо и вовсе оставаться без обследования, поскольку стоимость лечения часто остается недоступной для среднестатистических граждан.

Халатное обращение медперсонала с пациентами, неправильные диагнозы, некачественное обслуживание – все это последствия недостаточной стимуляции работников сферы здравоохранения – низкие зарплаты и многочасовой рабочий график – это приводит к тому, что высококвалифицированные специалисты меняют место работы на частную клинику, либо и вовсе покидают территорию страны [5].

Исходя из выше предоставленных факторов, можно сделать вывод о том, что благодаря халатности властей широко развивается рынок платных медицинских услуг, открываются новые клиники, готовые предоставить свои медицинские услуги с помощью современного оборудования, практически в срочном порядке и с добродушным отношением к посетителю, но за определенную плату.

В Постановлении Правительства РФ N 1006 "Об утверждении Правил предоставления медицинскими организациями платных медицинских услуг" "платные медицинские услуги" определяются как медицинские услуги, предоставляемые на возмездной основе за счет личных средств граждан, средств юридических лиц и иных средств на основании договоров, в том числе договоров добровольного медицинского страхования [2].

По данным Росстата, составим график объема платных медицинских услуг населению (рис. 1).

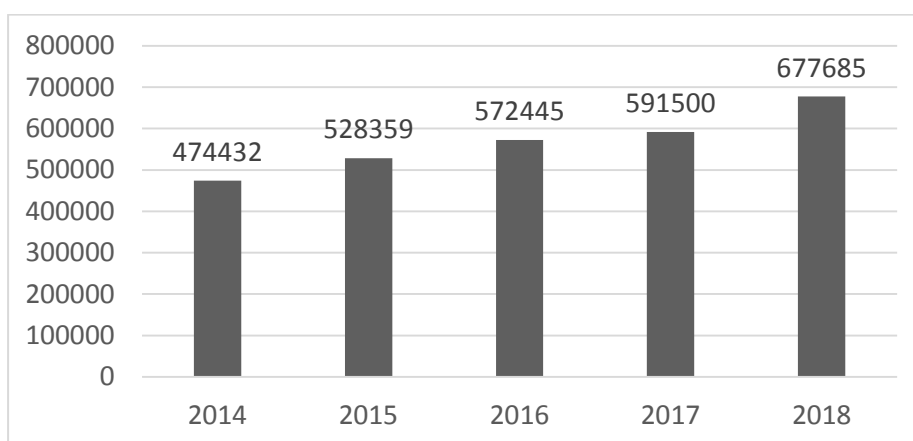


Рис. 1. Объем платных медицинских услуг населению, млн. руб. [7]

Исходя из представленных данных, можно сделать вывод о том, что рынок платных медицинских услуг стремительно растет и развивается, в графике четко прослеживается тенденция к росту.

Рассмотрим структуру рынка платных медицинских услуг в 2018 году (рис. 2).



Рис. 2. Структура рынка платных медицинских услуг в 2018 г. [7]

Таким образом, около трети на российском рынке занимают медицинские услуги по стоматологии (32,5%), на втором месте располагаются услуги по диагностике и обследованию, а третье место занимают услуги по гинекологии и урологии.

На развитие рынка платных медицинских услуг влияют многие факторы, такие как: рост частных медицинских учреждений, развитие системы предоставления платных медицинских услуг, рост благосостояния населения, некомпетентное отношение персонала в бюджетных учреждениях, долговременность ожидания получения бесплатной медицинской услуги [6].

К общим тенденциям развития рынка платной медицины можно отнести расширение профиля оказываемых частными клиниками услуг, а также дальнейшее формирование и укрупнение сетей медицинских учреждений.

Основными тенденциями развития рынка медицинских услуг в целом являются [3]:

- рост доли платных услуг;
- расширение спектра услуг;
- обновление технологической составляющей;
- высокие темпы научно-технического прогресса и освоение новых технологий;
- совершенствование клинической практики;
- укрупнение размеров платных учреждений, расширение профиля коммерческих учреждений, появление сетей;

Таким образом, главными проблемами здравоохранения в Российской Федерации являются: недостаточность квалифицированных специалистов и низкий уровень компетентности тех, кто работает в клиниках, недоступность лекарственных средств и медицинских услуг, недостаточная оснащенность клиник и больниц современным оборудованием и низкий уровень обслуживания.

На современном этапе широко развивается рынок платных медицинских услуг и имеет устойчивую тенденцию к росту. Поэтому, к ключевым

тенденциям развития рынка платной медицины относится расширение профиля оказываемых частными клиниками услуг, а также дальнейшее формирование и укрупнение сетей медицинских учреждений.

Основными тенденциями развития рынка медицинских услуг в общем являются: рост доли платных услуг, расширение спектра услуг, обновление технической составляющей и др.

Список литературы:

1. Федеральный закон "Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации" от 21.11.2011 N 323-ФЗ.
2. Постановление Правительства РФ N 1006 "Об утверждении Правил предоставления медицинскими организациями платных медицинских услуг".
3. Лысова Е.А., Рынок медицинских услуг: особенности и тенденции развития, Studium. 2018. № 4 (49). С. 9-15.
4. Борис Бернацкий, Опережая болезни: как меняется рынок платных медицинских услуг <https://rbc.ru/>.
5. Главные проблемы в медицине РФ 2018 <https://skladmed.ru/blog/glavnye-problemy-v-meditsine-rf-2018/>.
6. Оборин М.С. Основные риски при внедрении инноваций на предприятиях сферы услуг// Страховое право. 2018. № 1 (78). С. 47-54.
7. Федеральная служба государственной статистики <https://www.gks.ru/>

ОСОБЕННОСТИ И ПОКАЗАТЕЛИ РАЗВИТИЯ САНАТОРНО-КУРОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Соколова Екатерина Дмитриевна
студентка

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь
Научный руководитель: **Оборин Матвей Сергеевич**
д.э.н., профессор

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь
Нагоева Тамара Александровна
старший преподаватель
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Санаторно-курортный комплекс выполняет важную роль при решении проблем по восстановлению здоровья населения. Здоровье граждан - составная часть состояния всего общества. Оно определяет безопасность нации.

В ОКВЭД представлена следующая информация о санаторно-курортной деятельности: это медицинская помощь, осуществляемая санаторно-курортными организациями в профилактических, лечебных и реабилитационных целях на основе использования лечебных ресурсов в условиях пребывания в лечебно-оздоровительных местностях и на курортах [2].

Рассмотрим понятие «курорт». Курорт – место, по своим природным условиям благоприятное для устройства лечебного заведения [4]. Согласно Федеральному закону «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах» курорт – освоенная и используемая в лечебно-профилактических целях особо охраняемая природная территория, располагающая природными лечебными ресурсами и необходимыми для их эксплуатации зданиями и сооружениями, включая объекты инфраструктуры [1].

Рассмотрим понятие «санаторий». Трактуют санаторий как медицинское учреждение, в котором в лечебно-профилактических целях используют природные ресурсы, в сочетании с различными методами лечения при обязательном соблюдении больными санаторно-курортного режима [3].

Таким образом, санаторно-курортная деятельность – вид человеческой деятельности в форме услуги, выполняемой для удовлетворения потребностей человека в лечении, отдыхе, для повышения капитала здоровья.

К показателям развития санаторно-курортных деятельности относят: число санаторно-курортных организаций, число мест, численность размещенных лиц, число ночевков, доходы и расходы СКО.

Проведем оценку развития санаторно-курортной отрасли в России (табл. 1).

Таблица 1

Анализ деятельности санаторно-курортных организаций РФ [5]

Показатели	2013	2014	2015	2016	2017
1. Число СКО, всего	1840	1905	1878	1832	1802
Отклонение	-	65	-27	-46	-30
Темп роста, %	-	103,5	98,6	97,6	98,4
2. Число мест в СКО	407388	443405	447035	445994	428761
Отклонение	-	36017	3630	-1041	-17233
Темп роста, %	-	108,8	100,8	99,8	96,1

Показатели	2013	2014	2015	2016	2017
3. Численность размещенных	5682543	6087366	6100583	6440175	5982469
Отклонение	-	404823	13217	339592	-457706
Темп роста, %	-	107,1	100,2	105,6	92,9
4. Число ночевочек	77379859	81555912	82365374	81047250	77295270
Отклонение	-	4176053	809462	-1318124	-3751980
Темп роста, %	-	105,4	101,0	98,4	95,4
5. Доходы от предоставляемых услуг (тыс. руб.)	100286118,8	113885409,8	128648357,3	138111537,9	135693953
Отклонение	-	13599291	14762947,5	9463180,6	-2417584,9
Темп роста, %	-	113,6	112,9	107,4	98,2
6. Затраты, связанные с производством и реализацией услуг, т.р	123465683	134877822,3	151222578,4	166372061,6	145849479,4
Отклонение	-	11412139,3	16344756,1	15149483,2	-20522582,2
Темп роста, %	-	109,2	112,1	110,0	87,7

Полученные данные отразили, что число действующих организаций стабильно снижается, начиная с 2014г. Это связано с отсутствием целевых программ по устойчивому социально-экономическому развитию СКО. Так, например, в 2017 г. по сравнению с 2016 количество организаций уменьшилось на 30. Соответственно, снижается и количество мест в СКО. Численность размещенных лиц в СКО стабильно росла с 2013 по 2016, однако в 2017г. фиксируется резкое снижение данного показателя на 7%. Число ночевочек, начиная с 2015г, снижается, так, например, в 2017г этот показатель упал на 5%. Темп роста доходов организаций данной отрасли также имеет стабильную тенденцию к снижению. Также снижаются затраты организаций на 12,3% в 2017, это связано с сокращением количества СКО. Расходы СКО превышают доходы, что свидетельствует об убыточности предприятий данной отрасли. Темп снижения расходов больше темпа снижения доходов, что является положительным моментом. Таким образом, можно сделать вывод о том, что данная отрасль в РФ в последние годы не развивается, о чем свидетельствуют выше представленные показатели.

В результате анализа выявляются следующие проблемы [5]:

- 1) устаревший фонд основных средств санаторно-курортных комплексов;
- 2) неиспользование ресурсного, климатического и потенциала регионов России;
- 3) сезонность функционирования санаторно-курортных комплексов;

- 4) низкий уровень развития маркетинга и рекламы;
- 5) маленький ассортимент предоставляемых лечебно-оздоровительных услуг;
- 6) высокая стоимость и низкое качество санаторно-курортных услуг;
- 7) недостаточная квалификация сотрудников;
- 8) неразвитость нормативно-правового государственного регулирования;
- 9) недостаточность инвестиционной привлекательности;
- 10) низкая конкурентоспособность санаторно-курортных комплексов;
- 11) устаревшие методики лечения;
- 12) неразвитость транспортной инфраструктуры;
- 13) низкий уровень экологии и высокий уровень загрязнения природы.

Таким образом, в современных условиях существует ряд проблем развития санаторно-курортной деятельности, что не позволяет вывести санаторно-курортный туризм на новый уровень и сделать его конкурентоспособным.

Для решения проблемы создания и развития инфраструктуры предлагается увеличить льготы хозяйствующим субъектам в сфере санаторно-курортного и реабилитационно-восстановительного лечения.

Для решения проблемы повышения транспортной доступности санаторно-курортных организаций нужно снизить стоимость тарифов перевозок [7].

Для решения проблемы продвижения и популяризации санаторного отдыха необходимо подчеркнуть важность специалиста по продвижению в социальных сетях – SMM менеджера, который знает современные способы рекламы в интернете для привлечения потенциальных клиентов.

Для решения проблемы недостаточной квалификации сотрудников целесообразно было бы создать совет, в который входили бы представители Министерства образования, члены Минздравсоцразвития РФ, преподаватели образовательных учреждений, работодатели, которые бы работали над стандартами обслуживания, правовой базой, должностными инструкциями ключевых должностей санаторных учреждений, разработкой уникальной

методики подготовки кадров, которую можно было бы внедрить в процесс обучения образовательных учреждений. На базе такого органа можно открыть научно-образовательный центр, где читались бы курсы по повышению квалификации. Также следует увеличить объемы преподавания курортологии на стадии обучения студентов, а также увеличить количество кафедр, проводящих обучение по повышению квалификации и аттестации работников санаторно-оздоровительной индустрии. Важным направлением для повышения профессиональных знаний является среда, которая объединяет профессионалов и заинтересованных в развитии санаторного дела лиц – конференции и выставки, где каждый может почерпнуть для себя недостающие знания, задать вопросы, поделиться мнением и обменяться полезными контактами.

Открытым остается вопрос о стоимости путевки. Для привлечения клиентов важно предложить гибкую систему скидок, разработать программу лояльности и бонусов за проживание.

Таким образом, можно сделать вывод, что на современном этапе санаторно-курортное дело является наиболее перспективным в решении задачи укрепления и восстановления здоровья граждан. В условиях перехода российской экономики на рыночные принципы хозяйствования рациональное использование российских курортов приобретает еще большее значение. Но нельзя не отметить тот факт, что из года в год санаториев становится меньше в целом по стране. В РФ санаторно-курортный комплекс находится в сложном положении, как с точки зрения численности организаций СКО, так и с точки зрения управления их деятельностью. В то же время, после долгого периода упадка и застоя, связанного с экономическими и политическими изменениями в стране, в последние годы наблюдается процесс постепенного возрождения санаторно-курортной сферы. Есть множество проблем в данной сфере и их нужно решать. У российских санаториев есть шансы стать более востребованным видом отдыха, потому что достаточно много заинтересованных сторон, как в лице государства, так и со стороны учредителей, поставщиков услуг и населения. Здравницам необходимо быть

всегда в курсе новых трендовых направлений лечения, уметь не только внедрять инновационные методики, но и уметь заинтересовывать в них общественность пользой и доступностью.

Список литературы:

1. Федеральный закон N 26-ФЗ (ред. от 28.12.2013) "О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах"
2. "ОК 029-2014 Общероссийский классификатор видов экономической деятельности", URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163320/2aed36731ce56f3fb9ae44e5ba684ad97d14458/
3. Курорты. Энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 2017. URL: <http://m-sestra.ru/kurorty/st000.shtml>
4. Малый энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона. URL: <https://gufo.me/dict/brockhaus>
5. Оборин М.С. Социально-экономическая роль развития санаторно-курортной деятельности в федеральных округах России: основные направления и динамика// Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2014. № 2. С. 70-77.
6. Официальный сайт Единая межведомственная информационно-статистическая система. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/42106>
7. Разумов А. Н. «О развитии санаторно-курортного дела в Российской Федерации», 2015. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25067701>

ПЕРСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ В РЕГИОНЕ (НА ПРИМЕРЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ)

Старкова Юлия Дмитриевна
студентка 4 курса учетно-финансового факультета группы ЭК-41
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь
Научный руководитель: Оборин Матвей Сергеевич
д.э.н., профессор
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

В современном мире фирмы все чаще привлекают консультантов для решения отдельных задач. Возможности усовершенствования, улучшения и модернизации предприятий задают спрос на консалтинговые услуги, которые

означают не только помощь в организации бизнеса, но создание чего-то нового. Консалтинговые услуги не подразумевают делегирование функций одной компании другой.

Развитие консалтинговых услуг связано в первую очередь с развитием экономики.

Консалтинговые услуги страны регулируются многими законами, постановлениями, рекомендациями и нормативами. Такими как: Налоговый кодекс Российской Федерации часть 2 (НК РФ ч.2) 5 августа 2000 года N 117-ФЗ; Закон РФ «О коммерческой тайне» от 29.07.2004 г. N 98-ФЗ; Закон РФ «Об аудиторской деятельности» от 30.12.2008 г. N 307-ФЗ; регулирование консалтинговых услуг в сфере образования Закон РФ «Об образовании» от 10.07.1992 г. N 3266-1; оказание платных медицинских консультационных услуг предусмотрено ч. 4 ст. 84 Федерального закона от 21.11.2011 N 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации». Данные правовые акты были подобраны по источнику [2].

Консалтинговые услуги можно разделить на десять групп по областям деятельности: финансовый, производственный, юридический, и так далее. Таким образом, в современном экономическом мире существует широкая разновидность подобных услуг.

Консалтинговая деятельность имеет свою историю. Именно в России вид таких услуг зародился приблизительно в восьмидесятые годы XIX века. Развитие произошло в четыре последовательных этапа.

Сейчас на рынке России действует множество консалтинговых компаний, все они принадлежат какому-либо профессиональному консультационному объединению (АКОС, РАМ и другие).

Объем выручки крупнейших российских консалтинговых групп и компаний России по итогам 2018 года составил 107,1 млрд. рублей, увеличившись за год по сопоставимым данным на 17 процентов [5].

**Список 10 крупнейших российских консалтинговых групп и компаний
России по итогам 2018 года [5]**

Место 2018 г.	Место 2017 г.	Группа компаний	Местоположение центрального офиса	Суммарная выручка от консалтинговых услуг за 2018 год (тыс. рублей)
1	1	"ЛАНИТ"	Москва	21 549 567
2	2	ЕУ	Москва	10 335 980
3	3	PwC	Москва	10 173 235
4	4	КПМГ	Москва	8 408 616
5	6	КРОК	Москва	6 936 867
6	7	"Ай-Теко"	Москва	5 092 000
7	8	"Борлас"	Москва	4 149 594
8	9	БДО Юникон	Москва	3 885 592
9	10	"Аплана"	Москва	2 866 000

По данным рейтинга [4] можно сказать, что в 2018 году на долю топ-10 крупнейших компаний консалтинговых организаций пришлось около 70 % от всего объема выручки участников списка (полная версия табл. на сайте www.raex-a.ru), а их суммарные доходы увеличились на 19,6 % в отличие от предшествующего года. Из 180 компаний и групп, включенных в рейтинг в 2018 году, всего 126 участников завершили год с положительным результатом по выручке, остальные с отрицательным, но их меньшинство [5].



Рис. 1. Структура выручки по областям деятельности консалтинга, %

По источнику [5], 66 % выручки в 2018 году принес ИТ-консалтинг, следом за ним 13 % от выручки принес финансовый консалтинг, далее 7 % от выручки это прибыль налогового и юридического консалтинга, остальные 14 % разделили между собой остальные виды консалтинга.

Так, наиболее распространенный консалтинг - ИТ-консалтинг.

В настоящее время в Краснодарском крае функционирует множество консалтинговых компаний. Консалтинговые услуги разделены на сферы: в сфере внедрения технологий, процессов, оборудования (406 компаний), в сфере коммерческой деятельности (1326 компаний), в сфере финансов и страхования (892 компаний), в сфере юриспруденции и аудита (45 компаний).

Аналитический центр «Эксперт» опубликовал очередной рейтинг крупнейших российских консалтинговых групп и компаний по итогам 2018 года. В рейтинге участвовали все города России [5]. По итогам рейтинга организации Краснодарского края расположились:

- на 92 месте - «ВАЛЬТЕР Констракшн» с главным офисом в Краснодаре - технические решения в области строительства и монтажа оборудования на промышленных объектах;

- на 108 месте – «Международная юридическая компания «Эксперт» с главным офисом в Симферополе - оказание широкого спектра юридических услуг малому и среднему отечественному и зарубежному бизнесу;

- на 109 месте – «Фабер Лекс» с главным офисом в Краснодаре - предоставляет широкий спектр услуг юриста;

- на 133 месте – «АБАТ ГРУПП» с главным офисом в Краснодаре - специализированный центр бухгалтерских и юридических услуг;

- на 154 месте – «Аудиторская Группа «Ваш СоветникЪ» с главным офисом в Краснодаре - площадка по обмену опытом, обсуждения новейших методик, практик и проблем.

Таким образом, среди 184 компаний и групп компаний Краснодарский край занимает лишь пять мест. Если проанализировать компании лидеры, то структура выручки по областям деятельности консалтинга распределится в следующей последовательности: первые: в области производства - лидирующее положение; вторые: налоговые и юридические услуги; третьи: финансовые услуги [4].

Заметим, что в данной структуре нет компаний знающих ИТ-консалтингом – это означает, что данный вид слабо развит в регионе.

Действительно, компаний и групп компаний занимающихся ИТ-консалтингом с главным офисом в Краснодарском крае нет. Население и организации пользуются услугами компаний или групп компаний других регионов: таких как «IVUX», «Тринити», «Rdtex».

Таким образом, одним из процветающих и быстро развивающихся направлений специфической профессиональной деятельности в современных регионах является управленческое консультирование – консалтинг.

Разработка и внедрение современных методик исследования рынков и оценки результатов производственно-хозяйственной деятельности помогут повысить доверие к консалтинговым компаниям и к самому институту консалтинга. А значит увеличить спрос на консультативные услуги и развивать рынок в данном направлении.

Также в перспективе развития консалтинговых услуг в Краснодарском крае необходимо создание сильных и влиятельных профессиональных ассоциаций консультантов (или, по крайней мере, площадки для систематического общения консалтинговых компаний, обмена опытом). Это спровоцирует поддержание принципов добросовестной конкуренции, а также создание базы профессиональных консультантов по отраслям и предметным областям, распространив ее среди консультантов.

Так в Краснодарском крае необходимо развивать и создавать свой ИТ-консалтинг. Так как услуги этого направления более востребованы в настоящее время. Основное направление услуг ИТ-консалтинга — разработка и выполнение проектов по построению и развертыванию ИТ-инфраструктуры предприятий разного масштаба и различной территориальной распределённой.

В настоящее время субъекты бизнеса уже знают, чего ожидать от консалтинга, поэтому приглашают специалистов для достижения конкретного результата. Поэтому в перспективе развития следует отметить, чтобы консалтинговые компании не сбавляли темпы работы и увеличивали отдачу для того, чтобы превзойти ожидания заказчиков.

Список литературы:

1. Иванова, И. А. Менеджмент: учебник и практикум для среднего профессионального образования. М: Издательство Юрайт, 2019. — 305 с. URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437017> (дата обращения: 30.10.2019)
2. Забродин, В. Ю. Управленческий консалтинг. Социологический подход: учебное пособие для академического бакалавриата. М: Издательство Юрайт, 2019. — 130 с. URL: <https://biblio-online.ru/bcode/438215> (дата обращения: 30.10.2019)
3. Лебедева, Л. В. Организационное консультирование: учебное пособие для вузов. М: Издательство Юрайт, 2019. — 162 с. URL: <https://biblio-online.ru/bcode/438300> (дата обращения: 30.10.2019)
4. Оборин М.С., Старикова Л.Н. Совершенствование бизнес-процессов при организации логистических услуг// Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. 2018. № 4. С. 207-219.
5. Список крупнейших российских консалтинговых групп и компаний по итогам 2018 года. URL: <https://raex-a.ru/rankingtable/consult/2018/main> (дата обращения: 08.11.2019)
6. Рейтинг компаний финансового, юридического, управленческого консалтинга. URL: <http://krasnodar.comrates.ru/category/5535> (дата обращения: 08.11.2019)

МИРОВОЙ ОПЫТ ВНЕДРЕНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В МИРЕ

*Дария Старкова
Елена Кривощекова
Марина Никулина*

студенты группы ПР-21

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь
научный руководитель: Лунева Марина Наилевна*

кандидат экономических наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Внедрение цифровых технологий является основным и важнейшим фактором непрерывного и прогрессивного развития экономики страны. Цифровые технологии необходимы, прежде всего, для обеспечения удобного и надежного обмена информацией между государственными структурами и

гражданами, а также для уменьшения административных нагрузок на структуры бизнеса и для создания эффективной системы управления экономикой и государством в целом [1].

Самым первым устройством в истории цифровых технологии, которое сейчас есть у каждого, является фотоаппарат. Его история уходит своими корнями глубоко в древность. В III веке до нашей эры древнегреческий философ Аристотель описал устройство, имевшее название «камера-обскура». Устройство выглядело, как ящик или затемненная комната с маленьким отверстием в одной из четырех стен. Изображение получалось небольших форматов, да еще и перевернутым.

Модернизация камеры-обскуры произошла с изобретением очков в 1285 году. Со временем в камере-обскуры начали использоваться линзы, благодаря чему размеры получаемого изображения увеличились.

Ученым на протяжении веков, никак не удавалось зафиксировать получаемое изображение. В 1770-м году швейцарский химик К. Шееле придумал, как можно получить нестираемое изображение. А в 1820 году эта идея была преобразована Жозефом Ньепсом, единственным недостатком было большое количество времени, необходимое для проявления фотографий. По сути изобретенный Ньепсом гелиограф можно считать первым в мире фотоаппаратом. В 1826 году свет увидела первая в истории фотография.

После этих событий произошло ещё множество изменений: повысилось качество фотографий, появилась возможность копировать и печатать снимки, аппарат получил привычные для нас очертания, в 1861 году было получено первое цветное изображение. Усовершенствование фотоаппаратов привело к тому, что в 1988 году человечество увидело первую цифровую фотокамеру компании Fujifilm.

Вторым широко применяемым в наши дни аппаратом был компьютер. Первый прототип компьютера появился еще в 1623 году. Именно тогда немецкий ученый Шиккард изобрел аппарат, который мог выполнять сложение и вычитание. Чуть позже французский механик и математик Блез Паскаль

изобрел такой же аппарат, но с возможностью выполнений таких арифметических действий как умножение и деление. Американский ученый Герман Холлерит в 1890 году изобрел машину, которая работала с таблицами (прототип Excel). В том же году ее использовали при переписи населения в США.

Настоящий прорыв в создании компьютера произошел в начале 50-х. В США изобрели первую электронно-вычислительную машину (ЭВМ). Не менее важным стало создание микропроцессора в 1985 году, благодаря которому ЭВМ могла выполнять сразу несколько программ.

Первые ЭВМ в СССР появились в начале 80-х. Первым серийным компьютером стала «Электроника БК-0010». Также было создано много других электронно-вычислительных машин, но из-за конкуренции с Западом отечественные компьютеры не смогли найти своего места на рынке.

В дальнейшем было изобретено небольшое переносное устройство напоминавшее компьютер – телефон [2].

Современные исследователи и специалисты выделяют десять ключевых направлений развития цифровых технологий будущего:

1. Искусственный интеллект и машинное обучение (AI and MachineLearning).
2. Блокчейн и криптовалюты (Blockchain and Cryptocurrencies).
3. Большие данные (Big Data).
4. Телемедицина (Telemedicine).
5. Дополненная и виртуальная реальность (AR/VR).
6. Чат-Боты и виртуальные помощники (Bots and VirtualAssistants).
7. Мобильность и кибербезопасность (Mobile and Cybersecurity).
8. Интернет вещей (IoT – Internet of Things).
9. Компьютерное зрение (Computer Vision).
10. Нейросети (Artificial Neural Networks).

Кратко рассмотрим некоторые из вышеперечисленных технологий.

Искусственный интеллект и машинное обучение (AI and MachineLearning).

Искусственный интеллект – это различные технологические и научные решения и методы, которые помогают создавать программы на подобие человеческого интеллекта.

Машинное обучение – это свод методов в области искусственного интеллекта, набор алгоритмов, которые используются для создания машины, которая обучается на основе собственного опыта.

Машинное обучение считается самым перспективным подходом, особенно в процессах анализа больших блоковых объёмов разнообразной информации. Например, компания DeepMind (США) получила свою известность благодаря разработке компьютерной системы AlphaGo, одержавшей победу над профессиональным игроком в го. Это стало возможным благодаря созданию нейронной сети, способной научиться играть в видеоигры на уровне человека. На сегодня искусственный интеллект – все ещё довольно расплывчатое понятие, включающее в себя множество технических разработок таких как: нейронные сети, робототехнику, распознавание образов, алгоритмизацию процессов и явлений и др. Искусственный интеллект обладает огромным потенциалом и перспективами для применения во всех сферах жизнедеятельности человечества.

Блокчейн и криптовалюты (Blockchain and Cryptocurrencies).

Идея технологии блокчейн – это огромная база данных общего пользования, которая функционирует без централизованного руководства. Несмотря на то, что блокчейн лежит в основе криптовалют, эта технология на сегодняшний день выходит далеко за рамки выпуска «виртуальных денег». Эти технологии находят широкое применение в банковском секторе, рынке недвижимости, системах корпоративного управления. Действительно, в будущем значимость блокчейна как технологии будет только возрастать. Уже сейчас можно увидеть множество примеров, когда с помощью блокчейна

перестраиваются бизнес-процессы между многими компаниями, устраняются посредники во взаимоотношениях, строятся новые бизнес-модели и т.д.[3,4].

В настоящее время идея цифровой трансформации охватывает весь и во многих странах цифровизация является стратегическим приоритетом развития.

На сегодняшний день более 15 стран мира реализуют национальные программы цифровизации: Дания, Норвегия, Великобритания, Канада, Германия, Саудовская Аравия, Индия, Россия, Китай, Южная Корея, Малайзия, Сингапур, Австралия, Новая Зеландия и Казахстан.

Китай в своей программе «Интернет плюс» интегрирует цифровые индустрии с традиционными. Сингапур формирует «Умную экономику», Канада создает ИКТ-хаб в Торонто, драйвером которой становится ИКТ. А Южная Корея в программе «Креативная экономика» ориентируется на развитие человеческого капитала, предпринимательство и распространение достижений ИКТ, а Дания фокусируется на цифровизации госсектора.

Рейтинг DigitalEvolutionIndex 2017 отражает прогресс в развитии цифровой экономики разных стран, а также уровень интеграции глобальной сети в жизнь миллиардов людей.

По результатам их исследования Сингапур, Великобритания, Новая Зеландия, ОАЭ, Эстония, Гонконг, Япония и Израиль стали «цифровой элитой», страны характеризуются высоким уровнем и быстрыми темпами цифрового развития. Благодаря такой скорости внедрения инноваций в эти прогрессивные рынки могут служить примером успешного технологического прогресса и ориентирами для будущего роста.

К странам, где *темп роста замедляется, относятся:* Южная Корея, Австралия, а также страны в Западной Европе и Скандинавии. В течение долгого времени они демонстрировали устойчивый рост, но сейчас заметно снизили темпы развития. Без внедрения инноваций, эти государства рискуют отстать от лидеров цифровизации.

Перспективными являются: Китай, Кения, Россия, Индия, Малайзия, Филиппины, Индонезия, Бразилия, Колумбия, Чили и Мексика. Несмотря на

относительно низкий общий уровень цифровизации, эти государства находятся на пике цифрового развития и демонстрируют устойчивые темпы роста, что привлекает инвесторов. Они имеют потенциал, который может позволить им занять лидирующие позиции.

Такие страны, как ЮАР, Перу, Египет, Греция, Пакистан сталкиваются с серьезными вызовами, которые связаны с низким уровнем цифрового развития и медленными темпами роста [5].

В рейтинге стран по развитию цифрового общества Digital Society Index 2019 Россия заняла 23 место. Исследование проводилось в 24 странах. Исследователи отмечают, что уровень доступа населения к цифровым технологиям и сервисам в России относительно высок, однако население мало доверяет бизнесу и государству в вопросе использования персональных данных граждан[6].

По мнению экспертов, технология блокчейн сможет повысить доверие населения к процессам госуправления, в которых она будет применяться. Также блокчейн поможет сократить административные расходы государства на оказание госуслуг. Эксперты также проанализировали, как изменятся ключевые отрасли экономики с внедрением роботов. Внедрение роботов в сельском хозяйстве поможет повысить урожайность, а также положительно скажется на экологии. Роботы, использованы для добычи полезных ископаемых, помогут повысить безопасность на производстве и уменьшить число несчастных случаев. В области здравоохранения и социальных услуг внедрение роботов позволит повысить уровень сервиса, точность диагностики заболеваний и эффективности лечения[7].

Для того, чтобы перейти к более интенсивному развитию цифровых технологий, России нужны не только новые технологии, но и новые формы сотрудничества, управленческие и организационные решения. В том числе - так называемые «комплексные проекты», которые объединят усилия участников существующей инновационной экосистемы для достижения поставленных амбициозных целей.

Список литературы:

1. Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение Ч-80 [Текст]: докл. к XX Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 9–12 апр. 71,2181 унции. Режим доступа: https://www.hse.ru/data/2019/04/12/1178004671/2%20%D0%A6%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F_%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D0%B0.pdf
2. Цифровые устройства и микропроцессоры: учеб. пособие: Учебное пособие / Микушин А.В., Сажнев А.М., Сединин В.И. - СПб:БХВ-Петербург, 2010. - 832 с. ISBN 978-5-9775-0417-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/350706>
3. Цифровые технологии. Режим доступа: <https://mentalar.ru/cifrovye-tehnologii/>
4. Цифровые технологии изменяющие мир. Режим доступа: http://koptelov.info/publikatsii/digital_technology/
5. Мировые тенденции развития цифровых технологий. Текст научной статьи по специальности «Экономика и бизнес» Гнездова Ю.В. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mirovye-tendentsii-razvitiya-tsifrovyyh-tehnologiy>
6. Россия упала на 13 мест в рейтинге развития цифрового общества. Режим доступа: https://www.cnews.ru/news/top/2019-04-08_rossiya_upala_v_rejtinge_stran_po_razvitiyu_tsifrovogo
7. Цифровая Россия - 2024. Как новые технологии изменят жизнь россиян. Режим доступа: <https://tass.ru/nacionalnye-proekty/6469993>

ПРОБЛЕМА РЕАЛИЗАЦИИ КОНТРАФАКТНОЙ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ

Стародубцева Наталья Игоревна
студентка Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь
научный руководитель: Булатова Елена Ивановна
старший преподаватель, и.о. заведующего научно-исследовательской лабораторией товарных экспертиз Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

По итогам 11 месяцев 2018 года в сфере оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции, законодательства об авторском

праве и смежных правах в Пермском крае было возбуждено 131 уголовное дело, из незаконного оборота изъято более 125 тысяч литров алкогольной и спиртосодержащей жидкости [4]. В связи с чем актуальным вопросом является проведение экспертизы по вопросу выявления контрафактной продукции.

Согласно Постановлению СУ Управления МВД России по г. Перми, в научно-исследовательскую лабораторию товарных экспертиз поступила заявка на проведение экспертизы по вопросу выявления тождественности или сходства до степени смешения обозначений по отношению к товарам, для индивидуализации которых зарегистрированы товарные знаки.

На экспертизу были представлены:

- 1 бутылка объемом 0,5 литра, с наименованием на этикетке, контрэтикетке водка «Доброе Застолье», этикеткой с изображением «Завод СВ»;

- 1 бутылка водки 0,5 литра, с наименованием на этикетке и контрэтикетке «Доброе Застолье», представленная правообладателем в качестве образца;

- этикеточный комплекс водки «Доброе Застолье», представленный правообладателем в качестве образца.

В результате проведенных исследований выявлено, что правообладателем является Закрытое акционерное общество «Завод сортов водок», 116012, г. Вологда, ул. Промышленная, 10; изображение товарных знаков:

**ДОБРОЕ
ЗАСТОЛЬЕ**



При исследовании представленных

образцов выявлено:

- в маркировке на бутылке указан не действующий стандарт на водки - ГОСТ Р 51355-99 «Водки и водки особые. Общие технические условия». Данный стандарт отменен с 15.02.2015 г [1];

- при проверке нанесенной акцизной марки установлено, что алкогольной продукции с данной серией и номером не зарегистрировано;

- обозначение, нанесенное на бутылку исследуемого товара, является

ДОБРОЕ

сходным до степени смешения товарным знакам « **ЗАСТОЛЬЕ** » и «



».

В результате исследования акцизной марки образца выявлено, что на алкогольной продукции «Водка Доброе Застолье» имеется комплекс из акцизной марки и федеральной специальной марки, приклеенный на боковую сторону бутылки, геометрической формы в виде прямоугольника в синих тонах. Отсутствует контурный и директный микротекст «МАРКА». На акцизной марке отсутствует надпись, обозначающая предельную вместимость потребительской тары - до 0,5 л. На голографическом изображении отсутствует барельефное изображение герба Российской Федерации и аббревиатуры «РФ». Также на применяемой бумаге для изготовления акцизных марок отсутствует защитная нить с открытыми участками нерегулярного образа, обладающую специфическими визуализируемыми свойствами.

Элемент, отпечатанный цветопеременной краской, которая в зависимости от угла зрения меняет цвет от фиолетового к коричневому, нанесен зеленым цветом и по внешнему виду отличается от требуемого.

В бумагу не введена защитная нить с нерегулярным окном, в окне не просматривается нанесенное на нить изображение в виде полосок розового цвета [3].

При проверке нанесенной акцизной марки (по данным сайта <http://public.fsrar.ru/checkmark>) установлено, что алкогольной продукции с данной серией и номером не зарегистрировано [2].

При проверке определения сходства словесных обозначений проводилось сравнение:

-со словесными обозначениями;

-с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы.

Результаты исследований приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Результаты исследований

Исследуемые признаки	Водка <i>Доброе Застолье</i>	Водка <i>Особая Доброе Застолье</i>	Маркировка этикеточного комплекса с бутылки с наименованием «Водка <i>Доброе Застолье</i> »
Внешний вид	Словесное обозначение, написанное в три строки, состоящее из трех слов: Водка Доброе Застолье	Словесное обозначение, написанное в три строки, состоящее из четырех слов: Водка особая Доброе Застолье	Словесное обозначение, написанное в три строки, состоящее из трех слов: Водка Доброе Застолье
Графическое (визуальное) сходство	Словесное обозначение, состоящее из трех слов в три строки. Написание выполнено на кириллице, буквы первого слова заглавные, первая буква второго слова заглавная, остальные прописные, первая буква третьего слова заглавная, остальные прописные, курсивным шрифтом	Словесное обозначение, состоящее из четырех слов в три строки. Написание выполнено на кириллице, буквы первых двух слов заглавные, первая буква третьего слова заглавная, остальные прописные, первая буква четвертого слова заглавная, остальные прописные, курсивным шрифтом	Словесное обозначение, состоящее из трех слов в три строки. Написание выполнено на кириллице, буквы первого слова заглавные, первая буква второго слова заглавная, остальные прописные, первая буква третьего слова заглавная, остальные прописные, курсивным шрифтом
Звуковое (фонетическое) сходство	Фонетическое звучание зарегистрированного обозначения – [Водка Доброе Застолье]. Первое слово состоит из пяти букв и пяти звуков [в о т к а]. Второе слово состоит из шести букв и семи звуков [д о б р о й' э]. Третье состоит из восьми букв и восьми звуков [з а с т о л' й' э]	Фонетическое звучание зарегистрированного обозначения – [Водка Особая Доброе Застолье]. Первое слово состоит из пяти букв и пяти звуков [в о т к а]. Второе слово состоит из шести букв и семи звуков [а с о б а й' а]. Третье состоит из шести букв и семи звуков [д о б р о й' э]. Четвертое состоит из восьми букв и восьми звуков [з а с т о л' й' э]	Фонетическое звучание исследуемого обозначения – [Водка Доброе Застолье]. Первое слово состоит из пяти букв и пяти звуков [в о т к а]. Второе слово состоит из шести букв и семи звуков [д о б р о й' э]. Третье состоит из восьми букв и восьми звуков [з а с т о л' й' э]
Смысловое сходство	Доброе Застолье (прим).- праздничное застолье у славян, большой званый обед или братчина, угощение с обильной едой и напитками, с беседами, шутками		
Вывод	Фирменное наименование контрафактной продукции «Водка Доброе Застолье», обладая значительным фонетическим и семантическим сходством с фирменным наименованием водки «Водка особая Доброе Застолье» ассоциируется с указанным фирменным наименованием в целом и является схожим с ним до степени смешения.		

Таким образом, в результате проведенной экспертизы установлено, обозначение (наименование водки «Доброе Застолье»), нанесенное на бутылку исследуемого товара, является сходным до степени смешения товарному знаку

**ДОБРОЕ
« ЗАСТОЛЬЕ »**

- № 280179 и товарному знаку «



» - № 188155.

Список литературы:

1. ГОСТ 12712-2013 «Водки и водки особые. Общие технические условия (с Поправкой). URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200105674>
2. Единый социальный портал алкогольного рынка (проверка марок). URL: <https://public.fsrar.ru/checkmark>
3. Информация с сайта Роспатента. URL: <https://new.fips.ru>
4. Противодействие обороту контрафактной алкогольной продукции. URL: https://59.xn--b1aew.xn--p1ai/press/Press_relises/item/15507850

СИСТЕМА ПРЕТЕНЗИОННО-ИСКОВОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ

Степанова Татьяна Валерьевна

студентка Пермского института (филиала)

РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Научный руководитель: Старикова Людмила Николаевна,

канд.социол.наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

При осуществлении предпринимательской деятельности могут происходить случаи ненадлежащего исполнения договоров контрагентами предприятия. В данном случае, чтобы избежать судебного разбирательства, зачастую отправляют соответствующее письмо-претензию контрагенту, чтобы урегулировать спор и прийти к обоюдному согласию, что позволит избежать затрат на ведение разбирательств в суде.

Если же не удастся урегулировать спор «мирным» путем, предприятию необходимо оформлять и направлять исковое заявление в арбитражный суд, где будут рассмотрены требования истца, и будет вынесен приговор, который

будет обязывать ответчика исполнять прописанные договором обязательства или другое.

Каждая организация в процессе своего функционирования так или иначе сталкивается с данным явлением, поэтому изучение данного вопроса не теряет своей актуальности.

Для более детального изучения данных вопросов необходимо определить сущность понятий. Претензионные письма – это письма, в которых изложены обоснованные и подтвержденные документами требования о возмещении убытков, связанных с нарушением основных условий поставки [3, с.144]. Исковое заявление, в свою очередь, представляет собой документ, в котором излагается обоснованная просьба в арбитражный суд о решении спорного дела, которое не могло быть разрешено на добровольных началах [3, с. 145].

Претензионная работа на предприятии решает следующие задачи, представленные на рисунке 1.

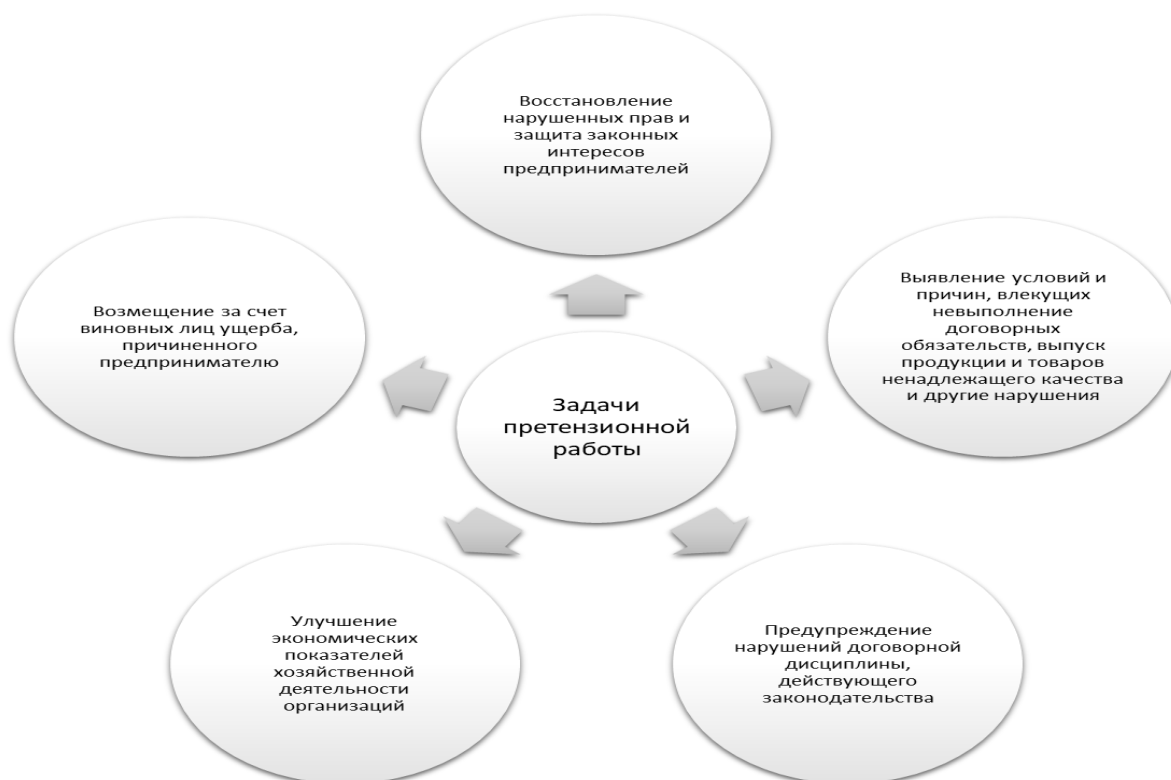


Рисунок 1 – Задачи претензионной работы

Преимущество претензионного порядка урегулирования споров - оперативность. Стороны аргументировано излагают свою претензию,

подтверждая ее ссылками на соответствующее законодательство, и производят сверку по взаимной задолженности. Таким образом, стороны не прибегают к помощи арбитражного суда, который в свою очередь освобождается от беспредметных по существу споров, которые завершаются, как правило, признанием иска либо заключением мирового соглашения. Сроки предъявления претензий представлены в таблице 1.

Таблица 1

Сроки предъявления претензии

Сроки предъявления претензии	Основание для предъявления претензии
Не позднее 10 дней после составления акта	Расхождения по количеству и качеству товаров
В течение месяца со дня подачи телеграммы	Недоставка, несвоевременная доставка телеграммы или искажение текста телеграммы, изменяющая ее смысл
В течение 6 месяцев со дня оказания услуги, отказа в ее оказании, дня выставления счета за услугу	-Ненадлежащее исполнение договора об услугах предоставления связи -Недоставка, несвоевременная доставка, повреждение или утрата отправления, невыплата или несвоевременная выплата переведенных денежных средств -Утрата груза, недостача или повреждение

Реквизиты содержания в зависимости от предмета письма могут видоизменяться. Претензионное письмо должно быть составлено так, чтобы из него было видно, какое допущено нарушение, кто и когда это нарушение допустил, в чем заключается сущность предъявляемого требования, сроки и порядок выполнения.

Руководитель предприятия при получении претензионного письма, должен в установленные сроки (до 5 дней) рассмотреть и обработать претензию, удовлетворить предъявляемые обоснованные требования и дать ответ при отклонении претензии.

Иск предъявляется в тех случаях, когда попытка урегулировать спор на добровольных началах заинтересованной стороной оказалась безуспешно, то есть на претензию определенной стороны контрагент не ответил или ответил отказом.

Исковое заявление предъявляется в арбитражный суд обязательно в письменной, регламентированной форме и подписывается истцом. Истцом

может выступать руководитель, заместитель руководителя организации, предприниматель или представитель организации.

К оформлению искового заявления предъявляются определенные требования, которые необходимо соблюдать, чтобы обеспечить быстрое рассмотрение спора по существу.

Если установленные требования к оформлению не были выдержаны, арбитражный суд выносит определение об остановлении заявления без движения. В определении арбитражный суд обязан указать основания для остановления искового дела без движения и срок, в который должен уложиться истец и устранить обстоятельства, послужившие основанием для остановления искового заявления без движения. Копия данного документа направляется истцу не позднее после дня его вынесения.

Причинами возврата искового заявления истцу могут являться:

- 1) указанное дело не является компетенцией арбитражного суда;
- 2) наличие нескольких требований, не связанных между собой к одному или нескольким ответчикам;
- 3) до вынесения определения о том, что исковое заявление принято к производству, истец отправляет ходатайство о возвращении заявления;
- 4) не устранены обстоятельства, которые послужили основаниями для остановления искового заявления без движения.

Большое значение для организации имеет работа по регистрации и учету как предъявляемых, так и предъявленных претензий и исковых заявлений. В целях регистрации данных документов ведется журнал учета претензий и исков.

Статистика судебных споров, основаниями которых являются некоторые процессы на предприятиях торговли представлены в таблице 2, составленной авторами на основании источника [6].

Таблица 2

Статистика судебных споров в коммерческой деятельности

Основание спора	Количество рассмотренных дел	Количество удовлетворенных исков
-----------------	------------------------------	----------------------------------

	2017г.	2018г.	Темп роста, %	2017г.	2018г.	Темп роста, %
Споры о признании договоров недействительными	6 069	5 734	94,5	2 290	2 320	101,3
Споры по договорам купли продажи	473 785	504 555	106,5	381 369	408 106	107,0
Споры по договорам поставки	185 617	197 567	106,4	146 754	156 265	106,5

Исходя из данных таблицы, можно заметить, что наиболее объемной группой исков выступают споры относительно договоров купли – продажи и их количество в 2018 году составило 504 555 исков. По отношению к 2017 году данный вид споров имел прирост в объеме 6,5 процентов. Но следует отметить, что опережающими темпами растет количество удовлетворенных исков по данному основанию, прирост в данном случае составил 7%, что можно оценить положительно.

Неплохие показатели также имеют споры по основанию признания договоров недействительными, так как их количество сократилось на 5,5% в анализируемом периоде. В свою очередь, количество удовлетворенных исков выросло на 1,3%. Следовательно, рост удовлетворенных исков по отношению к общему количеству происходит также опережающими темпами.

Практически равные показатели имеют темпы роста споров по договорам поставки и количества удовлетворенных споров 106,4 и 106,5 соответственно.

Безусловно, наблюдается увеличение количества споров по договорам купли-продажи и договорам поставки, что является негативной тенденцией для субъектов предпринимательской деятельности, так как это свидетельствует о невыполнении обязательств контрагентов предприятий торговли. Данное обстоятельство может вызвать проблемы при осуществлении товародвижения и снизить эффективность деятельности торговых организаций.

С целью визуализации полученных результатов исследования, данные о доле удовлетворенных исков по каждому основанию в анализируемый период представлены в виде диаграммы, составленной на основе источника [6] (рисунок 2).

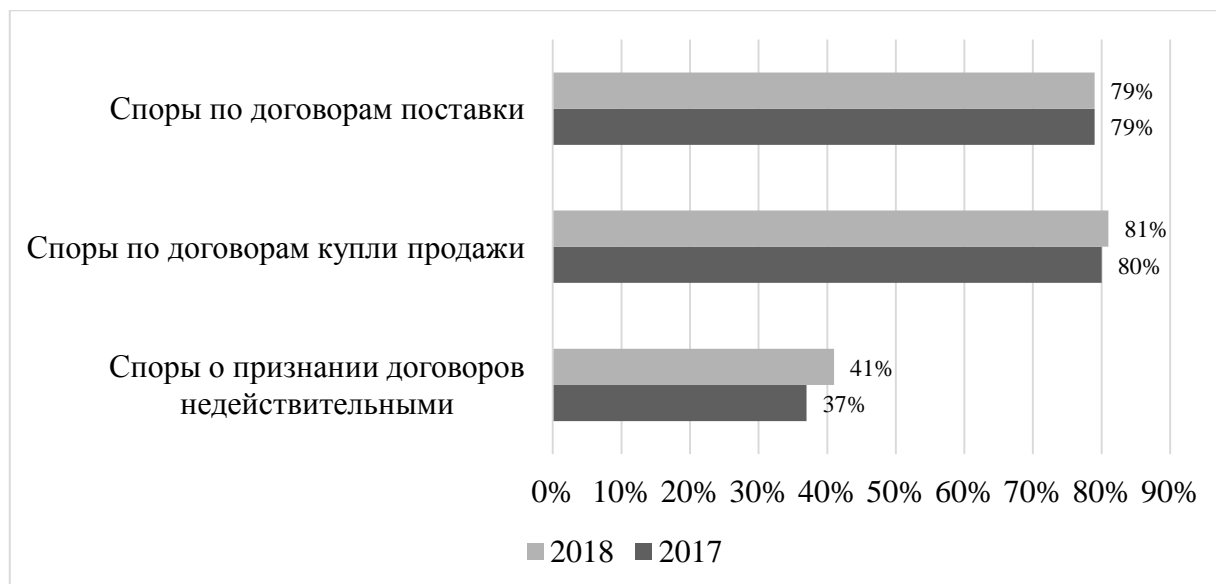


Рисунок 2 – Доля удовлетворенных споров

Исходя из данных диаграммы, можно сделать вывод, что доля удовлетворения споров увеличивается лишь по основанию признания договоров недействительными, остальные же споры не имеют существенной динамики роста их удовлетворения.

Подводя итог, следует отметить, что при осуществлении предпринимательской деятельности, владельцу бизнеса необходимо тщательно следить за претензионной документацией на предприятии, с целью избежать доведения дела до иска в суд. Исковые разбирательства для предприятия несут дополнительные затраты как времени, так и материальных средств, которые могли бы быть направлены на развитие бизнеса.

Список литературы:

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 №51-ФЗ (действующая редакция от 01.06.2019)
2. «Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации» от 24.07.2002 N 95-ФЗ (действующая редакция от 01.09.2019)
3. Раздорожный А.А. Документирование управленческой деятельности: учеб. Пособие / А.А. Раздорожный. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 304 с.
4. Обязательный претензионный, досудебный порядок урегулирования спора, предусмотренный федеральными законами [Электронный ресурс] / Консультант плюс. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 22.09.2019)

5. Претензионно-исковая документация [Электронный ресурс] / Файловый архив студентов. – 2003-2019. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://studfiles.net/> (дата обращения 21.09.2019)

6. Статистика арбитражного судопроизводства [Электронный ресурс] / Агентство правовой информации. – 2015 – 2019. - Электрон. дан. – Режим доступа: <http://stat.xn> (дата обращения 01.10.2019)

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА

Тагиева Лейла Ильгар
студентка

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь
Научный руководитель: **Оборин Матвей Сергеевич**

д.э.н., профессор

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Нагоева Тамара Александровна

старший преподаватель

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Актуальность данной темы обусловлена тем, что строительная сфера, являясь одной из самых масштабных отраслей экономики, должна иметь постоянное эффективное развитие, инструментом достижения чего является инновационный характер деятельности строительных организаций. Так же, необходимость реализации инновационной деятельности последними обусловлена высоким уровнем конкуренции на строительном рынке, в силу чего, его субъекты, с целью увеличения своих конкурентных преимуществ предлагают своим клиентам строительные услуги, основанные на использовании новых технологий.

На сегодняшний день, данный вопрос является объектом изучения большого количества авторов. Дергунова А.В. акцентирует свое внимание на инновационной деятельности в капитальном строительстве [2], а Дотдueva А.У. определяет уровень развития инновационной деятельности в строительстве [3].

Инновации в строительстве – это различные новшества, которые способствуют увеличению результативности действующей системы осуществления строительно-монтажных работ [1].

В настоящее время строительство включает в себя множество различных видов работ и технологических процессов, каждый из которых имеет широкие возможности реализовываться инновационным путем. Формами строительных инноваций могут быть строительные технологии, материалы, методы и инженерные решения в организации и управлении, архитектурные и конструктивные решения строительных объектов [4].

В качестве наиболее распространенных в строительстве инноваций можно привести следующие примеры [2]:

- Сборно-модульное домостроение;
- Роботизированные краны;
- 3D-печать на панельных и модульных домостроениях;
- Разделение строительного мусора;
- Новые решения по поводу планировки и архитектурного облика строящегося объекта;
- Современные строительные машины и оборудование;
- Строительные технологии;
- Новые и высококачественные строительно-отделочные материалы;
- Организационные формы выполнения работ.

Вышеуказанные виды инноваций имеют тесную взаимосвязь, с учетом чего, следует, что максимальный положительный итог их использования будет достигнут в результате их совокупного применения.

На сегодняшний день, строительная сфера по сравнению с другими отраслями характеризуется слабым уровнем развития деятельности. Подтверждением этого является рисунок 1



Рис. 1. Удельный вес организаций, осуществляющих инновации отдельных типов, в общем числе обследованных организаций, % [3]

На основании рисунка 1 можно сказать, что в отраслях обрабатывающего производства и добычи полезных ископаемых инновационная деятельность развита в наибольшей степени, чем в строительстве. Относительно сферы строительства, положительным является тот факт, что рассмотренный на рисунке 1 показатель имеет положительную динамику, но темп его роста все же замедлен по сравнению с другими сферами.

Грамотно разработанные инновации оказывают благоприятное воздействие на результат строительного процесса, как на микроуровне, который представляют сами строительные организации, так и на макроуровне, которым является строительная отрасль страны. Инновационная деятельность в строительной сфере на макроуровне влечет за собой следующие положительные результаты [2]:

- Увеличение уровня эффективности строительства;
- Улучшение качества строительства;
- Обеспечение ресурсоэкономии;
- Снижение затрат на эксплуатацию зданий и сооружений.

Помимо этого, инновационные процессы, осуществляемые строительными фирмами, способствуют решению социальных проблем общества путем обеспечения граждан качественным жильем.

Подводя итог, стоит отметить, что инновации в строительной сфере имеют важное значение для макроэкономики страны. Использование инновационных

продуктов влечет за собой сокращение издержек производства и повышение качества строительных продуктов и услуг. Помимо этого, они способствуют развитию социальной сферы путем строительства жилых домов. Исходя из этого, инновационная деятельность в строительстве должна иметь эффективный характер.

Относительно низкая доля новых технологий в настоящий момент в рамках общего объема не предполагает реальных возможностей для инновационного развития и роста. Анализ состояния и перспектив развития жилищной экономики и жилищной политики Юга России необходимо проводить с учетом стратегии социально-экономического регионального развития, прогноза долгосрочного социально-экономического развития РФ, а также факторов, ограничений и потенциала промышленного, инвестиционного и инновационного потенциала.

Основными преимуществами Юга России являются: благоприятные для проживания, отдыха, сельского хозяйства природно-климатические условия и природно-ресурсный потенциал; высокая социально-экономическая привлекательность округа, которая обуславливает положительную динамику миграционных процессов в ЮФО

Следует отметить резкую дифференциацию Юга России по инвестиционной привлекательности, а также по технологическому, организационному, кадровому и инвестиционному направлениям. ЮФО характеризуется значительными межрегиональными и межмуниципальными различиями по степени экономической активности и уровню жизни населения, нелегальной миграцией, территориальной близостью к районам с нестабильной социально-экономической ситуацией. Перспективы экономического развития ЮФО определяются развитием технологий, модернизацией производства в машиностроении и металлургии, диверсификацией экономики округа за счет развития высокотехнологичных производств. Юг России определяется как территория миграционного притока населения, поэтому в части развития рынка жилья и жилищного строительства особое значение приобретает поддержка и

развитие арендного и специализированного жилья, жилья экономического класса. Миграционные потоки увеличивают потребность в жилье, в коммерческих и социальных объектах, что способствует увеличению объёмов строительства.

Так, к довольно серьёзным проблемам можно отнести повышение операционных расходов строительных компаний, повышение стоимости строительных материалов, а также ужесточение законодательных и финансовых условий деятельности для участников жилищного строительства. В частности, следует отметить изменения в Градостроительном кодексе и 214-ФЗ «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов» и усложнение обязательных требований к уставному капиталу застройщиков, наряду со многими другими изменениями. С одной стороны, указанные меры призваны стабилизировать ситуацию на жилищном рынке и снизить риски в сфере долевого строительства. С другой стороны, подобная нагрузка способствует росту расходов, повышению себестоимости жилищного строительства и в целом ведет к снижению темпов строительства в российских регионах.

Таким образом, исследование стратегии и региональных особенностей развития рынка жилья, вопросов жилищной политики Юга России позволяет определить важность следующих аспектов: формирования и реализации производственного потенциала, межрегиональной дифференциации социально-экономического развития, факторов промышленного, предпринимательского и пространственного развития, ограничений и угроз, а также эффективности регионального управления.

Список литературы:

1. Артеменко А. А. Актуальные вопросы инновационного развития строительства // Молодой ученый. — 2015. — №11. — С. 742-744. — URL <https://moluch.ru/archive/91/19447/>.
2. Дергунова А.В. Инновационная деятельность в капитальном строительстве // Вестник МГУ. 2018. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnaya-deyatelnost-v-kapitalnomstroitelstv>.

3. Дотдueva A.У. Развитие инноваций в строительстве // Международный студенческий научный вестник. 2017. № 7. URL: <https://scienceforum.ru/2013/article/2013008779>.

4. Оборин М.С. Особенности организации системы природопользования и хозяйствования на курортно-рекреационных территориях// Вестник Дагестанского государственного технического университета. Технические науки. 2014. № 4 (35). С. 183-192.

ВАЖНЕЙШИЕ ФУНКЦИИ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Томашевич Кристина Сергеевна

студентка Пермского института (филиала)

РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Научный руководитель: Старикова Людмила Николаевна

к.с.н., доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

На современном этапе в российской экономике оптовая торговля имеет большое значение, так как выполняет ряд важных функций. Оптовая торговля стимулирует производителей повышать качество отечественных товаров для завоевания прочного места, как на внутреннем, так и на внешнем рынке.

Актуальность данной темы заключается в том, в последние годы оптовая торговля получила все большее распространение, что говорит о её активном развитии. Необходимость деятельности оптовой торговли характеризуется тем, что непосредственная продажа товаров предприятиями-изготовителями трудно осуществима в связи с тем, что они часто находятся очень далеко от своего потребителя.

Значительному подъему оптовой торговли в российской экономике способствовали следующие тенденции. Первая тенденция заключается в росте массового производства на крупных предприятиях, которые в основном удалены от потребителей готовой продукции. Влияет также тенденция роста объемов производства в запас, а не для выполнения уже поступивших заказов.

Замечена тенденция увеличения числа уровней промежуточных производителей и потребителей. Последняя тенденция состоит в необходимости адаптации товаров к потребностям промежуточных и конечных потребителей применительно к количеству, упаковке и разновидностям.

По определению Филипа Котлера, оптовой торговлей является любая деятельность по продаже товаров или услуг тем, кто приобретает их с целью перепродажи или профессионального использования [1].

Оптовая торговля выступает как один из наиболее эффективных способов реализации продукции производителей и ее приобретения покупателями за счёт широкого охвата торговой зоны, крупных размеров заключаемых сделок, концентрации товарной массы и рыночного продвижения продукции.

Главной задачей оптовой торговли является планомерное регулирование товарного предложения в соответствии с рыночным спросом на товары и услуги. Оптовая торговля выполняет множество функций, единого подхода к выделению которых не существует. Филип Котлер выделил 9 важнейших функций оптовой торговли, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1

Функции оптовой торговли по Ф. Котлеру (составлено авторами на основе источника [1])

№	Функция	Характеристика функции
1	Сбыт и стимулирование	Оптовое предприятие помогает производителю охватить большое количество мелких клиентов при относительно небольших затратах. Покупатель верит более оптовику, чем производителю, так как у него больше деловых контактов, он располагается ближе к своему клиенту.
2	Закупка и формирование товарного ассортимента	Оптовое предприятие имеет возможность самостоятельно подобрать товары и сформировать необходимый ассортимент, избавив клиента от лишних забот.
3	Дробление крупных партий товаров на мелкие	Оптовые предприятия закупают товар большими партиями и делят их на более мелкие, обеспечивая своим клиентам экономию средств.
4	Складирование	Оптовики способствуют снижению издержек поставщика и потребителя, так как хранят товарные запасы.
5	Транспортировка	Предприятия оптовой торговли обеспечивают оперативную доставку товаров, так как они находятся ближе к клиентам, чем производители.
6	Финансирование	Оптовики финансируют своих клиентов, предоставляя им

		кредит. А также финансируют поставщиков, выдавая заказы заранее и своевременно оплачивая счета.
7	Принятие риска	Оптовые структуры обретают право собственности на товар, принимая на себя риск и расходы в связи с его хищением, повреждением, порчей и устареванием.
8	Предоставление информации о рынке	Оптовики предоставляют информацию о конкурентах, новых товарах, динамике цен, спросе и т.п., как производителям товаров, так и их потребителям.
9	Консультационные услуги и услуги по управлению	Зачастую оптовые предприятия помогают совершенствовать свою деятельность розничным предприятиям. Они принимают участие в разработке схемы магазина, устройстве экспозиций, а также в организации систем бухгалтерского учета и управления запасами.

На современном этапе выделяют также базовые функции оптовой торговли [3]. Во-первых, выделяют функцию сбора и обработки информации о покупателях, рыночном спросе и предложении; закупки и формирования товарного ассортимента, его отбора, сортировки и комплектовку оптимальных для потребителя партий поставок; хранения и складирования товарной продукции, а также транспортную функцию (зачастую оптовые предприятия организуют доставку товарной продукции к местам ее продажи); функцию распределения рынка (предприятия оптовой торговли принимают на себя риски, связанные с возможным хищением, порчей и устареванием запасов товаров) и рыночного продвижения товарной продукции, финансирования поставок и продаж, а также оказание консультационных услуг.

Базовые функции являются основополагающими функциями оптовой торговли. Помимо прочего, важнейшие функции оптовой торговли принято рассматривать применительно к макро- и микроуровням (рисунок 1).



Рисунок 1 – Функции оптовой торговли на микро- и макроуровнях (составлено авторами на основе источника [3])

Роль интегрирующей функции предприятий оптовой торговли заключается в обеспечении взаимосвязи между партнерами по поставкам товарной продукции и нахождению каналов сбыта.

Сущность оценочной функции связана с определением с помощью механизмов ценообразования уровня общественно необходимых затрат труда.

Организирующая и регулирующая функции содержат в себе необходимость обеспечения рационального построения экономической системы [3].

Функции применительно к клиентам-покупателям и клиентам-поставщикам представлены в таблице 2.

Таблица 2

Функции оптовой торговли на микроуровне (составлено авторами на основе источника [3])

Применительно к клиентам-покупателям	Применительно к клиентам-поставщикам
1. Оценка спроса и потребностей рынка;	1. Обеспечение концентрации коммерческой деятельности;
2. Сглаживание цен;	2. Поддержка процессов перехода прав собственности на товары;
3. Преобразование промышленного ассортимента в товарный;	3. Способствование инвестиционному обеспечению процессов товародвижения;
4. Накопление и хранение товарных запасов;	4. Осуществление маркетингового обслуживания;
5. Концентрация товарной массы;	5. Минимизация коммерческого рынка.
6. Доработка и доведение товаров до требуемого качества;	
7. Фасовка, упаковка, доставка товаров;	
8. Кредитование, информационное и консалтинговое обслуживание.	

Таким образом, существует множество различных подходов к определению функций предприятий оптовой торговли. Все они подчеркивают её огромную значимость в торговой отрасли, экономике региона, и страны в целом. От деятельности предприятий оптовой торговли во многом зависит состояние и развитие торговли в стране.

Современное состояние экономики показывает положительную динамику. В последние годы в экономике России появилась тенденция значительного роста оборота оптовой торговли. Усложняется структура оптовых предприятий, расширяются их масштабы деятельности. Наблюдается рост каналов товарных и информационных потоков, усложняется структура

связей в целом. Вместе с этим, быстрое развитие розничных торговых сетей приводит их к осознанию важности рационально организованной системы закупок и созданию собственных оптовых и распределительных центров.

В таблице 3 представлен общий объём оборота оптовой торговли по федеральным округам в Российской Федерации за 2015-2018 годы.

Таблица 3

Общий объём оборота оптовой торговли по федеральным округам в Российской Федерации (составлено авторами на основе источника [2])

	Оборот оптовой торговли, млрд. руб.			
	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Российская Федерация	56732505,9	61715143,9	69694214,3	80129705,4
Центральный Федеральный округ	29475755,1	31352324,1	35921056,8	42052903,4
Северо-западный Федеральный округ	6135526,7	7907959,8	8868932,8	10004407,6
Южный Федеральный округ	3373565,8	3944953,9	4168334,1	4710694,3
Северо-Кавказский Федеральный округ	671371,4	731937,8	788313,1	871759,1
Приволжский Федеральный округ	6518612,8	6949861,8	7693252,6	8610180,5
Уральский Федеральный округ	4247384,6	4281058,7	5061785,5	5556110,8
Сибирский Федеральный округ	4253202,3	4607655,3	5283461,3	5945310,8
Дальневосточный Федеральный округ	1889223,7	1939392,2	1909077,9	2378338,7

Таким образом, данные таблицы 3 показывают, что в каждом Федеральном округе в период с 2015 по 2018 год оборот оптовой торговли значительно увеличивался. Это подтверждает главную тенденцию – тенденцию постоянного роста оптовой торговли и её значимости в экономике. Всего за 4 года оборот оптовой торговли в России увеличился на 30%. Главной причиной такого роста стало появление большого количества торговых сетей и их активное развитие, вследствие чего появилась и потребность в таких же крупных оптовых поставщиках продукции.

Оборот оптовой торговли в Пермском крае представлен на рисунке 2. Данные об обороте были взяты с сайта Федеральной службы государственной статистики.

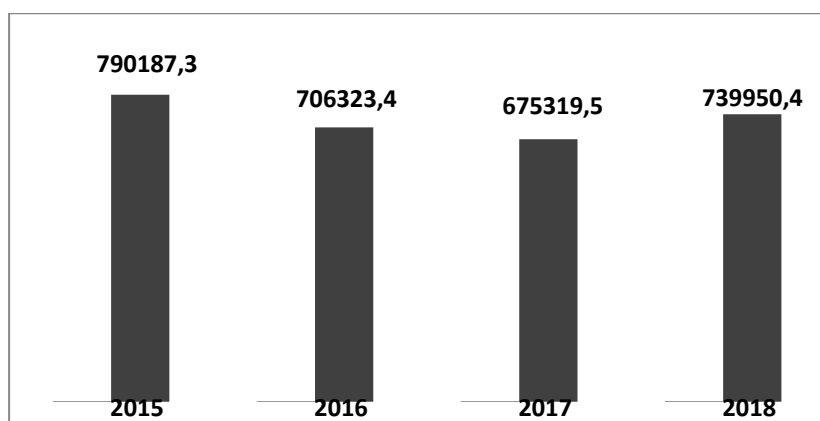


Рисунок 2 – Оборот оптовой торговли в Пермском крае в за 2015-2018 годы (млрд. руб.)

Как видно из рисунка 2 оборот оптовой торговли в Пермском крае с 2015 года постепенно снижался и только в 2018 году он значительно вырос. За два года оборот снизился на 114867,8 млрд. руб. или на 15%, но в 2018 оптовой торговле вновь удалось увеличить свою активность на 64630,9 млрд. руб. (9%) по сравнению с 2017 годом. Это значит, что после определённого спада в сфере оптовой торговли, она постепенно начинает наращивать свои объёмы, но достигнуть результатов 2015 года пока не удалось.

Таким образом, оптовые организации выполняют множество функций, которые включают в себя сбыт и стимулирование, закупку и формирование ассортимента, комплектацию партий товаров, складирование, хранение, транспортировку, финансирование, принятие риска, предоставление дополнительных услуг (информацию о рынке, консультационные услуги и услуги по управлению). Такое количество функций говорит о том, что оптовая торговля является важнейшим звеном между производителем продукции и потребителем.

Несмотря на общую тенденцию роста оборота оптовой торговли в стране, в Пермском крае с 2015 году было замечено значительное её снижение на 15%. В 2018 году по сравнению с 2017 оборот оптовой торговли вырос на 9%, что говорит налаживании оптовой торговли в регионе, увеличении её роли в системе товародвижения.

Список литературы:

1. Филип Котлер: Основы маркетинга. Перевод на русский язык: В. Б. Бобров [Электронный ресурс] — М., 1990. URL: <https://gtmarket.ru/> (дата обращения: 01.10.2019)
2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]: Оборот оптовой торговли. URL: <https://www.gks.ru/> (дата обращения: 01.10.2019)
3. Автор24 [Электронный ресурс]: Справочник статей и учебного материала. – 2019. URL: <https://spravochnick.ru/> (дата обращения: 01.10.2019)

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В МАГАЗИНЕ «СЕМЬЯ»

Томашевич Кристина Сергеевна

студентка Пермского института (филиала)

РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Степанова Татьяна Валерьевна

студентка Пермского института (филиала)

РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

*Научный руководитель: **Бармина Элеана Эмильевна,***

кандидат медицинских наук, доцент Пермского института (филиала)

РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Оценка качества торгового обслуживания является одной из наиболее важных задач торгового предприятия. В статье рассматривается процесс оценки качества торгового обслуживания на примере магазина розничной торговой сети «Семья» в городе Пермь.

Торговое обслуживание предприятия – комплексное понятие, которое представляет собой систему организации процесса в торговле. В соответствии с ГОСТ Р 51303-2013 «Торговля. Термины и определения» торговое обслуживание включает в себя несколько таких понятий как «качество торгового обслуживания», «культура обслуживания», «уровень обслуживания» и т.д [2]. В основе этих понятий лежит забота о покупателе, который должен с

наименьшими затратами времени и с наибольшими удобствами приобрести нужный товар.

Была проведено исследование качества торгового обслуживания магазина розничной сети «Семья» в городе Пермь. Гипотеза исследования: на основе оценки качества торгового обслуживания формулируются соответствующие выводы об организации обслуживания. Для решения выявленных проблем предлагаются мероприятия, которые повысят качество торгового обслуживания в магазине.

Методы, применяемые в исследовании: экспертный метод, метод анкетирования и анализа.

Оценка качества торгового обслуживания покупателей проводилось на примере ООО «Семья», одном из супермаркетов розничной торговой сети, расположенного по адресу г. Пермь, ул. Бульвар Гагарина, д.65а. Это универсальное предприятие торговли, представляющий универсальный ассортимент продовольственных товаров и узкий непродовольственных товаров (не более 30%), в том числе под собственной торговой маркой.

Для более детального анализа было исследована ближняя торговая зона. Расположение магазина можно оценить как выгодное: в районе жилых кварталов рядом с деловой частью города. Рядом находятся предприятия общепита и торговли, как крупные, так и специализированные. Вблизи находятся учебные заведения. В здании, в котором располагается магазин находится отель. Также имеется парковка для автомобилей. Торговая зона – ближняя. Расстояние до магазина в среднем преодолевается за 5-10 минут.

Для характеристики предприятия имеет значение то, что в магазине имеется зона для укладки отобранной продукции покупателями в пакеты, имеется камера хранения личных вещей покупателей. Также представлены некоторые виды механического оборудования: тележки и корзины, для отборки продукции покупателями.

Одно из основных преимуществ сети «Семья» — это широкий выбор свежих и качественных товаров. Конкурентным преимуществом выступает собственное производство магазина.

В магазине на постоянной основе проводятся популярные среди покупателей программы лояльности и совместные акции с поставщиками.

Для постоянных покупателей работает дисконтная программа, в основе которой лежит предоставление скидок по накопительной системе, что также является направлением, которое позволяет повышать лояльность покупателей.

С целью более глубокого анализа был проведён мониторинг оценки качества торгового обслуживания супермаркета «Семья» с помощью метода «Тайный покупатель». Мониторинг включал в себя оценку следующих показателей: позиционирование продавца в торговой зоне, своевременность реагирования продавца, внешний вид продавца и культура общения, работа кассового узла.

Позиционирование продавца в торговой зоне было оценено недостаточно положительно, так как продавец не обратил внимания на тайного покупателя. Но данный факт может объясняться тем, что магазин реализует товары методом самообслуживания, что может исключать непосредственный контакт каждого продавца с покупателями.

«Тайному покупателю» было необходимо обратиться с просьбой к продавцу для консультации, так как помощь была не предложена самим продавцом. Также следует отметить, что продавец не имел именного бейджа, форма была не опрятной. Культура общения продавца была оценена как грамотная и понятная клиенту. Но было замечено безразличие в интонации продавца. В ходе осуществления покупки потребности покупателя не выяснялись, продавец ничего не предлагал. После обращения к продавцу с просьбой консультации, знание ассортимента продавцом было оценено на среднем уровне.

Работа кассового узла характеризуется тем, что кассиры при обслуживании покупателей безразличны, редко присутствует приветствие,

продавец не благодарит за покупку. У продавца-кассира имелся бейдж. В очереди находилось 5 человек, время обслуживания одного покупателя составляло в среднем 40 секунд.

Обслуживание в целом оценено как незаинтересованное со стороны персонала торгового предприятия, что может объясняться концом рабочего дня, так как проверка проводилась в вечернее время.

Помимо мониторинга методом «Тайный покупатель» оценка качества обслуживания проводилась согласно ГОСТ Р 57856-2017 Услуги торговли. Номенклатура показателей качества услуг торговли. Методы оценки и контроля показателей» [1]. Показатели оценки качества торгового обслуживания и их характеристики относительно анализируемого магазина представлены в таблице 2.

Таблица 2

Оценка качества торгового обслуживания супермаркета «Семья» ул. Бульвар Гагарина, д.65а

Требования	Характеристика
Социального назначения	<ul style="list-style-type: none"> - торговые услуги супермаркета доступны для потребителей различных категорий; - услуги торговли соответствуют ожиданиям потребителей, так как в магазине представлен широкий ассортимент предлагаемой продукции, метод продажи – самообслуживание, то есть прогрессивный метод; - наличие у входа в супермаркет пандуса, для людей с ограниченными физическими возможностями, что позволяет беспрепятственно посещать магазин; - наличие социальной дисконтной карты, дающей право на скидку 10% в утренние часы для определенных категорий граждан
Функциональной пригодности	<ul style="list-style-type: none"> - магазин соблюдает точность и своевременность оказания услуг, соблюдает установленный режим работы, соблюдает ассортиментный перечень товаров, также оформление кассового чека соответствует законодательству; - соответствие обслуживающего персонала профессиональному назначению, в том числе компетентность и квалификацию персонала, но экспертами не была замечена внимательность по отношению к потребителям.
Информативности	<ul style="list-style-type: none"> - наличие в магазине необходимой достоверной информации - магазин ведет страницы в социальных сетях, а также имеет собственный сайт
Эргономичности	<ul style="list-style-type: none"> - супермаркет предусматривает комфорт и удобство покупателей при приобретении товаров, имеет удобное размещение товаров в торговых залах. - наличие парковки для автомобилей - супермаркет соблюдает гигиенические требования, в магазине чисто, товары лежат аккуратно, освещение яркое, помещение вентилируется, на

Требования	Характеристика
	<p>рабочих местах персонала чисто.</p> <ul style="list-style-type: none"> - выкладка товаров обеспечивает доступность, удобство, наглядность, четкое разграничение товаров различных групп.
Безопасности	<ul style="list-style-type: none"> - на видном месте размещён план эвакуации покупателей в чрезвычайных ситуациях, имеется пожарная сигнализация, ящики для хранения личных товаров покупателей; - техническое состояние и содержание помещения торгового зала и здания в целом благоприятное.
Эстетичности	<p>в магазине наблюдается стилевое единство, целостность композиции и художественной выразительности, гармоничность дизайна. Есть вывеска на магазине, издали виден логотип. На персонале есть форма, выдержанная в фирменных цветах компании. В интерьере торгового зала также присутствуют фирменные цвета – зелёный, жёлтый.</p>
Культуры обслуживания	<p>Культура обслуживания персонала супермаркета может быть повышена, так как этика поведения соблюдается не в полной мере. Персоналу необходимо создать в магазине благоприятную атмосферу для осуществления покупок потребителями.</p>

Таким образом, оценка качества торгового обслуживания в супермаркете «Семья» в целом показала высокий уровень, но имеются некоторые замечания относительно внимательности продавцов к покупателям.

Для того, чтобы узнать, удовлетворены ли покупатели магазина «Семья» качеством обслуживания, было составлено несколько вопросов, по которым было опрошено 30 респондентов.

Исходя из результатов опроса, было выявлено, что чаще всего супермаркет посещают покупатели в возрасте от 15 до 45 лет (в основном студенты и служащие). Большинство опрошенных респондентов совершают покупки «время от времени», незначительно меньше лояльных покупателей, их количество составляет 12 человек. Ни один опрошенный респондент не совершил покупку впервые. Таким образом, можно сделать вывод, что в исследуемом магазине много постоянных покупателей.

Ассортимент магазина представлен достаточно широко, поэтому 25 из опрошенных респондентов всегда находят тот товар, за которым они пришли в супермаркет. Среди недостатков торгового обслуживания выделяют недостаточное количество сотрудников в супермаркете и работу, чаще всего,

одного кассового узла. Но тем не менее качеством обслуживания в супермаркете «Семья» довольны 27 человек из 30 опрошенных респондентов.

На основе проведённого исследования были выявлены некоторые проблемы при обслуживании покупателей. Поэтому были предложены следующие мероприятия, представленные в таблице 3.

Таблица 3

Выявленные проблемы и предлагаемые мероприятия

Выявленные проблемы	Предлагаемые мероприятия	Ожидаемый результат
Безразличие персонала к покупателям	Продавцам следует более внимательно относиться к посетителям магазина, не забывать про приветствие	Покупатель будет чувствовать себя нужным и важным
Отсутствие бейджей	Руководству необходимо контролировать наличие бейджей у продавцов	Покупатель будет знать, как зовут продавца, обслуживающего его, и в случае необходимости сможет вежливо к нему обратиться
Работает один кассовый узел	Необходимо задействовать максимально возможное количество продавцов для расчёта с покупателями	В магазине не будет скапливаться большая очередь, тем самым обслуживание покупателей будет быстрее

Вследствие проведения данных мероприятий качество торгового обслуживания в супермаркете «Семья» будет более полно удовлетворять потребности покупателей магазина.

Таким образом, исследование показало, что качество торгового обслуживания можно оценить как удовлетворительное. Имеются замечания относительно внимательности продавцов к покупателям.

Опрос респондентов показал положительную оценку качества торгового обслуживания. Но 3 человека из 30 опрошенных респондентов высказали замечания по качеству обслуживания.

Были предложены следующие мероприятия по усовершенствованию качества обслуживания: продавцам необходимо более внимательно следить за своим внешним видом, иметь на одежде бейдж, не забывать про приветствие. Также необходимо задействовать максимально возможное количество кассовых узлов, что положительно скажется на времени обслуживания покупателей.

Список литературы:

1. ГОСТ Р 57856-2017 Услуги торговли. Номенклатура показателей качества услуг торговли. Методы оценки и контроля показателей. – М: Стандартиформ, 2018. – 12 с.
2. ГОСТ Р 51303-2013 Торговля. Термины и определения (с Изменением N 1, с Поправкой). - М.: Стандартиформ, 2014. – 20 с.
3. Сайт территориальных органов администрации города Перми [Электронный ресурс] / Мотовилихинский район. – URL: <http://raion.gorodperm.ru/>
4. Официальный сайт сети магазинов «Семья» [Электронный ресурс]. – URL: <https://semya.ru/>

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ПРОИЗВОДСТВА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

*Уварова Елизавета Алексеевна,
студентка 4 курса учетно-финансового факультета группы ЭК-41
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь
Научный руководитель: **Оборин Матвей Сергеевич**
д.э.н., профессор
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь*

Степень развития сельскохозяйственной отрасли оказывает значительное влияние на уровень жизни и благосостояние населения любой страны: размер и структура питания, среднедушевой доход, потребление товаров и услуг, социальные условия жизни. В связи с этим необходимо быстро и эффективно решать проблемы, оказывающие сдерживающее воздействие на развитие данной отрасли национальной экономики. Целью статьи является изучение состояния производства продукции сельского хозяйства на примере Волгоградской области, а также проведение анализа основных показателей,

характеризующих состояние растениеводства и животноводства области, выявление основных тенденций развития отрасли и её структурных изменений.

Волгоградская область входит в число крупнейших производителей сельскохозяйственной продукции в Российской Федерации. Уникальные почвенно-климатические условия региона позволяют организовать крупномасштабное производство высококачественного продовольственного зерна, крупяных культур, семян масличных культур, овощей, фруктов, бахчевых культур, а также позволяют успешно развивать все основные отрасли животноводства: молочное и мясное скотоводство отечественных и зарубежных пород, свиноводство, овцеводство, яичное и бройлерное птицеводство [3].

По итогам 2018 году сельское хозяйство Волгоградской области в фактических ценах обеспечило объём производства продукции на сумму в 128,27 млрд. руб., занимая 11-е место в рейтинге регионов России и 3-е место в Южном Федеральном округе. Доля в общероссийской стоимости произведенной сельскохозяйственной продукции находится на уровне 2,4% [3].

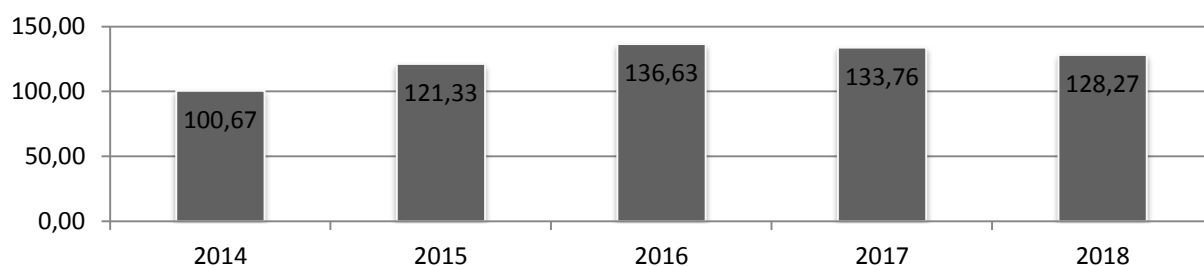


Рис. 1. Производство продукции сельского хозяйства в Волгоградской области в фактических ценах в 2014-2018 гг., млрд. руб. [4]

Как видно из диаграммы, представленной на рисунке 1, за период с 2014 по 2018 гг. объём произведённой сельскохозяйственной продукции в регионе имел неоднозначную тенденцию развития. В период до 2016 года наблюдался устойчивый рост производства продукции сельского хозяйства, в то время как позднее наметилась тенденция к снижению данного показателя, что привело к утрате региона своей лидирующей позиции в данной отрасли.

Сельское хозяйство Волгоградской области специализируется в основном на выпуске продукции растениеводства. Растениеводство Волгоградской области в 2018 году обеспечило производство продукции на сумму в 85,27 млрд. руб., что составляет 3,09 % от стоимости всей произведенной продукции растениеводства в РФ. По данному показателю область находится на 6-м месте в России [4].

Проанализируем статистические данные, характеризующие производство продукции растениеводства в Волгоградской области (таблица 1).

Таблица 1

Производство продукции растениеводства в Волгоградской области в 2014 – 2018 гг., в хозяйствах всех категорий; тысяч тонн [4]

Показатель	2014	2015	2016	2017	2018	2018 к 2014, %	Уд. вес в 2018 г, %
Зерно, в т.ч.	3913,9	2921,0	4531,9	5651,4	3706,8	94,71	62,53
пшеница	2622,6	1940,1	3328,7	4611,5	3044,3	116,08	51,36
рожь озимая	229,7	62,5	120,4	158,2	58,3	25,38	0,88
кукуруза на зерно	260,7	245,9	241,0	158,3	216,1	82,85	0,33
ячмень	460,1	384,3	580,9	490,3	183,7	39,93	3,10
овес	42,2	24,7	26,1	29,5	10,3	24,41	0,17
просо	65,8	72,2	57,1	20,6	15,4	23,40	0,26
гречиха	10,3	7,6	9,3	8,5	3,7	35,92	0,06
зернобобовые	141,2	116,1	88,3	118,3	153,6	108,78	2,59
Масличные культуры, в т.ч.	789,8	871,8	1020,7	695,3	1002,3	126,91	16,91
подсолнечник	684,9	732,3	814,7	576	943,3	137,73	15,91
соя	11,1	12,1	16,0	11,6	16,3	146,85	0,27
горчица	15,7	12,0	23,5	26,9	16,9	107,64	0,29
Картофель	260,8	267,2	241,8	227,0	218,4	83,74	3,68
Овощи - всего	816,9	913,4	943,2	1079,3	1000,1	122,43	16,87
Итого	5781,4	4973,4	6737,6	7653,0	5927,6	102,53	100,00

Данные, представленные в таблице 1, позволяют сделать вывод о скачкообразной динамике производства растениеводческой продукции. Общий объем производства в 2018 г. по ряду сельскохозяйственных культур ниже предыдущих лет, что объясняется, прежде всего, влиянием климатических условий. Анализ также показал, что одни виды сельскохозяйственной продукции выросли в объемах производства, а другие снизились. Так, в 2018 г. по сравнению с 2014 г. производство масличных культур увеличилось на 26,91 % (несмотря на существенный спад в 2017 году) и овощей на 6,96 %, а

производство зерновых культур и картофеля сократилось на 5,29% и 16,26% соответственно.

В структуре производимой продукции растениеводства Волгоградской области ведущую роль занимает зерно, удельный вес которого в 2018 г. составил 63% в общем объеме производства продукции растениеводства. На втором месте располагается масличная и овощеводческая продукция –16,91% и 16,87% всей продукции растениеводства соответственно, а третье место принадлежит производству картофеля – более 3%.

Следует также отметить, что Волгоградская область занимает 1-е место по производству семян горчицы, 2-е место по производству овощей, 3-е место по производству просо. Кроме того, сельское хозяйство Волгоградской области ставит регион на 5-е место по производству овощей защищенного грунта, на 6-е место по производству пшеницы и зернобобовых культур, а также на 8-е место по производству ржи [1].

Отрасль животноводства в Волгоградской области является вторичной по отношению к растениеводству. Животноводство области в 2018 г. обеспечило производство продукции на сумму в 43 млрд. руб., что обеспечивает области 27-е место среди регионов РФ. Доля животноводства региона в общем объеме произведенной в РФ растениеводческой продукции составила 1,66% [4].

Проанализируем статистические данные, характеризующие производство продукции животноводства в Волгоградской области (таблица 2).

Таблица 2

Производство основных продуктов животноводства в Волгоградской области в 2014 – 2018 гг., в хозяйствах всех категорий [4]

Показатель	2014	2015	2016	2017	2018	2018 к 2014, нат.выр.	2018 к 2014, %
Скот и птица на убой, тыс. тонн, в т.ч.	150,5	146,4	142,3	158,0	149,0	-1,5	99,00
крупный рогатый скот	38,8	40,8	38,8	40,9	40,0	1,2	103,09
свиньи	40,0	37,3	38,7	38,4	34,4	-5,6	86,00
овцы и козы	8,6	8,7	10,1	10,3	11,2	2,6	130,23
птица	62,4	59,0	54,1	67,9	62,6	0,2	100,32
Молоко, тыс. тонн	523,0	511,3	515,6	526,0	537,1	14,1	102,70
Яйца, млн. штук	706,3	707,3	736,4	753,0	759,9	53,6	107,59

Шерсть, тонн	2499,0	2567,0	2502,0	2525,0	2422,0	-77,0	96,92
--------------	--------	--------	--------	--------	--------	-------	-------

Анализ производства основных продуктов животноводства в Волгоградской области за период 2014-2018 гг. позволяет сделать вывод о неоднозначной динамике производства всех видов продукции животноводства.

По производству мяса наблюдается колебательная тенденция, однако за пятилетний период оно сократилось с 150,5 тыс. тонн в 2014 г. до 149,0 тыс. тонн в 2018 году. Наибольшее падение (на 14%) наблюдается в производстве свинины – с 40 тыс. тонн до 34,4 тыс. тонн. При этом производство баранины и козлятины в Волгоградской области демонстрирует устойчивый рост. В 2018 г. в регионе произвели 11,2 тыс. тонн баранины и козлятины на убой, что по отношению к 2014 г. составило 30,23% или 2,6 тыс. тонн. В 2018 г. по сравнению с 2014 г. производство молока в Волгоградской области выросло, хотя и не очень значительно – всего на 2,7 %. Положительным моментом в регионе является стабильный рост производства яиц и продуктивности птицы (7,59% или 53,6 млн.шт. яиц). В производстве шерсти, аналогично производству мяса, наблюдаются как повышательные, так и понижательные тенденции: за пятилетний период производство шерсти сократилось на 3,28% или 77 тонн.

В целом валовое производство животноводческой продукции Волгоградской области в хозяйствах всех категорий на протяжении анализируемого периода характеризуется относительно разнонаправленной динамикой и тенденцией к увеличению по некоторым видам продукции.

Вместе с тем в животноводческой отрасли Волгоградская область расположилась на 22-м месте по производству молока, на 24-м месте по производству всех видов мяса и на 25-м месте по производству куриных яиц [1].

Сопоставив результаты производства сельскохозяйственной продукции в Волгоградской области за период 2014-2018 гг., можно сделать следующие выводы. В настоящее время состояние производства сельскохозяйственной продукции Волгоградской области характеризуется как весьма успешное,

особенно развитие растениеводческой отрасли. В последние годы регион занимает лидирующие позиции в России по сбору зерновых и масличных культур, что не только полностью удовлетворяет собственные потребности региона, но и способствует экспорту данных культур в другие регионы и за границу. Наряду с этим наблюдается заметное отставание производства в животноводстве, что может являться следствием накопившихся в отрасли проблем: слабой материально-технической базы, низкой инвестиционной привлекательности отрасли и т.д. В этих условиях государство должно активно поддерживать местных производителей сельскохозяйственной продукции.

Список литературы:

1. АБ Центр: Экспертно-аналитический центр агробизнеса. Режим доступа: <http://abcentre.ru>.
2. Бородайкина Е.В. Основные тенденции развития сельского хозяйства Волгоградской области. // Актуальные вопросы экономических наук. – 2015. – №26. – С.265-270.
3. Оборин М.С. Технологии цифровой экономики в развитии сельского хозяйства// Друкеровский вестник. 2018. № 2 (22). С. 68-72.
4. Федеральная служба государственной статистики по Волгоградской области. Режим доступа: <http://volgastat.gks.ru>.

ПРОБЛЕМЫ ОБУЧЕНИЯ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Чазова Софья Андреевна
студентка ГБПОУ «Пермский профессионально-педагогический колледж»
научный руководитель: Чазова Елена Ивановна
преподаватель, Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова,
г. Пермь

Ещё лет двадцать назад советское образование считалось одно из самых лучших в мире. Опыт нашей страны перенимали такие мировые лидеры как США, Япония и Китай.

Сегодня же нашу систему образования не ругает только ленивый, а подавляющее большинство выпускников учебных заведений демонстрируют весьма невысокий уровень знаний [1]. Действительно, за последние два десятилетия образовательные стратегии и тактики государства многократно менялись. Разрушение эффективной и устойчивой системы советского образования, принятие Болонской системы, введение ЕГЭ, придание образованию статуса услуги, многократные изменения государственных образовательных стандартов, введение рейтинговых оценок деятельности преподавателей и новой формы оплаты их труда – это далеко не все факты, отражающие постоянные изменения российского образования [2].

От образовательного процесса и от педагогов зависит жизнь и будущее современного поколения. Но чему мы можем научить наших детей сегодня? Всех ли учителей можно назвать педагогами?

Разобьем возрастные промежутки жизни человека на ступени обучения, для более детального разбора и выявления самой сути проблемы. А для более точного восприятия следующей информации, было бы необходимо знание самого понятия - обучения. Данный термин имеет множество толкований, но самым точным является целенаправленный процесс организации учебно-познавательной деятельности, по итогам которой человек должен обрести статус личности. Как мне кажется, для наглядности, можно разделить всю жизнь человека на ступени обучения с уточняющим разбором, ведь каждая из них дает нам совершенно разные знания об окружающем мире. Каждому человеку с самого рождения интересна окружающая среда, этап познания мира - некой ступени самообразования. С первых лет жизни родители учат нас ходить, говорить, называть вещи своими именами, различать цвета, отличать хорошее от плохого и так далее. И уже отсюда начинается первая ступень нашего обучения - первые открытия. В трехлетнем возрасте родители отдают нас в детский сад, где мы знакомимся с другими детьми. Здесь мы развиваемся и учимся контактировать со сверстниками, заводим друзей, общаемся с воспитателями, выходим на прогулки - все так же продолжая познавать этот

мир. Детский сад является второй ступенью обучения человека, и называется детство.

Но, пожалуй, основным и самым важным этапом воспитания и самообразования становится третья ступень - отрочество и школьная жизнь, где чаще всего и находят саму проблему плохого поведения, антикультуры и в целом необразованности человека. Затем идет юность - учеба в ВУЗе (4 ступень - дополнение имеющихся знаний), зрелость - совершеннолетие (5 ступень - совершение самых нелепых ошибок молодости) и уже сама взрослая жизнь (6 ступень - личная жизнью) и старость (7 и самая последняя ступень). Основываясь на всем вышесказанном можно сделать вывод о том, что человек учится на протяжении всей своей жизни.

Но почему корень проблемы заключается именно в третьей ступени? По наступлению 6-7 летнего возраста мы идем получать новые знания в учебное заведение в школу. Именно здесь, по мнению многих ученых и психологов, мы находим друзей, с которыми проводим большую часть жизни, или же саму жизнь. Именно в школе мы получаем все те основные знания, что пригодятся нам в дальнейшем, и те, что расширяют наш кругозор. И если все так радужно - тогда в чем же здесь заключается проблема? Как правило, в большинстве случаев родители обвиняют в незнании предмета и полном несоблюдении дисциплины не своих отпрысков, а педагогов. Зачастую эта версия вполне справедлива и имеет место быть, ведь педагоги действительно иногда некомпетентны в своей педагогической деятельности, чересчур придирчивые и недисциплинированы при детях и коллегах. Но в любой проблеме, как и в проблемах образования, всегда виновниками являются две «стороны медали». Каждый чем-то «платит». И, к сожалению, в 21 веке все чаще стали встречаться ситуации, в которой родители активно начинают защищать свое чадо, вне зависимости от абсолютной истины. Это значит, что ты бы он не сделал или же все-таки натворил - родители будут на его стороне безоговорочно. Но почему так происходит? Я вижу эту проблему в том, что в последнее время участились случаи раннего материнства. Когда дети только отправляются в школу, сами

родители еще не закончили свое образование. Молодые родители – безграмотные, чтобы воспитать в своем ребенке настоящего человека. Они закрывают глаза на любые его шалости, разрешают ему все. И именно с такими родителями часто бывает очень тяжело общаться на родительском собрании, когда шансов на победу у педагога - ноль. Дети вырастают бесконтрольными и невоспитанными, хамят родителям и учителям, прогуливают занятия, не выполняют работу, которая от них требуется. Им уже ничего не будет интересно, им нужен будет лишь виртуальный мир, в который они будут уходить при первом же неудачном скандале, которые не смогут самореализоваться в жизни, вряд ли найдут любовь и заведут семью, они не смогут даже постоять за себя, потому что все их проблемы решались родителями.

Еще один значимый минус подобного воспитания является пример, когда ребенок учится на хорошо и отлично, только что бы выживать среди родителей. Он знает, что если получит удовлетворительно - его накажут, а если же неудовлетворительно, то могут и из дома выгнать. Ребенок отдаляется не только от учителей и своих сверстников, он даже дома не сможет быть самим собой, и будет жить в вечном страхе, и в итоге, когда вырастет - станет агрессивным и неуправляемым, ведь ничему из норм морали его родители не научили. Родители навязывают свои интересы детям, игнорируя их собственные. Ребенок хочет на музыку - родители хотят, что б он танцевал. Полное отсутствие самовыражения и поиска новых интересов, вследствие чего ребенок теряет интерес ко всему новому.

И если проблемы у «второй стороны медали», то в чем же виновата школа? Опять же основываясь на своем личном мнении и опыте, хочу сказать, что роль школы в воспитании личности так же весома, как и родительский контроль. Проблема бывает в самих обучающихся - той самой среде, что окружает нас от 9 до 11 лет. Мы можем так и не найти здесь друзей и остаться изгоем, поддаваясь нападкам одноклассников. Причин может быть великое множество, но решение в данном случае только одно — это помощь со стороны

педагогов и школьного психолога. Наша психика начинает принимать устойчивое состояние лишь с 11-летнего возраста. Это всего лишь 5 класс, конец начальной школы - переход в среднее звено, адаптация к новым условиям, новым учителям. И если в этот период у ребенка уже имеются определенные проблемы, то, скорее всего сам корень лежит либо в домашних обстоятельствах (ребенка обделили, бьют за плохие оценки и поведение) ну и так далее, либо в начальной школе - период, когда с ребенком быть нельзя жестким и резким, чрезмерно требовательным. И если педагог начального образования будет некомпетентен в своей профессии, если он будет кричать, ругать ребенка, то у него уже будут видны сбои. Он закроется от всех, станет робким и застенчивым, будет говорить тихо с незнакомыми людьми, и может вообще перестать здороваться, и забыть все правила приличия.

С маленькими детьми от 7 до 10 лет очень сложно работать. Они только что вышли из стен детского сада, где можно было ничего не делать, и сейчас им ежедневно приходится ходить в школу и сидеть на уроках, думать и отвечать, работать и получать новые знания и оценки. Конечно, ребенок не сразу будет готов к этому, даже если неоднократно разговаривать с ним на эту тему, постепенно подготавливая его к переходу в начальную школу, к новым незнакомым педагогам. Ребенку нужны те самые доказательства ваших слов и утверждений. «Да, школа — это интересно и увлекательно, да, школа — это друзья и учеба одновременно, да, школа — это творчество...». Педагог начального образования не должен упускать никаких деталей в воспитании и обучении детей не только такого возраста, а вообще всех, с кем он работает. Не нужно ругать за всякую ерунду, а просто спокойно объяснить. Что ты плохо постарался, но ты можешь исправиться. Будь лучше, каждый раз ищи то, чем тебе интересно заниматься. Педагог не должен упускать из внимания такие моменты, как плохое самочувствие ребенка, либо он чего-то не понял. Учитель должен обладать спокойствием и сдержанностью, уметь находить подход к любому ребенку, помочь понять материал, не принуждая к этому. И если педагог не будет иметь этих качеств и не соблюдать определенные правила

поведения с обучающимся - он не будет Учителем, а ребенок так и не познает чего- то нового. И это основная проблема всех учителей. Обучающиеся школ стали позволять себе врываться в кабинет во время урока, препираться с учителем и оскорблять его, заниматься своими делами в процессе обучения (например, играть на мобильном телефоне или "бродить" по интернету), не реагировать на замечания педагога. При этом, некоторые родители не только оправдывают такое поведение своих детей, но и сами ведут себя не лучшим образом. Следовательно, возникает конфликт между образовательным учреждением и родителями, который переходит в межличностный. Как правило, родители начинают писать заявления на учителя, либо забирают документы, чтобы перейти в другую школу. А бедный учитель от бессилия срывается на всех и по любому поводу. Это все рушит нашу систему образования, и проблема далеко не в количестве самого материала по всем предметам, а в падении социального статуса педагога.

В Советском Союзе педагоги имели особый статус: родители не сомневались в профпригодности преподавателей и не подвергали сомнению их рекомендации по воспитанию и развитию детей, а школьники и студенты воспринимали учителей, как неких "небожителей", к которым нужно относиться с исключительным уважением и почтением[1].

Необходимо отметить, что в сложившейся ситуации во многом виновно как правительство, которое не в состоянии предложить педагогам достойный уровень зарплаты, в результате чего качественно ухудшился кадровый состав преподавателей, но и сами учителя, позволяющие себе обсуждать личные проблемы при учениках и "срывать" на них свое плохое настроение.

Как одно из доказательств вышесказанного мною был проведен социальный опрос в Пермском профессионально-педагогическом колледже города Пермь обучающихся всех курсов (1026 человек). По его результатам опроса были выявлены следующие результаты: около 84% опрошенных считает, что проблема образования заключается в самих обучающихся, а также педагогах, в их некомпетентности и халатности по отношению к ученику.

Оставшаяся часть (16%) видит проблему современного образования в слишком требовательном старшем поколении (родителях), которые могут навязывать свои точки зрения по поводу их образования.

Подводя итоги, хочу сказать, что проблема образования на сегодняшний день заключается во всех субъектах, кто в ней задействован. Каждый несет на себе груз ответственности, которую, как правило, нарушает, и пытается перекинуть на других. Мы никогда не решим эту проблему полностью, но мы можем попытаться не совершать ошибок с нашей стороны как минимум.

Список литературы:

1. Электронный источник. – URL:https://fulledu.ru/articles/727_aktualnye-problemy-rossiyskogo-obrazovaniya.html
2. Электронный источник. – URL: <http://netreforme.org/news/neotlozhnyie-problemyi-obrazovaniya-i-puti-ih-resheniya-obrashhenie-k-budushhemu-prezidentu-rossii/>

РОЛЬ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Чистофалова Надежда Александровна

студентка

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

*Научный руководитель: **Оборин Матвей Сергеевич***

д.э.н., профессор

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Нагоева Тамара Александровна

старший преподаватель

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Весь мир и человечество вместе с ним вступили в эпоху значительных перемен. С каждым днем экономика и управление, наука и безопасность получают новую форму и содержание. Можно смело сказать, что процесс цифровизации запущен уже давно, и его не остановить.

Цифровая экономика, это своего рода совокупность экономических, социальных и культурных отношений, основу которых составляют цифровые

технологии. Также цифровую экономику называют интернет - экономикой или веб-экономикой [1].

Цифровизация экономики, это одно из решений ряда социальных и глобальных проблем, упрощает коммуникацию между гражданами общества, государствами и бизнесом. Высока роль цифровых технологий в ключевых отраслях экономики, имеющих стратегическое значение для развития страны: промышленность, строительство, агропромышленный комплекс [4].

Цифровая экономика имеет следующие составляющие: инфраструктура, электронные деловые операции и электронная коммерция.

Далее следует определить, что же из себя вообще представляют цифровые технологии.

Цифровые технологии – это дискретная система, которая базируется на способах кодирования и трансляции информационных данных, позволяющих решать разнообразные задачи за относительно короткие отрезки времени [3, с. 28].

Указ Президента РФ от 09.05.2017 N 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы» декларирует, что развитие цифровой экономики является стратегически важным вопросом для России в целом, определяющим ее конкурентоспособность на мировой арене [2, с. 17].

Россия находится в числе стран с наибольшим количеством интернет - пользователей, как представлено в таблице 1 [2 с. 19].

Как следует из таблицы 1, число пользователей интернета в России превышает 109 млн чел, уровень проникновения интернета в стране оценивается в 75%. Сейчас в интернет-экономике РФ работает 2,3 млн человек. При этом количество пользователей интернета, по данным Минкомсвязи, превышает 85 млн человек, и более 68 млн россиян предпочитают получать государственные услуги в электронном виде.

Страны с наибольшим числом интернет-пользователей в 2018 году

<i>№</i>	<i>Экономика</i>	<i>Население, чел</i>	<i>Число интернет-пользователей, чел.</i>
1	Китай	1 414 045 928	772 000 000
2	Индия	1 354 000 000	462 125 000
3	США	326 768 000	312 322 000
4	Бразилия	210 868 000	149 0578 000
5	Индонезия	266 795 000	143 260 000
6	Япония	127 185 000	118 627 000
7	Россия	146 000 000	109 553 000

Но, при всех плюсах, стоит подчеркнуть и тот факт, что с развитием цифровых технологий растет обеспокоенность сокращением рабочих мест, стагнацией зарплаты и ростом неравенства в оплате труда [5, с. 1].

Так, например, в сфере образования в настоящее время все больше колледжей, университетов, школ предлагают услуги онлайн-курсов, а онлайн-преподаватели все чаще предлагают новую методику изучения материалов. Кроме того, делают все больше компьютерных классов, внедряя планшеты, компьютеры и другую технику в классные комнаты [3, с. 29]. Любая область образования или науки, исследований или культуры и, наконец, средства массовой информации выступают основными областями по внедрению цифровых достижений, будучи важнейшими факторами, способствующими развитию цифровых технологий. Система образования непременно должна качественнее оснащать население навыками и знаниями, для соответствия требованиям цифровой рабочей среды [3, с. 29].

Если говорить о рынке труда, то сейчас на подъеме находится фриланс, то есть отдаленная работа. Это несомненный плюс в области цифровой экономики, поскольку появляется возможность иметь работу и доход у людей с ограниченными возможностями.

На сегодняшний день все организации стремятся за цифровыми трендами, благодаря которым происходит получение прибыли. А цифровые тренды в свою очередь способствуют упрощению жизни населения, и

повышению состояния экономики в стране. На рисунке 1 показана модель цифровой экономики [6, с 91].

По оценке Глобального института McKinsey (MGI), в ближайшие 20 лет до 50% рабочих операций в мире могут быть автоматизированы. Цифровые преобразования станут одним из главных драйверов экономического роста в мире. Интернет - технологии могут, к примеру, обеспечить Китаю рост ВВП к 2025 г. на 22%.

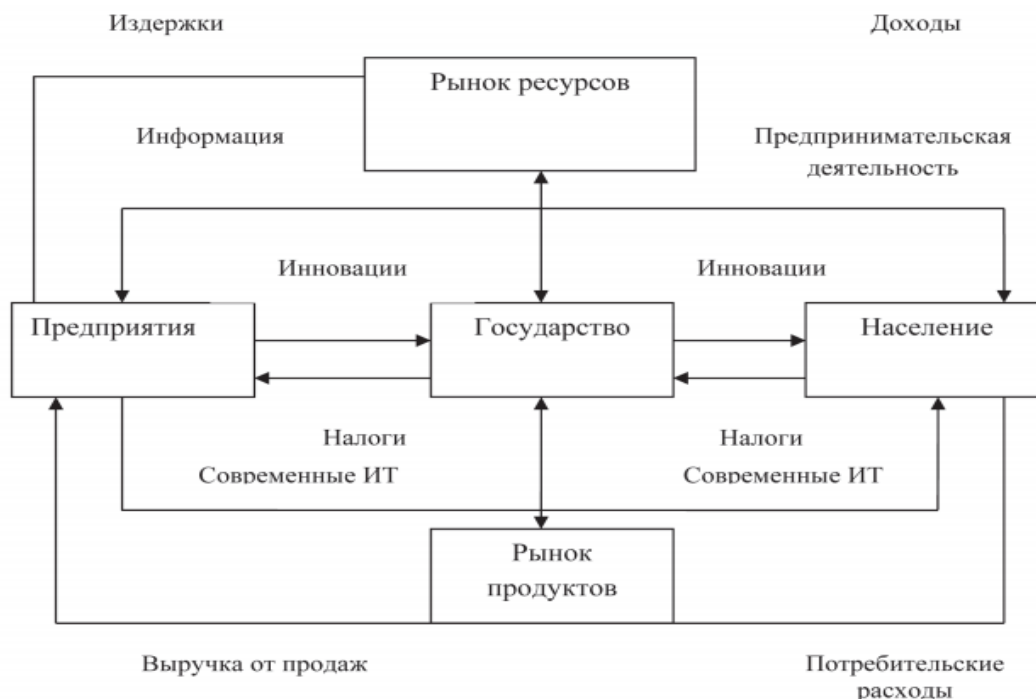


Рис. 1. Модель цифровой экономики

Впечатляющего эффекта может добиться и Россия: потенциальный экономический эффект от цифровизации экономики России увеличит ВВП страны к 2025 году на 4,1-8,9 трлн руб. (в ценах 2017 года), что составит от 19 до 34% общего ожидаемого роста ВВП [6, с. 92].

Среди возможных последствий для человека и общества в целом следует отнести феномен «психологического цифрового рабства», которое можно трактовать как складывание зависимости человека от работы его цифровых устройств, что порождает нервное беспокойство, если что-то вдруг перестает функционировать.

Итак, можно сделать вывод о том, что цифровая экономика является новым видом экономических отношений в сферах мирового рынка, который на данный момент очень стремительно развивается. Цифровизация экономики на современном этапе – это одно из решений ряда социальных и глобальных проблем.

Также, нельзя не отметить тот факт, что развитие цифровой экономики является стратегически важным вопросом для России в целом, который определяет ее конкурентоспособность на мировой рынке.

Таким образом, цифровые технологии стали неотъемлемой повседневной частью экономической, политической и культурной жизни всех субъектов хозяйствования России и двигателем развития всего нашего общества.

Список литературы:

1. Data Scientis «Сквозные технологии цифровой экономики» [Электронный ресурс]. – URL: <http://datascientist.one>
2. Бианкина А. О. Цифровые технологии и их роль в современной экономике / А. О. Бианкина // Экономика и социум: современные модели развития. 2017. №16. — С. 15-25
3. Кешелава А.В. Введение в «Цифровую» экономику: Учебник / Кешелава А.В., Буданов В.Г., Дмитров И.Д., Кешелава В.Б., Румянцев В.Ю., Сорокин К.С., Хаев И.Л., Щербаков А.В. – М.: ВНИИГеосистем, 2017. – с. 28 - 29
4. Оборин М.С. Технологии цифровой экономики в развитии сельского хозяйства// Друкерровский вестник. 2018. № 2 (22). С. 68-72.
5. Программа развития цифровой экономики в Российской Федерации до 2035 года [Электронный ресурс]. – URL: <http://spkurdyumov.ru>
6. Стефанова Н.А., Седова А.П. Модель цифровой экономики // Карельский научный журнал. 2017. Т. 6. № 1 (18). С. 91 - 92.

ИССЛЕДОВАНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА МОТОРНЫХ МАСЕЛ

Шаблов Антон Леонидович

студент Пермского института (филиала)

РЭУ им. Плеханова, г. Пермь

Научный руководитель: Симанова Ирина Марковна

кандидат фармацевтических наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Плеханова, г. Пермь

Жизнь человека в современном обществе невозможно представить без средств передвижения. Каждый день мы видим вокруг себя автомобили, автобусы, троллейбусы, грузовики и прочие транспортные средства. Работают они на энергии различного топлива, а сохранность основным механизмам обеспечивают специальные добавки. Одной из наиболее важных добавок является моторное масло.

Моторное масло применяется для снижения трения между движущимися деталями в двигателях внутреннего сгорания. В настоящее время все моторные масла производят путём смешения базовых масел с присадками – специальными добавками, которые улучшают конкретные свойства масла, например моющую способность, вязкость, коррозионную стойкость и т.д. [2].

Моторные масла можно разделить на 3 больших группы по происхождению – минеральные (органические), синтетические и полусинтетические.

Минеральные масла получают путём переработки тяжёлых битумных фракций нефти. Далее эти масла очищают и добавляют минимальный комплект присадок. В большинстве современных автомобильных двигателей данные масла крайне непригодны для использования и могут значительно сократить срок эксплуатации, однако являются наиболее дешёвыми и могут применяться в отечественной технике выпуска до 90-х годов [1].

Синтетические моторные масла получают в лаборатории путём синтеза однородных органических соединений. Основу данных соединений составляют высокомолекулярные углеводороды, полиальфаолефины и сложные эфиры. Затем, как и в случае с минеральным

маслом, добавляются специальные присадки. Синтетические моторные масла являются самыми лучшими для использования в современных автомобилях – они обладают отличной вязкостью при разных температурах, не загрязняют двигатель органическим осадком, обладают моющими и очистными функциями.

Полусинтетические моторные масла являются смесью минерального и синтетического масла. Как правило, смешение происходит в целях удешевления готового продукта, поэтому качество и функциональность полусинтетики ниже, чем у синтетики. Зато, в сравнении с обычным минеральным маслом, полусинтетическое масло может применяться в более широком диапазоне температур [2].

Современная классификация моторных масел проводится по их вязкости в различных температурных условиях. Данная классификация была придумана Ассоциацией Автомобильных Инженеров США (SAE – Society of Automobile Engineers). Согласно данной классификации, моторные масла подразделяются на зимние, летние и всесезонные. Примеры классификации по SAE обозначены в таблице 1.

Таблица 1

Примеры классификации моторных масел по SAE

Номер по SAE	Вид масла	Минимальная рабочая температура
0W	Зимнее	- 35 °С
5W	Зимнее	- 30 °С
10W	Зимнее	- 25 °С
20	Летнее	-
30	Летнее	-
40	Летнее	-
0W-40	Всесезонное	- 35 °С
5W-40	Всесезонное	- 30 °С
10W-40	Всесезонное	- 25 °С

В летних моторных маслах максимальная рабочая температура не регламентируется. Цифровое значение летних масел, например SAE 30,

обозначает его высокотемпературную вязкость при рабочей температуре от 100 до 150 °С. Значение данной вязкости необходимо выбирать под конкретный тип двигателя, универсальных масел в данной группе нет [4].

Ассортимент моторных масел на российском рынке представлен большим количеством наименований. Это связано с тем, что в нашей стране нефтяная отрасль является одной из доминирующих в экономическом плане, и каждая нефтяная компания предлагает свои моторные масла потребителю. Основные отечественные производители моторных масел – ЛУКОЙЛ, Роснефть, Газпромнефть. Из данных компаний в плане масел и смазочных материалов лидирующие позиции занимает ПАО НК «ЛУКОЙЛ», поскольку именно через её нефтеперерабатывающие заводы проходит «Кунгурская» нефть, которая добывается в Приволжском Федеральном округе. Данная нефть содержит в себе большее количество примесей, чем западносибирская нефть, однако её показатели вязкости идеально подходят для производства смазочных материалов.

Также в Российской Федерации присутствует огромное количество иностранных брендов. К ним относятся Mobil, Castrol, Shell, General Motors и другие. Стоит также отметить, что несмотря на зарубежный бренд, многие масла под импортными марками, и особенно полусинтетические, производятся непосредственно на отечественных предприятиях. С одной стороны это выгодно зарубежным компаниям, поскольку они могут дополнительно не платить за транспортировку, с другой стороны это выгодно отечественным производителям, поскольку производство моторных масел под зарубежными брендами не облагается акцизом.

Моторные масла выпускают в реализацию в тарах различного объёма. Тара может быть объёмом 1 литр, 4 литра, 5 литров и 20 литров. На нашем рынке наиболее популярны масла в тарах 4 и 5 литров, поскольку они имеют более привлекательную цену за единицу продукции.

Стоимость моторного масла в настоящее время невелика, и составляет в среднем 1500-2000 рублей за тару объёмом 4 литра. Цена зависит от вида

моторного масла, его класса вязкости и бренда. Ниже предлагаю рассмотреть ассортимент синтетических моторных масел объёмом 4 литра, представленных на российском рынке [3].

Таблица 2

Ассортимент синтетических моторных масел объёмом 4 литра

Наименование	Класс вязкости	Бренд	Цена, руб.
Genesis Armortech	5W-40, всесезонное	ЛУКОЙЛ	1520
Super 3000 x1	5W-40, всесезонное	Mobil	1890
Edge	5W-40, всесезонное	Castrol	2747
Helix Ultra	5W-40, всесезонное	Shell	2036
Premium N	5W-40, всесезонное	Газпромнефть	999
Quartz 9000	5W-40, всесезонное	Total	1551
ЛЮКС	5W-40, всесезонное	ЛУКОЙЛ	1345
Magnum Ultratec	5W-40, всесезонное	Роснефть	1515
Stayer NRG	5W-40, всесезонное	YOKKI	1650

В данной таблице отражены масла разных фирм, однако все они синтетические и имеют класс вязкости 5W-40. Разница в цене видна невооружённым глазом – знаменитые зарубежные бренды, такие как Castrol, Mobil и Shell имеют значительно более высокую стоимость в сравнении с отечественными маслами. Синтетическое моторное масло может иметь такую разницу в цене за счёт различных технологий производства, современного состава, а также дополнительных присадок. Интересным является тот факт, что в отечественных моторных маслах присадки на 100 процентов импортные, так что разница в качестве будет минимальная.

Также для примера предлагаю рассмотреть ассортимент полусинтетических моторных масел объёмом 4 литра, класса вязкости 5W-40. Для удобства данные представлены в виде таблицы.

Таблица 3

Ассортимент полусинтетических моторных масел объёмом 4 литра

Наименование	Класс вязкости	Бренд	Цена, руб.
ЛЮКС	5W-40, всесезонное	ЛУКОЙЛ	1003
Helix HX7	5W-40, всесезонное	Shell	1644
Magnum Maxtec	5W-40, всесезонное	Роснефть	1100
SAE Motor Oil	5W-40, всесезонное	YOKKI	1961
Premium L	5W-40, всесезонное	Газпромнефть	1025
Premium	5W-40, всесезонное	Neste	1460

Ситуация с полусинтетическими моторными маслами аналогичная. Зарубежные бренды значительно дороже чем отечественные. Однако, если в случае с синтетическими маслами можно было сказать о какой-то уникальной технологии производства и смешения, то к полусинтетике данные высокие технологии применить невозможно. Основным критерием для полусинтетики будет являться качество исходного сырья, которым является нефть. И в нашей стране, особенно в Пермском крае, нефть идеально подходит для создания минеральных и полусинтетических масел, которые только по причине качественного сырья будут иметь значительное конкурентное преимущество.

Исходя из вышеперечисленного можно сделать следующие выводы:

1) Качество моторного масла прямо пропорционально влияет на долговечность и работоспособность двигателя.

2) Для Пермского края наиболее подходящим вариантом является масло 5W-40 или 0W-40. Для дорогих иномарок рекомендуется использовать только синтетическое масло.

3) Отечественные бренды моторного масла зачастую аналогичны по свойствам импортным, однако значительно дешевле.

Список литературы:

1. Всё о температуре моторных масел: кипение, вспышка и застывание. [Электронный ресурс] - электронная публикация - Режим доступа: URL: <https://autodvig.com/motornye-masla/vliyanie-temperatury-57695> - (Дата обращения 01.11.2019)

2. Классификация моторных масел [Электронный ресурс] - электронная публикация - Режим доступа: URL: http://www.lgr.ru/motor_Oil- (Дата обращения 01.11.2019)

3. Моторные масла на OZON.ru. [Электронный ресурс] - электронная публикация - Режим доступа: URL: <https://www.ozon.ru/category/motornye-masla-8517-> (Дата обращения 01.11.2019)

4. Engine Oil Viscosity Classification J300_200711 [Электронный ресурс] - электронная публикация - Режим доступа: URL: https://www.sae.org/standards/content/j300_200711 - (Дата обращения 01.11.2019)

БЫТОВЫЕ ОТХОДЫ КАК ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ УГРОЗА

Шевченко Анна Витальевна

студентка Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

научный руководитель: Воронина Эмма Васильевна

кандидат химических наук, доцент Пермского института (филиала) РЭУ им.

Г.В. Плеханова, г. Пермь

В современном обществе всё чаще возникают вопросы на тему экологии.

Социально-экологические проблемы на мировом, территориальном, общенациональном и региональном уровнях более чем актуальны. К появлению серьёзных проблем в области экологии привело нецелесообразное использование природных ресурсов, развитие технического прогресса и увеличение численности населения.

Жизнь человека тесно связана с появлением продуктов распада, пищевых и промышленных отходов. Некоторые из них должны подвергаться правильному методу обработки, иначе они могут нанести серьёзный вред окружающей среде. Отходы являются одной из основных современных экологических проблем, которые представляют потенциальную угрозу для здоровья человека и окружающей среды.

Активное загрязнение планеты и нерешенная проблема отходов привели к глобальным изменениям, которые состоят в разрушении среды существования живых организмов. Чем больше город, тем больше в нём мусора, львиная доля которого приходится на так называемые твёрдые коммунальные отходы (ТКО) или твёрдые бытовые отходы (ТБО). Среднестатистический житель мегаполиса в год производит от 500 до 1000 килограмм мусора и отходов [5]. Это и жестяные банки из-под консервов и напитков, и полиэтилен, и стекло, и прочие отходы.

Вывоз мусора, особенно из больших городов, становится всё большей проблемой нашего времени. Ни одна из развитых и развивающихся стран не может похвастаться налаженной системой утилизации отходов. А в странах с низким уровнем жизни кучи мусора могут лежать прямо на улицах. Это не

только способствует загрязнению почвы и воды, но и увеличивает рост патогенных бактерий, что, в свою очередь, приводит к распространению острых, а иногда и смертельных заболеваний.

Проблема утилизации мусора касается всех видов отходов, не только промышленных, но и бытовых. Многие из них имеют опасные продукты распада, что значительно усложняет методы переработки. Разлагающийся мусор выделяет альдегиды и спирты, которые проникают в почву, воздух и жилые здания.

Также следует отметить, что даже атмосфера Земли заполнена тоннами мусора, оставшегося после запусков исследовательских зондов, спутников и космических кораблей на просторы Вселенной.

Проблема загрязнения окружающей среды отходами производства и потребления, приобретает критические масштабы и часто не решается из-за плохо организованной системы вывоза, отсутствия надлежащего места, заводов или компаний по утилизации. Не решена и проблема утилизации отходов. Так, например, сжигание отходов — это не только способ их уничтожения, но и источник энергии. С экологической точки зрения сжигание играет весьма спорную роль в системе уничтожения отходов и в энергосистеме [4].

На сегодняшний день в мире только 60% отходов получают вторую жизнь путем переработки [3].

Экологическая проблема мусора касается не только земли, но и Мирового океана. Впервые данная проблема в водном пространстве была обнаружена в 1997 году. Восемь миллионов тонн отходов сбрасывается в Мировой океан ежегодно. По расчётам учёных, если ничего не изменится, то через тридцать лет в океане будет больше пластика, чем рыб. Такой сброс приводит к гибели около ста тысяч птиц в год. Кроме того, пластик, вступая в реакции, выделяет вредные вещества, которые затем попадают к человеку с пойманной рыбой. Наличие плавучей свалки ещё раз напоминает нам о том, что проблема мусора давно вышла за рамки государств и приобрела мировой глобальный характер.

Если не решить проблему, то очень скоро на Земле не будет места для всех куч переработанного мусора. Почему не принимаются никакие действия для более рациональной утилизации отходов - неясно. Вместо этого появляется всё больше изделий, изготовленных из химических материалов, которые не распадаются сами по себе, а при разложении через сотни лет губят окружающую среду.

Метод перераспределения мусора на вторичную переработку или для использования в качестве удобрений особенно актуален для стран с развитой промышленностью. В соответствии с такой политикой, часть мусора сжигается в печах для производства энергии, а переработка отходного материала в подобные новые продукты в конечном итоге сокращает государственные расходы на производство и в то же решает проблему загрязнения мусором.

По мнению экспертов, экологическая ситуация в России далека от благополучной. Это является следствием активного вмешательства человека в естественные природные процессы. За последние сто лет в России были уничтожены тысячи гектаров хвойного леса, вода и атмосфера очень сильно загрязнены.

На каждого гражданина России в среднем приходится четыреста килограммов твердых бытовых отходов в год. Если не заняться решением проблемы, то число больных людей будет увеличиваться, а численность населения регулярно сокращаться. Единственный выход — это утилизация отходов. В стране мало предприятий, которые занимаются переработкой или утилизацией отходов.

В большинстве населённых пунктов проблемы, связанные со сбором и транспортировкой отходов, не решены. Нет огороженных контейнерных площадок и площадок для сбора крупногабаритного мусора, контейнеров, транспорта для их вывоза. В случае наличия системы сбора ТБО количество контейнеров и периодичность их вывоза явно не достаточны. Раздельный сбор мусора отсутствует, нет оборудования для селективного сбора отходов на контейнерных площадках. Сбор биологических отходов (трупы домашних

животных) не осуществляется. Вопрос утилизации строительного мусора и отходов от демонтажа зданий и сооружений не решён.

Утилизация мусора заканчивается на вывозе разного рода отходов на свалку. Огромные сотни гектаров земли источают вредоносные запахи и становятся непригодны для жизни. Поэтому необходимо принять закон об утилизации мусора в соответствии с типом отходов. Например, вы неминуемо будете оштрафованы за рубежом, если в контейнер для стекла вы выбросите металл или пластик. Так производить повторную переработку мусора станет намного проще.

Примером решения проблемы бытовых отходов является Швейцария. Данная страна лидирует в мире по количеству сдаваемых бутылок — более 90% тары возвращается на заводы по вторичной переработке стекла. Программа по приему и переработке использованного стекла началась в 1972 году и до сих пор успешно реализуется [2]. Сортировка бытовых отходов в Швейцарии доведена до крайности. Сортируют всё, что можно отсортировать. Эта система не имеет исключений, и каждый обязан раскладывать мусор по разным контейнерам. Существует даже утрированный пример того, как правильно выбрасывать использованный чайный пакетик: этикетку - к картону, сам пакетик - к старой бумаге, заварку - в компост, скрепку - к использованному металлу, а ниточку - в маркированный мусорный кулёк.

Ещё в 80-е годы XX века экологическая ситуация в Швейцарии была катастрофической, так как практически все реки и озера загрязнены фосфатами и нитратами, земля - тяжелыми металлами, биоразнообразие стремительно уменьшалось, а растущее общество потребления производило огромное количество мусора. Очень скоро жители стали задыхаться от собственного мусора, промышленных и сельскохозяйственных загрязнений. На такой маленькой территории не было обширных площадей, чтобы можно было сбросить отходы и забыть о них.

Тогда-то и встал вопрос о разработке новой экологической политике, которую стали с педантизмом воплощать. На это ушло два десятилетия, но

результат превзошёл все ожидания. Сегодня Швейцария является одной из самых экологически чистых стран мира.

Скандинавские страны хорошо известны во всем мире своим стремлением к максимальному ресурсосбережению в сфере переработки и утилизации твердых бытовых отходов. В этом регионе Швеция признана наиболее активным борцом за здоровый образ жизни и чистоту окружающей среды. Шведские программы утилизации отходов становятся эталоном для многих государств, однако немногим даже экономически развитым регионам удастся обеспечить систему ресурсосбережения при утилизации ТБО, подобную шведской [1].

Решение экологических проблем напрямую зависит от деятельности представителей органов государственной власти. Важно контролировать все отрасли экономики, чтобы все предприятия снижали выбросы и, следовательно, их негативное воздействие на окружающую среду. На сегодняшний день необходимы кардинальные меры для решения экологических проблем в мире. Для обеспечения чистоты города или всей страны требуется тщательная утилизация, сортировка и переработка отходов. Прежде всего, должно быть производство, обеспечивающее практически полную переработку непригодного сырья.

Список литературы:

1. Вирлич Е. М. Швеция: сбережение ресурсов — основной принцип утилизации отходов // Твердые бытовые отходы. — 2010. — №6. — С. 60-61 (дата обращения 22.11.2019)
2. Как решили проблему мусора в Швейцарии [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://econet.ru/articles/67871-kak-reshili-problemu-musora-v-shveytsarii> (дата обращения 25.11.2019)
3. Проблема мусора. Экологическая проблема мусора – Режим доступа: [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://fb.ru/article/161257/problema-musora-ekologicheskaya-problema-musora> (дата обращения 24.11.2019)

4. Сандквист Я. Сжигание отходов: плюсы и минусы / Я. Сандквист, Р. Ванкевич // Твердые бытовые отходы. — 2007. — №2. — С. 51-52 (дата обращения 21.11.2019)

5. Экологические проблемы отходов - Режим доступа: [Электронный ресурс]- Режим доступа: <https://ecoportal.info/ekologicheskie-problemy-otxodov> (дата обращения 25.11.2019)

ВОВЛЕЧЕННОСТЬ ПЕРСОНАЛА КАК НАИВЫСШИЙ УРОВЕНЬ МОТИВАЦИИ

Шишкина Карина Александровна
Студентка Пермского филиала РАНХиГС, г. Пермь
научный руководитель: **Иванов Александр Иванович**
кандидат философских наук, доцент
Пермского филиала РАНХиГС, г. Пермь

Одной из задач руководителя любого предприятия является мотивация персонала, без которой трудно представить деятельность организации. Мотивация — это то, что побуждает человека к действиям. Чтобы человек стремился выполнить ту или иную работу быстрее, более качественно, руководитель использует как материальную, так и нематериальную основы стимулирования. Наивысшим уровнем мотивации, достигнуть которого стремится каждое предприятие, является вовлеченность персонала. Рассмотрим, как она проявляется, какие условия создают руководители для ее появления, и какое значение имеет данный уровень мотивации для компании.

Для того, чтобы понять, существует ли вообще вовлеченность среди сотрудников, а не только удовлетворенность и лояльность, чаще всего проводятся специальные опросы. Это самый простой способ, и он наиболее распространен на многих предприятиях. Например, есть опросник Q12, разработанный Институтом Гэллапа, который содержит в себе 12 тезисов. В нем предполагается, что сотрудник на каждый тезис должен ответить либо «да», либо «нет», и, исходя из этого, руководитель делает определенные выводы [1].

Вовлеченный работник должен иметь особые характеристики, отличающие его от других, невовлеченных сотрудников.

Во-первых, работник чувствует свою ценность для предприятия. Он полностью погружается в работу, не отвлекается на посторонние дела, может долгое время сосредоточенно работать над решением задачи. Также он с удовольствием улучшает свои профессиональные навыки и отличается особым старанием [1,2].

Во-вторых, такой работник относится к работе с энтузиазмом. Он пытается качественнее и производительнее выполнить работу, затрачивая интеллектуальные и эмоциональные ресурсы. Кроме того, он помогает коллегам увлечься деятельностью [1, 2].

В-третьих, вовлеченный сотрудник, при возможности, проявляет инициативу. Он ищет различные инновации, новые идеи и подходы эффективного решения тактических задач в достижении стратегических целей. Не боится брать на себя дополнительную ответственность, готов расширить круг своих обязанностей и заниматься различными аспектами деятельности [1,2].

В-четвертых, работник ориентирован, прежде всего, на достижение цели, он действительно, заинтересован в успехе предприятия, готов вкладывать свои силы и время в общее дело. Считает себя частью компании. Такого работника не приходится постоянно контролировать со стороны руководителя. [1,2]

В-пятых, он ориентирован на дальнейшую работу на данном предприятии, не заинтересован в смене работы.[2]

Как видно, вовлеченный сотрудник имеет множество положительных черт. Именно таких работников и хотят видеть у себя в команде работодателя. Но на пустом месте вовлеченность возникнуть не может, поэтому руководители проводят различные мероприятия, повышающие мотивацию, создают для этого специальные условия, в которых персонал захочет и сможет реализовать свой потенциал в полном объеме.

Работодатель, в первую очередь, должен сам проявлять энтузиазм в работе, тогда и персонал последует за ним. Нужно помнить, что вовлеченность формируется сверху вниз. Четкое понимание направления и цели развития

организации тоже способствует появлению вовлеченности. С помощью мастер-классов и тематических встреч, дающих понять, зачем организация осуществляет свою деятельность, сотрудник ощущает себя частью команды с общими целями. Например, компания Reebok заявляет, что «спорт-это жизнь». Ее цель состоит в том, чтобы в жизни человека было как можно больше физической активности. Для того, чтобы каждый сотрудник, работающий в данной компании, понял эту цель, осознал, какой вклад вносит в общество, Reebok в 2011 году создала тренировочный центр, где у персонала появилась возможность заниматься физкультурой. На собственном опыте сотрудники имеют возможность удостовериться, что заниматься спортом очень важно[3].

Что касается заработной платы и распределения нематериальных стимулов, то здесь всё должно быть открыто и справедливо. Это поможет работнику увидеть взаимосвязь между своим вкладом в общее дело и получаемым вознаграждением. Компания FullContact за высокую производительность и качественную продукцию выдает каждый год сотруднику поощрительную сумму в 7,5 тыс. долларов и предоставляет оплачиваемый отпуск, которым обязательно нужно воспользоваться, и в течение которого работник не должен поддерживать связь с офисом[4].

Также работодатель должен предоставлять работникам возможность развития и роста. Сотрудники станут более вовлеченными, если они будут знать, что смогут развиваться в своей области, знакомиться с новинками и разработками, касающимися их деятельности[2].

Никакие созданные условия и проводимые мероприятия не сделают человека вовлеченным, если не будет установлен благоприятный психологический климат. Руководитель должен проявлять демократизм в общении со всеми сотрудниками, проявлять к ним уважение, независимо от должности. Директор американской компании по импорту кровельных материалов ABC Supply Кен Хендрикс считает, что во время работы коллектив должен чувствовать себя комфортно. Он устанавливал доверительные отношения с каждым, создавая атмосферу единства и вовлеченности. Также

руководитель должен подчеркивать значимость сотрудников. Сделать это можно любым способом, в том числе используя словесную оценку. Ответом на это будет благодарность, что улучшит не только отношение к работодателю в целом, но и результат труда[5].

Действительно, вовлеченность персонала напрямую влияет на производительность, если соблюдаются вышеперечисленные условия. Данный уровень мотивации-условие высокой конкурентоспособности и эффективности предприятия. По исследованиям Gallup, у компаний с высокой вовлеченностью сотрудников много преимуществ:

- повышается производительность;
- появляются новые методы и идеи;
- расширяются рынки сбыта;
- в компанию приходят новые клиенты и партнеры;
- становится больше лояльных сотрудников, которые не стремятся сменить работу;
- уменьшается количество дисциплинарных нарушений [2].

В 2018 году AonHewitt было проведено исследование, которое привело к таким результатам: при увеличении вовлеченности на 1%, прибыль увеличивается на 20 млн. долларов[6].

На официальном сайте компании Google сказано, что главное-это люди, которые и обеспечивают такой быстрый рост корпорации. Google высоко ценит своих работников, и постоянно заботится о них, предоставляя бесплатное питание, медицинскую помощь, массаж, спорткомплекс возле офиса и другое. Персонал, благодаря этому, показывает высокий уровень вовлеченности. Имея таких сотрудников, Google стал одной из крупнейших компаний с мировым именем, и ежегодно увеличивает чистую прибыль на 10%[7].

Hewitt Associates и Gallup предоставляют сводные данные о том, что компании с высоким уровнем вовлеченности работников выигрывают по сравнению с теми, у кого этот показатель низкий: акции стоят больше на 12%, продажи выше на 20%, прибыль выше на 21%, уровень удовлетворенности

клиентов выше на 5-10%, текучка кадров ниже на 24-59%, продуктивность выше на 17%, прогулов меньше на 41%, травм на рабочем месте на 70% меньше[8].

Таким образом, работодателям очень важно, чтобы в их организации было как можно больше вовлеченных сотрудников. Выявить их не сложно, зная, какими качествами они обладают, какое у них отношение к работе и к руководителю. Результаты деятельности также помогают понять, насколько работники вовлечены. Вовлеченный человек всегда будет приносить только пользу, ведь для него развитие организации — это главное. Восприятие компании как семьи, для которой желаешь самого лучшего-высший уровень мотивации.

Список литературы:

1. ООО «Практикум Групп».[Электронный ресурс: сайт]. - Режим доступа: <https://practicum-group.com/blogs/vovlechennost-personala/>
2. «АКТИОН». [Электронный ресурс: официальный сайт]. - Режим доступа: <https://www.hr-director.ru/article/67505-vovlechennost-personala-kak-otsenit-i-povysit>
3. Reebok. [Электронный ресурс: официальный сайт]. - Режим доступа:<https://www.reebok.ru/>
4. FullContact. [Электронный ресурс:официальный сайт]. - Режим доступа: <https://www.fullcontact.com/about/>
5. ABC Supply. [Электронный ресурс: официальный сайт]. - Режим доступа: <https://www.abcsupply.com/>
6. Awara. [Электронный ресурс: официальный сайт]. - Режим доступа: <https://www.awaragroup.com/ru/blog/what-employee-engagement-is-and-why-it-matters/>
7. Google.[Электронный ресурс: официальный сайт]. - Режим доступа: <https://about.google/>
8. Inc. [Электронный ресурс: сайт]. Режим доступа:<https://incrussia.ru/understand/kak-povysit-vovlechennost-sotrudnikov-metodichka-dlya-biznesa/>

ФИНАНСОВОЕ СОСТОЯНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ: АНАЛИЗ, ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Яacobчук Анна Сергеевна

студентка

Донецкого национального университета экономики и торговли

им. Михаила Туган-Барановского, г. Донецк

Мелентьева Оксана Владимировна

кандидат экономических наук, доцент

В современных экономических условиях деятельность любого предприятия является предметом интереса широкой сферы участников рыночных отношений, заинтересованных в результатах его функционирования. А основой стабильности любого предприятия является его финансовая устойчивость, которая зависит от финансового состояния предприятия как конечного результата его хозяйственной деятельности, возможность предприятия быстро окупить вложенные средства.

Под финансовым состоянием понимается основная характеристика деятельности предприятия на экономическом рынке. В современной отечественной экономической литературе понятие «финансовое состояние» имеет неоднозначную трактовку. Отсутствие единого методологического подхода по его определению обуславливает необходимость в построении универсальной практической методики анализа финансового состояния. Г.В. Савицкая считает «финансовое состояние предприятия – экономическая категория, отражающая состояние капитала в процессе его кругооборота и способность субъекта хозяйствования к саморазвитию на фиксированный момент времени» [5].

Финансовое состояние определяет конкурентоспособность предприятия, его возможность в деловом сотрудничестве, оценивает, в какой степени гарантированы экономические интересы самого предприятия и его партнеров по финансовым и другим отношениям. Поэтому можно считать, что основная задача анализа финансового состояния – показать состояние предприятия для

внутренних и внешних потребителей, количество которых при развитии рыночных отношений значительно растет.

В рыночной экономике финансовое состояние предприятия по сути дела отражает конечные результаты его деятельности.

Независимо от сферы и масштаба, состояние предприятия характеризуется с основных точек зрения: [1, с. 79-84]

1. Платежеспособность (ликвидность) – способность непрерывно вести свою деятельность, непрерывно рассчитываться по своим обязательствам.

2. Рациональность средств предприятия и их источников.

3. Финансовая устойчивость (характеризуется коэффициентами финансовой устойчивости/независимости) – способность сохранять возможность непрерывного ведения деятельности, потенциал сохранить финансовую самостоятельность от внешних сторон.

4. Рентабельность – результативность работы предприятия, обеспечение интересов владельцев.

Показатели платежеспособности (ликвидности) позволяют очертить и рассмотреть способность предприятия отвечать по своим текущим обязательствам. В основу расчета этих показателей заложена идея сопоставления текущих активов с краткосрочными пассивами. В результате расчета устанавливается, в достаточной ли степени обеспечено предприятие оборотными средствами, необходимыми для расчетов с кредиторами по текущим операциям. Поскольку всевозможные виды оборотных средств обладают различной степенью ликвидности, рассчитывают несколько коэффициентов ликвидности.

С позиции кругооборота средств деятельность любого предприятия представляет собой процесс непрерывной трансформации одних активов в другие. Эффективность текущей финансово-хозяйственной деятельности может быть оценена протяженностью операционного цикла, зависящей от оборачиваемости средств в различных видах активов.

С помощью показателей финансовой устойчивости оцениваются состав источников финансирования и динамика соотношений между ними. Анализ основывается на том, что источники средств различаются уровнем цены капитала, степенью доступности, уровнем надежности, степенью риска.

Показатели рентабельности предназначены для оценки общей эффективности вложения средств в данное предприятие. Здесь абстрагируются от конкретных видов активов, а анализируют рентабельность капитала в целом [2, с. 744-747].

Проблемы и затруднения, возникающие в финансовом состоянии предприятия, в конечном итоге имеют свои проявления. Можно выделить три основные проблемы в финансовом состоянии предприятия:

1. Дефицит денежных средств в настоящее или ближайшее время, низкая платежеспособность

Экономическая суть проблемы состоит в том, что у предприятия в ближайшее время может не хватить или уже не хватает средств для непрерывного ведения деятельности, своевременного погашения текущих обязательств перед кредиторами.

Индикаторами низкой платежеспособности являются неудовлетворительные показатели ликвидности, просроченная кредиторская задолженность, сверхнормативные задолженности перед бюджетом, персоналом и перед поставщиками, и отрицательная величина чистого оборотного капитала.

2. Низкая финансовая устойчивость.

Возможные перебои с погашением обязательств в будущем; потеря независимости компании от внешних сторон (кредиторов)

Под низкой финансовой устойчивостью подразумевается чрезмерная величина заемного капитала, недостаток собственных источников финансирования деятельности, что может привести к проблемам в погашении обязательств в будущем – то есть размер долгов, превышающий возможности компании по их погашению.

Недостаток собственных источников погашения заемных средств в конечном итоге грозит предприятию потерей самостоятельности, собранием кредиторов, «продажей имущества за долги».

О растущей зависимости предприятия от кредиторов сигнализирует падение коэффициентов финансовой устойчивости (иногда их называют также коэффициентами независимости или автономии) ниже достаточного уровня.

Однозначным индикатором проблемы является отрицательная величина собственного капитала в пассиве Баланса (накопленные убытки), а также отрицательная величина чистого оборотного капитала.

3. Недостаточное удовлетворение интересов собственников, недостаточная эффективность работы предприятия.

Индикаторами проблемы являются низкие коэффициенты рентабельности.

На практике это означает, что собственник получает доходы, неадекватно малые своим вложениям, неадекватно малые по сравнению с альтернативными рыночными возможностями получить доход на капитал.

Возможные последствия такой ситуации – негативная оценка работы менеджмента, выход собственника из предприятия.

Для самого предприятия – для менеджмента и персонала – низкая рентабельность означает, что организация зарабатывает прибыли, неадекватно малые своему масштабу. В данном случае под масштабом подразумеваются активы предприятия – совокупность зданий, земли, оборудования, средств, связанных в оборотных активах. Для низкорентабельного предприятия становится вероятным сокращение, что может затронуть интересы как менеджмента, так и работников.

Представим ряд мероприятий по укреплению финансового состояния предприятий, т.е. комплекс мер по решению данных проблем [6].

1. Совершенствование финансирования деятельности предприятия – определение рациональной структуры пассивов с учетом допустимого уровня финансового риска; производить расчеты по распределению чистой прибыли и

самофинансирование развития, и наращивание собственных средств; формирование оптимальной структуры заемных средств по форме (кредиторская задолженность, кредит, облигационный заем), по срокам (краткосрочные, долгосрочные) и стоимости.

2. Повышение эффективности использования текущих активов – определение основных направлений расходования средств предприятия; формирование оптимальной структуры активов; регулирование массы и динамики финансовых результатов с учетом предпринимательского риска.

3. Совершенствование стратегии финансовой политики на предприятии - проведение анализа инвестиционных проектов хозяйственного и финансового характера, отбор оптимальных из них и последующий финансовый мониторинг претворения проектов в жизнь.

4. Совершенствование тактики финансовой политики предполагает - осуществление комплексного оперативного управления оборотными активами и краткосрочными обязательствами предприятия (денежными средствами, дебиторской задолженностью, запасами сырья и готовой продукции, с одной стороны, и кредиторской задолженностью, и краткосрочными кредитами, с другой стороны).

5. Совершенствование финансового планирования и прогнозирования развития предприятия – определение финансовых перспектив развития предприятия, тактических шагов по обеспечению своевременного проведения расчетов между поставщиками и покупателями.

6. Совершенствование внутреннего финансового контроля – анализ данных бухгалтерского и операционного учета, а также отчетность предприятия.

В заключение отметим, что анализ финансового состояния предприятия – это совокупность показателей, отраженных в балансе предприятия по состоянию на определенную дату. Финансовое состояние характеризуется платежеспособностью субъекта хозяйствования, его способностью своевременно отвечать по своим обязательствам. Цель анализа финансового

состояния предприятия определяется возможностью объективной оценки использования финансовых ресурсов, выявление внутрихозяйственных резервов, возможности укрепления финансового положения и повышения платежеспособности.

Список литературы:

1. Агаркова, Л.В. Пути улучшения финансового состояния / Л.В. Агаркова, И.М. Подколзина // Экономика. Бизнес. Банки. – №2 (11). – 2018. – С. 79-84.
2. Артюхова, А. В., Литвин, А. А. Анализ финансового состояния предприятия: сущность и необходимость проведения / А.В. Артюхова, А.А. Литвин// Молодой ученый. — 2017. — №11. — С. 744-747.
3. Донцова Л. В., Никифорова Н. А. Анализ финансовой отчетности: Учебник. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2014.
4. Ефимова О.В. Финансовый анализ. - М.: Издательство «Бухгалтерский учет», 2002 г., [URL: https://works.doklad.ru/view/zeT1lqwFk0E/2.html](https://works.doklad.ru/view/zeT1lqwFk0E/2.html)
5. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности. – Минск-Москва, ИП Экоперспектива, 2012.
6. Свиридова Н.В. Рейтинг финансового состояния организаций // Финансы. – 2006 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Азимова Д.К., <i>научный руководитель</i> : Воронина Э.В. Альтернативные источники энергии—шаг к экологически чистому будущему	3
2. Азанова Д.М <i>научный руководитель</i> : Ларионова Т.В., Международный форум «хлеб, ты – мир» как возможность развития потребительской кооперации	8
3. Алексина Д.М., Вольнова Д.В., Григорцова А.В., <i>научный руководитель</i> : Лунева М.Н. Цифровые технологии в банковской сфере	13
4. Антонова Ю.А., Роганова А.Р., <i>научный руководитель</i> : Пирогова М.М. Система ЕГАИС: роль в сфере общественного питания	19
5. Арсентьева Д.В., <i>научный руководитель</i> : Бармина Э.Э. Особенности развития анимационных услуг квест-центров в городе Перми.....	24
6. Байдин В.А., <i>научный руководитель</i> : Носков А.А. Использование методов непараметрической статистики в экономических исследованиях	28
7. Балтаева А.И., <i>научный руководитель</i> : Воронина Э.В. Обзор российского рынка сыров	32
8. Бахматова В.А., <i>научный руководитель</i> : Симонова В.А. Перспектива развития потребительского туризма с целью ознакомления с национальной кухней городов и поселков Пермского края	38
9. Богданова А., <i>научный руководитель</i> : Оборин М.С. Внешние агенты и посредники как существенный фактор влияния на логистические системы.....	43
10. Ваганов А.А., <i>научный руководитель</i> : Оборин М.С. Инвестиции в сферу сельского хозяйства регионов Приволжского федерального округа.....	49
11. Васильева А.И., <i>научный руководитель</i> : Симанова И.М. Сравнительная оценка потребительских свойств фарфоровых кружек отечественного и зарубежного производства	54
12. Ваулина О.В., <i>научный руководитель</i> : Мазунина Т.А. Обзор состояния российского рынка косметических кремов для рук.....	60
13. Вылегжанина Я.А., <i>научный руководитель</i> : Оборин М.С., Нагоева Т.А. Цифровая среда как фактор повышения экономической безопасности региона	65
14. Габова В.В., <i>научный руководитель</i> : Воронина Э.В. Исследование качества молока питьевого, реализуемого на пермском рынке	70
15. Гамидова Л., <i>научный руководитель</i> : Иванов А.И. Менеджмент знаний в проекции управления торговой организацией	75
16. Герасимова Ю.С., <i>научный руководитель</i> : Чернавина Т.В. Система управления денежными потоками	80
17. Главатских Ю.И., <i>научный руководитель</i> : Оборин М.С, Нагоева Т.А. Туристский кластер как объект государственного управления	85

18. Горбунова О.В., <i>научный руководитель</i> : Воронина Э.М. Современные тенденции на мировом гастрономическом рынке	91
19. Григорьева В.А., <i>научный руководитель</i> : Оборин М.С. Особенности экономической безопасности предприятий в сфере сельскохозяйственных услуг	97
20. Дружинина М.К., <i>научный руководитель</i> : Оборин М.С. Факторы инновационного роста отрасли строительства в России.....	101
21. Евстифеев А.О., <i>научный руководитель</i> : Балашова М.В. Источники финансирования инновационных проектов в Российской Федерации на современном этапе	106
22. Ермолаенко А., <i>научный руководитель</i> : Оборин М.С. Сектор интеллектуальных услуг: отечественный и зарубежный опыт	111
23. Ершова А.Р., <i>научный руководитель</i> : Иванов А.И. Ценности как форма мотивации в современной организации.....	122
24. Ершова А.Р., <i>научный руководитель</i> : Оборин М.С. Анализ транспортно-логистической инфраструктуры в Сибирском федеральном округе	126
25. Ефимов В.А., Иванов О.И., <i>научный руководитель</i> : Пирогова М.М. Внедрение роботизированного обслуживания в организациях общественного питания	131
26. Замятина Е.Э., <i>научный руководитель</i> : Иванов А.И. Проблемы менеджмента в России	135
27. Земцова Д.А., <i>научный руководитель</i> : Оборин М.С. Факторы развития сельских территорий на примере Нижегородской области	138
28. Кетова Р.И., <i>научный руководитель</i> : Симонова В.А. Содержание нитратов в томатах защищенного грунта.....	144
29. Ким Е.А., <i>научный руководитель</i> : Оборин М.С. Перспективные направления цифровизации агропромышленного комплекса.....	149
30. Ким Е.А., <i>научный руководитель</i> : Иванов А.И. Концепция управления знанием и перспективы ее реализации в российском менеджменте	155
31. Коноплева Т.А., <i>научный руководитель</i> : Оборин М.С., Нагоева Т.А. Особенности развития регионального рынка жилищного строительства Краснодарского края.....	160
32. Макарова А.В., Привалова А.С., <i>научный руководитель</i> : Бармина Э.Э. Оценка организации обслуживания в магазине розничной сети «Fix price» ...	165
33. Матвийчук Ю., Пономарева В., <i>научный руководитель</i> : Лунева М.Н. Цифровые технологии в торговле	171
34. Мачюлайтите П.А., <i>научный руководитель</i> : Бармина Э.Э. Особенности развития регионального рынка услуг дизайна интерьеров.....	180

35. Мельченко М., Чиганцев К., Симонов И., <i>научный руководитель</i> : Лунева М.Н. Информационные технологии в управлении предприятием	187
36. Мехоношина А.А., <i>научный руководитель</i> : Бармина Э.Э. Особенности развития рынка образовательных услуг языковых центров г. Пермь	193
37. Мечева П.А., <i>научный руководитель</i> : Чернавина Т.В. WMS-система для управления складами	200
38. Нечаева В.В., <i>научный руководитель</i> : Мазунина Т.А. Обзор современного рынка тканевых масок	205
39. Паршакова У.А., <i>научный руководитель</i> : Шушарин В.Ф. Проблема адаптации молодёжи на российском рынке труда.....	209
40. Петрова А.О., Чекин К.В., <i>научный руководитель</i> : Ворожцова Г.Н. Центр поддержки предпринимательства: его роль в продвижении малого и среднего бизнеса в Пермском крае.....	215
41. Петухов А.Б., <i>научный руководитель</i> : Симанова И.М. Сравнительная оценка потребительских свойств стеклянных товаров отечественного и зарубежного производства	220
42. Пономарева А.Н., Зуева В.А., <i>научный руководитель</i> : Лунева М.Н. Факторы влияния на развитие цифровой экономики	225
43. Попова Д.С., <i>научный руководитель</i> : Воронина Э.В. Проект «Покупай пермское» и перспективы его реализации.....	232
44. Попович П.А., <i>научный руководитель</i> : Попова О.С. Анализ и синтез результатов оценки конкурентоспособности гелей для стирки, реализуемых на рынке Донецкого региона.....	237
45. Потёмкин Д.А., <i>научный руководитель</i> : Оборин М.С., Нагоева Т.А. Факторы инновационного роста отрасли торговли в России	242
46. Приданникова И.И., <i>научный руководитель</i> : Бармина Э.Э. Особенности развития регионального рынка фотоуслуг	247
47. Путилова В.А., <i>научный руководитель</i> : Воронина Э.В. Современное состояние российского рынка пива.....	253
48. Пьянкова Н.В., <i>научный руководитель</i> : Оборин М.С. Проблемы и перспективы импортозамещения в отрасли химической промышленности в Пермском крае	258
49. Рямова Д.А., <i>научный руководитель</i> : Оборин М.С., Нагоева Т.А. Проблемы и тенденции развития медицинских услуг на современном этапе	264
50. Соколова Е.Д., <i>научный руководитель</i> : Оборин М.С., Нагоева Т.А. Особенности и показатели развития санаторно-курортной деятельности	269
51. Старкова Ю.Д., <i>научный руководитель</i> : Оборин М.С. Перспектива развития консалтинговых услуг в регионе (на примере Краснодарского края)	274

52. Старкова Д., Кривошекова Е., Никулина М., <i>научный руководитель</i> : Лунева М.Н. Мировой опыт внедрения цифровых технологий в мире	279
53. Стародубцева Н.И., <i>научный руководитель</i> : Булатова Е.И. Проблема реализации контрафактной алкогольной продукции	285
54. Степанова Т.В., <i>научный руководитель</i> : Старикова Л.Н. Система претензионно-исковой документации.....	289
55. Тагиева Л.И., <i>научный руководитель</i> : Оборин М.С., Нагоева Т.А. Особенности развития регионального рынка жилищного строительства	295
56. Томашевич К.С., <i>научный руководитель</i> : Старикова Л.Н. Важнейшие функции оптовой торговли на современном этапе.....	300
57. Томашевич К.С., Степанова Т.В., <i>научный руководитель</i> : Бармина Э.Э. Оценка качества торгового обслуживания в магазине «Семья»	306
58. Уварова Е.А., <i>научный руководитель</i> : Оборин М.С. Анализ состояния производства сельскохозяйственной продукции Волгоградской области.....	312
59. Чазова С.А., <i>научный руководитель</i> : Чазова Е.И. Проблемы обучения в сфере образовательных услуг	317
60. Чистофалова Н.А., <i>научный руководитель</i> : Оборин М.С., Нагоева Т.А. Роль цифровых технологий в современной экономике	323
61. Шаблов А.Л., <i>научный руководитель</i> : Симанова И.М. Исследование российского рынка моторных масел	328
62. Шевченко А.В., <i>научный руководитель</i> : Воронина Э.В. Бытовые отходы как экологическая угроза	331
63. Шишкина К.А., <i>научный руководитель</i> : Иванов А.И. Вовлеченность персонала как наивысший уровень мотивации.....	338
64. Якобчук А.С., <i>научный руководитель</i> : Мелентьева О.В. Финансовое состояние предприятия: анализ, проблемы и пути их решения.....	343

Научное издание

Актуальные проблемы и перспективы развития потребительского рынка

*Материалы IV Международной научно-практической конференции
студентов и учащихся, посвященной 55-летию учебного заведения*

Компьютерная верстка – Т.А. Нагоева, А.А. Носков

Формат 60x90 1/16. Бумага для ВХИ

Усл. печ. л. 22,06.

Пермский институт (филиал) РЭУ имени Г.В. Плеханова
г. Пермь, бульвар Гагарина, 57, <http://rea.perm.ru>