



**МИНИСТЕРСТВО ПРОМЫШЛЕННОСТИ,
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ТОРГОВЛИ ПЕРМСКОГО КРАЯ**

**УПРАВЛЕНИЕ ПО РАЗВИТИЮ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА АДМИНИСТРАЦИИ Г. ПЕРМИ**

**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
III Международной научно-практической конференции
студентов и учащихся**

Том 1 (А - Л)

Пермь 2019

Редакционная коллегия: **Е.В. Гордеева** (председатель),
С.В. Поросенков (зам. председателя),
В.Н. Яковлев
Ответственный редактор – **С.В. Поросенков**
Ответственный за выпуск – **В.Н. Яковлев**

Актуальные проблемы и перспективы развития потребительского рынка: Материалы III Международной научно-практической конференции студентов и учащихся (Пермь, декабрь 2018 – март 2019 гг.) / Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова». – Пермь: Изд-во «Пермский института (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2019. – 434 с.

В книге представлены материалы III Международной научно-практической конференции студентов и учащихся, проходившей в Пермском институте (филиале) Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова в декабре 2018 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.

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ОТДЕЛЬНЫХ СТРАН МИРА

Агашкова Анна Владимировна

студентка Среднерусского института управления (филиала) РАНХиГС

Анисимова Ирина Андреевна

студентка Среднерусского института управления (филиала) РАНХиГС

Пацких Марина Алексеевна

студентка Среднерусского института управления (филиала) РАНХиГС

Тимонина Татьяна Сергеевна

студентка Среднерусского института управления (филиала) РАНХиГС

научный руководитель: Попова Ольга Васильевна

доктор экономических наук, доцент

Среднерусского института управления (филиала) РАНХиГС

Инвестиционная привлекательность страны определяется совокупностью экономических и финансовых показателей, уровнями государственного, законодательного, общественного, социального и политического развития. Она определяет вектор движения человеческого, финансового или интеллектуального капиталов в страну или за ее пределы.

Инвестиционная привлекательность отдельных стран мира представляет собой обобщающую характеристику преимуществ и недостатков для инвестирования в эту страну.

Даже, несмотря на то, что геополитические риски ещё существуют, Европа продолжает притягивать инвесторов со всего мира. За последние годы, как обычно, ей удалось установить в этой области очередной исторический рекорд. Старый Свет привлек 5083 инвестиционных проекта, благодаря которым открылись 217 666 рабочих мест. Если сравнивать показатели с предыдущим годом, то в целом число проектов выросло на 14%, а рабочих мест на 17%.

Зачастую инвестиционная привлекательность включает в себя характеристику внутренних и внешних качеств государства. Для того, чтобы понять насколько привлекательна страна для инвестирования исчисляется индекс инвестиционной привлекательности (табл. 1).

Очевидно, что лидерское положение занимает Финляндия, ее индекс составляет 89,04, затем следует Канада – 87,18, а замыкает тройку лидеров США с индексом 85,45.

Таблица 1

Индекс привлекательности отдельных стран и регионов для инвестиций

№	Страна / регион	Рейтинг		
		2015 г.	2016 г.	2017 г.
1	Финляндия	84,00	85,56	89,04
2	Саскачеван	85,73	89,91	87,18
3	Невада (США)	85,39	87,48	85,45
4	Ирландия	85,00	83,13	84,40
5	Западная Австралия	87,35	88,88	83,56
6	Квебек (Канада)	80,80	85,02	83,08
7	Онтарио (Канада)	78,02	78,65	82,15
8	Чили	79,81	69,66	81,51
9	Аризона (США)	76,33	84,91	81,11
10	Аляска (США)	83,96	80,27	80,74

Китай остается крупнейшим донором и получателем инвестиций. Соединенные Штаты Америки сохраняют второе место в обеих сферах. Среди 25 крупнейших инвесторов самое значительное представительство имеет Европа.

В 2017 году Китай инвестировал на международном рынке €639,54 млрд., обойдя США, объем зарубежных инвестиций которых составляет €431,32 млрд. Со значительным отрывом тройку лидеров замыкает Великобритания, инвестировавшая €80,38. В ТОП-10 также вошли Германия (€77,35 млрд.), Гонконг (€44,56 млрд.), Япония (€39,43 млрд.), Франция (€39,37 млрд.), Канада (€28,50 млрд.), Испания (€23,83 млрд.) и Нидерланды (€21,94 млрд.), представлены на рис. 1.

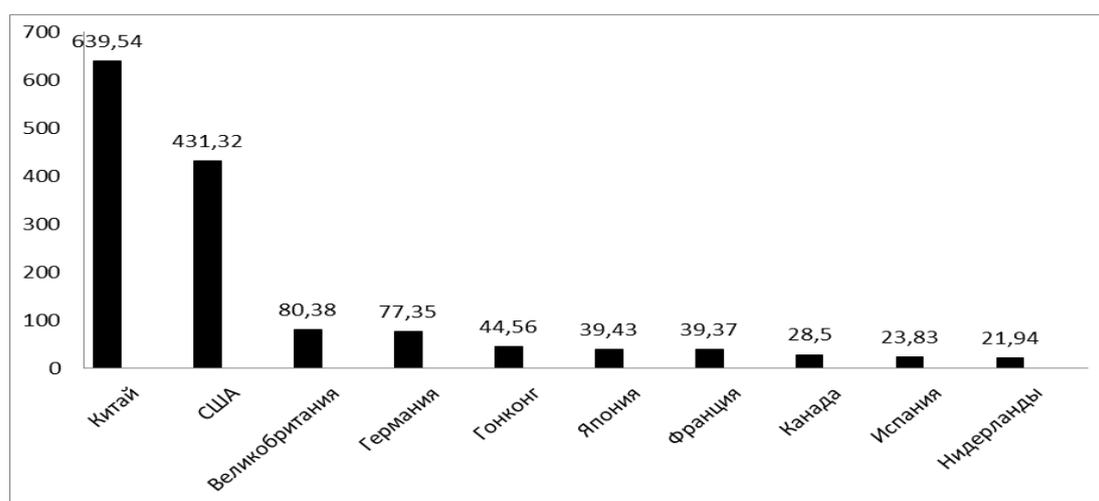


Рис. 1. ТОП – 10 стран-доноров инвестиций в 2017 году (в млрд. евро)

В тоже время, Китай является наиболее привлекательным для зарубежных инвесторов, вкладывающих в него €561,23 млрд. Семь самых привлека-

тельных для инвесторов рынков совпадают с семеркой ведущих рынков-доноров. Кроме Китая, это США, которые привлекли €381,89 млрд. Великобритания (€70,69 млрд.), Германия (€68,55 млрд.), Гонконг (€39,93 млрд.), Япония (€35,44 млрд.) и Франция (€34,18 млрд.). Единственное отличие в рейтингах – присутствие среди крупнейших стран-получателей инвестиций Австралии, которая с показателем €28,88 млрд. заняла восьмое место в топе, вытеснив из него Нидерланды. А замыкают десятку лидеров Канада (€25,24 млрд.) и Испания (€20,93 млрд.).

Безусловно, в мировом масштабе Соединенные Штаты остаются глобальными лидером во входящих прямых инвестициях как в качестве инвестора, так и реципиента прямых иностранных инвестиций (ПИИ) [1; 2]. По данным ЮНКТАД, в 2015 г. на Штаты пришлось 21,5% мировых притоков ПИИ (379 млрд. долл.) и 20,2% мирового оттока ПИИ (299 млрд. долл.). Однако динамика прямых иностранных инвестиций Соединенных Штатов на протяжении последних 15 лет оставалась крайне нестабильной (таблица).

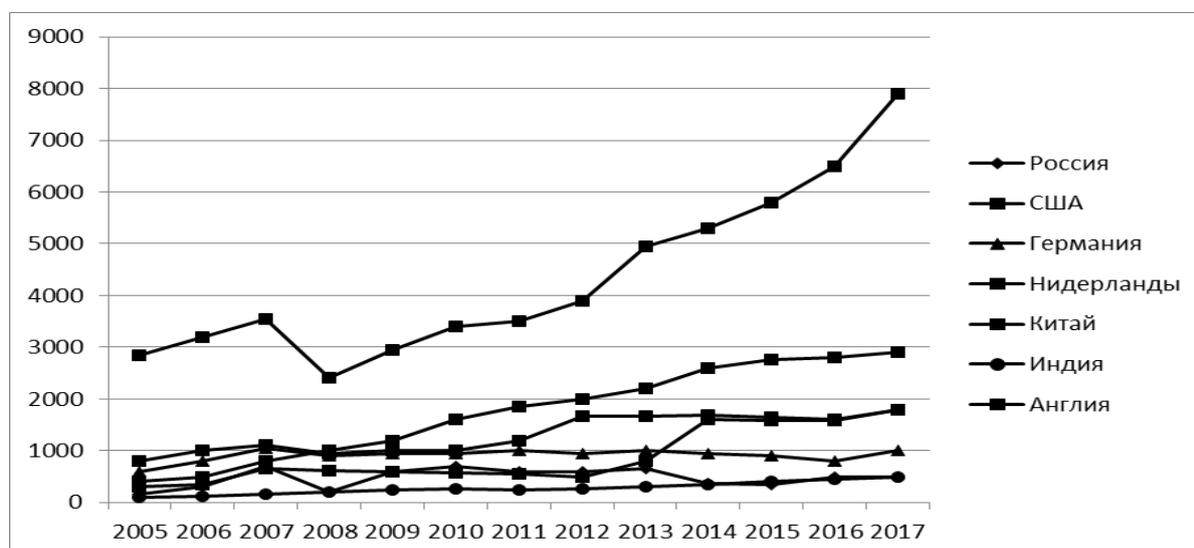


Рис. 2. Входящие прямые иностранные инвестиции, млрд. \$

В относительном выражении (в % к ВВП) наибольшее значение входящих иностранных инвестиций наблюдается в Люксембурге, Ирландии, Нидерландах, Швейцарии, Чили и Бельгии (свыше 100%). Россия – на 34 месте между Бразилией и Германией. Чуть ниже Германии – Китай. В конце списка – Япония.

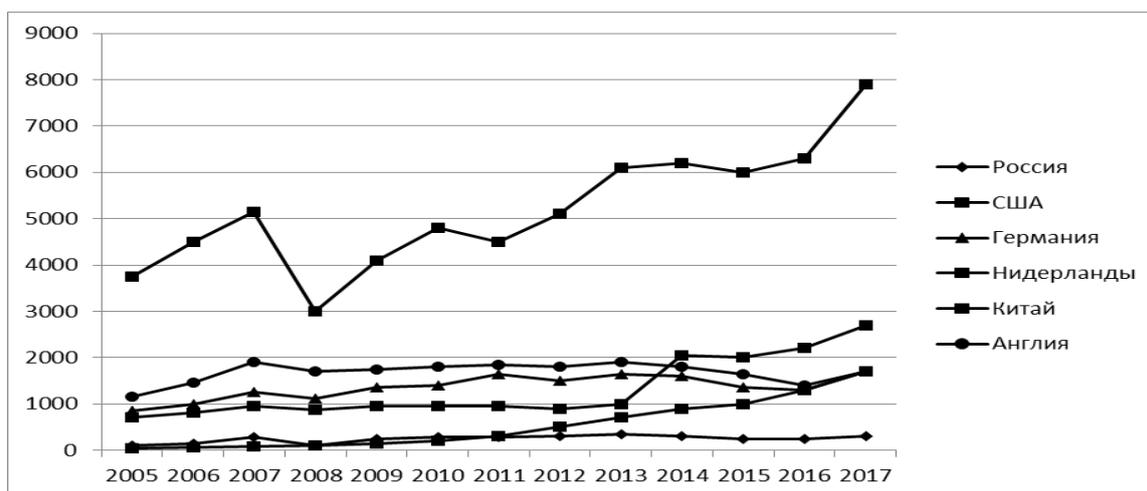


Рис. 3. Исходящие прямые иностранные инвестиции, млрд. \$

На рис. 3 четко показано, что США лидирует по исходящим прямым иностранным инвестициям по сравнению с другими странами.

В заключении, стоит отметить, что наложенные на Россию санкции, давление со стороны иностранных партнеров, несомненно, сыграли большую роль в колоссальном снижении инвестиционной привлекательности страны. Россия миновала пик кризиса и теперь идет по пути стабилизации экономического состояния. То есть, при постепенной реализации поставленных задач, Россия в скором времени сможет не только увеличивать объем иностранных инвестиций, но уменьшить отток капитала за рубеж, тем самым нарастить темпы роста экономики.

Список литературы:

1. Дамодаран Инвестиционная оценка / Дамодаран Асват. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2015.
2. Ендовицкий Д.А. Комплексный анализ и контроль инвестиционной деятельности / Д.А. Ендовицкий. - М.: Финансы и статистика, 2017.
3. Орлова Е.Н. Инвестиционные процессы в России / Е.Н. Орлова. - М.: КомКнига, 2016.
4. Чапек В.Н. Инвестиционная привлекательность экономики России / В.Н. Чапек. - М.: Феникс, 2017.
5. Акулич, М. Инвестиционный маркетинг // Инвестиционная привлекательность страны, региона, отрасли, 2018.
6. Международные инвестиции. - Электронный ресурс. - режим доступа [<http://internationalinvestment.biz>]

СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО В РОССИИ

Алексеева Валерия Евгеньевна

студент Сибирского государственного университета путей сообщения

Горбачук Анна Николаевна

студент Сибирского государственного университета путей сообщения

научный руководитель: Андреева Наталия Наильевна

кандидат экономических наук, доцент

Сибирского государственного университета путей сообщения

Масштаб и сложность социальных проблем в современной России требуют поиска новых эффективных путей их решения. Все более актуальной становится необходимость налаживания социального партнерства, т.е. системы, которая бы отвечала ведущим тенденциям общемирового развития социальной сферы [1, с. 174].

Что же такое социальное партнерство? Социальное партнерство - система взаимоотношений между работниками (представителями работников), работодателями (представителями работодателей), органами государственной власти, органами местного самоуправления, направленная на обеспечение согласования интересов работников и работодателей по вопросам регулирования трудовых отношений и иных непосредственно связанных с ними отношений [2, с. 49.].

Существует множество концептуальных подходов к исследованию взаимодействия социальных структур общества. В целом общество рассматривается как сложная система, характеризующаяся социальными по своей природе системными качествами и свойствами, такими как структурированность, самоорганизация, регулируемость, устойчивость, динамичность [3, с. 97]. Она складывается вследствие того, что каждый человек, удовлетворяя свои потребности и реализуя свои интересы, вступает в общественные отношения и занимает определенное место в системе этих отношений. Происходящая социальная дифференциация и формирует социальную структуру.

Исторически лозунг социального партнерства возник как антитеза классовым конфликтам и революциям, как способ разрешения противоречия между трудом и капиталом.

Сегодня смысл социального партнерства состоит в конструктивном взаимодействии между государственными структурами, органами местного самоуправления, коммерческими предприятиями и некоммерческими организациями [4].

Социальное партнерство строится на четко определенных правилах. Это социальное действие, основанное на чувстве человеческой солидарности и разделяемой ответственности за проблему, на заинтересованности каждой из взаимодействующих сторон в поиске путей решения социальных проблем; объединении усилий и возможностей каждого из партнеров для их реализации; конструктивном сотрудничестве между сторонами в разрешении спорных вопросов; взаимоприемлемом контроле и учете интересов каждого из партнеров; правовой обоснованности «кооперации», предоставляющей выгоды каждой стороне и обществу в целом условия взаимодействия [5]. Решающими здесь выступают взаимная полезность, обоюдная заинтересованность сторон, самоограничение, уважение и учет интересов партнеров. Они равноправны в выборе путей и средств достижения общей цели, сохраняя при этом самостоятельность и следуя принципу невмешательства в дела другой стороны.

Тема является актуальной, так как:

- социальное партнерство - одно из наиболее рациональных, цивилизованных путей разрешения возникающих в обществе противоречий;
- существенный потенциал данного феномена, который может быть использован в различных сферах жизнедеятельности;
- опыт ряда западных государств свидетельствует, что в тех из них, где практически реализуются принципы социального партнерства, стабильно развивается национальная экономика, предпринимательская деятельность, повышается жизненный уровень населения.

Опишем методологию исследования. Объектом служит: социальное партнерство в России и за рубежом. Предметом: особенности развития социального партнерства в России. Цель исследования: Определить степень развития социального партнерства в России и его перспективы, посредством анализа

зарубежного опыта в данной сфере.

Гипотеза исследования: В России формирование социального партнерства осложняется, несмотря на то, что созданы все необходимые для этого условия.

Хотелось бы отметить, что Россия стремится к Скандинавской модели. Действительно, целью социального партнерства в России является социальная стабильность. И доминирующее взаимодействие происходит на уровне государство-общество. Для сравнения мы выявили ключевые моменты социального партнерства в ряде стран. В Бельгии осуществляется трехстороннее партнерство (предприниматель – профсоюзы – государство). Национальный совет труда (консультативный орган палат Парламента, а также Правительства) имеет право законодательной инициативы и может участвовать в разработке законодательства по экономическим и социальным вопросам. Скрепляет и сплачивает индивидов в единое целое в Бельгии – Пакт о социальной солидарности. Также важным элементом социального партнерства в этой стране является Закон о коллективных договорах. Социальное партнерство в США имеет американскую (англо-саксонскую) модель. Участниками партнерских отношений выступают работники и работодатели, в этой стране довольно высокая роль трудовых коллективов. Но вся активность происходит только на уровне предприятий. В Германии (немецкая модель) основная форма проявления социального партнерства – это производственный совет. Регулируется законом «О правовом порядке предприятий». Становление социального партнерства – длительный и непростой процесс. Многие страны вели его десятилетиями, используя метод проб и ошибок. В России формирование этого элемента трудовых правоотношений осложнялось двумя факторами:

- Отсутствием реального опыта ведения диалога работников и фирм в экономике СССР;
- Снижением роли государства и его институтов в связи с ломкой социалистического строя.

Идеология, оставшаяся «в наследство» с советских времен, уже давно устарела. Но, несмотря на наличие определенных трудностей, удалось добиться

значительного прогресса. Социальное партнерство в России находится на начальном этапе развития, переживает период становления и развития, прослеживаются явные принципы трипартизма. Представителями работников являются профсоюзы, а интерес работодателя исходит, соответственно, от руководителя организации. Также в нашей стране существует Российская трехсторонняя комиссия по регулированию социально-трудовых отношений. Регулируется социальное партнерство в России Трудовым кодексом РФ.

Перспективы развития социального партнерства в России связаны с разработкой новых стратегий в деятельности профсоюзов и объединений работодателей. Необходимо расширение набора инструментов, которыми они пользуются для достижения своих целей, привлечение новых членов в ряды этих структур, расширение международного сотрудничества и формирование новых организаций. Второе направление по улучшению сложившейся ситуации – совершенствование деятельности Российской трехсторонней комиссии. Необходимо предоставить ей новые рычаги влияния, расширить список полномочий, разработать эффективные правовые основы и расширить практику по сотрудничеству с аналогичными органами развитых стран. На основе анализа имеющейся информации, мы делаем вывод, что сам феномен заключается в том, что у нас действительно созданы все необходимые условия для развития этого направления. Но, несмотря на значительный прогресс в развитии социального партнерства, в этой сфере остаются насущные проблемы, мешающие развитию цивилизованного диалога сторон. Проблемы, такие как: слабость профсоюзов, менталитет работников, неготовность власти к диалогу, несовершенство договорных отношений, незнание законодательных норм. Проблемы развития социального партнерства могут решаться несколькими путями, например: улучшение законодательства, в том числе и местного; активное участие третьего сектора в формировании государственной социальной политики; финансовая независимость организаций; проведение совместных мероприятий и акций; совместное участие в международных проектах; обмен информацией между организацией и государством. У системы социального партнерства в России явная

нехватка понимания всеми сторонами важности ведения цивилизованного диалога, партнерских отношений. К сожалению, локальный подъем социального партнерства невозможен без серьезных изменений в экономической политике государства.

Список литературы:

1. Модель И.М., Модель Б.С. Социальное партнерство при федерализме: в порядке обсуждения проблемы // Полис. 2000. № 2. С. 174.
2. Либоракина М.И., Никонова Л.С. Социальное партнерство: взаимодействие между государственными, коммерческими и общественными структурами. Опыт проведения учебной программы. М.: Фонд «Институт экономики города», 2001.
3. Осипов Е. М. Социальные технологии в межсекторном взаимодействии // Вестник МГУ. Сер. 21. Управление (государство и общество). 2005. № 4.
4. Михеев В.А. Основы социального партнерства: теория и практика. М., 2000.
5. Цитульский В.Ф. Социальное партнерство: реальность или миф? Тверь, 1999.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНОГО КАПИТАЛА В УСЛОВИЯХ РЫНКА

Амирханян Мелине Онановна

магистр института права и экономики,

Елецкого государственного университета им. И.А. Бунина

научный руководитель: Шабалина Татьяна Александровна

кандидат педагогических наук, доцент института права и экономики,

Елецкого государственного университета им. И.А. Бунина

В настоящее время среди ученых и экономистов одним из предметов дискуссий является природа и роль основных активов. Понятие «основной капитал» встречается в экономической литературе с начала XX века.

По мнению доктора экономических наук, профессора А.С. Булатова, капитал – это определенная сумма материальных, денежных и интеллектуальных средств, которые используются как ресурсы и дальнейшем производстве [6, с. 334].

Впервые Смитом вводится деление капитала на основной и оборотный. Согласно данной теории основной капитал приносит прибыль «без перехода от одного владельца к другому или без дальнейшего обращения». Сюда он отно-

сил здания и сооружения, улучшение земельных участков, машины и профессиональную квалификацию работников. А. Смит (классическая школа) в своей работе дает следующее определение основного капитала: «Основной капитал – капитал, направленный на улучшение земли, покупку полезных машин или инструментов или иных подобных предметов, которые приносят доход или прибыль без перехода от одного владельца к другому или без дальнейшего обращения»[6, с. 335].

В неоклассической школе (П. Самуэльсон) под основным капиталом понимается блага длительного пользования, которые, используются в качестве ресурсов в дальнейшем производстве, одновременно является как ресурсом, так и продуктом, на него распространяется право собственности.

Трактовка основного капитала представителями современной финансовой науки претерпела определенные изменения. Основной акцент они делают на состав и структуру основного капитала с позиций управления им.



Рис. 1. Структура основных фондов

В современной экономической литературе под термином «основной капитал» понимают совокупность денежных средств, которые авансируются в материально-вещественные факторы длительного пользования, например, здания, сооружения, машины, оборудование и другие.

В своей работе автор Скляренко В.К. под основными средствами понимает совокупность производственных, материально-вещественных ценностей, действующие в процессе производства в течение длительного периода времени, сохраняя при этом натурально-вещественную форму и перенося свою стоимость на продукцию в виде амортизационных отчислений [с. 3, с. 177]. Структура основных средств представлена на рис. 1.

В развитии экономики и других областей общественной жизни производственная деятельность предприятия играет роль одного из ведущих факторов. В связи с этим вопрос оценки эффективности использования основного капитала, как основы любого производства, во всей системе приобретает первостепенное значение. Повышение эффективности использования основных средств возможно с помощью использования метода анализа хозяйственной деятельности, где главной задачей является выявление и использование внутрихозяйственных резервов, которые могут улучшить результаты деятельности организации. Повышение темпов развития предприятия и увеличение объемов выпуска продукции, а также снижение себестоимости во многом зависит от степени оснащенности основным капиталом и уровня их использования на предприятии. В настоящее время одним из главных факторов повышения эффективности производства стало рациональное использование постоянно возрастающих основных средств. Повышение эффективности использования основным капиталом предприятия является одним из элементов управления бизнесом [4, с. 72].

Недостаточная конкурентоспособность продукции, которая связана с перегрузкой производственных мощностей, физическим и моральным износом оборудования, недостаточно реальная оценка активов, необоснованное деление имущественных комплексов, низкие показатели фондоотдачи и инвестиционной активности и другие, являются основными проблемами современной рос-

сийской экономики.

Переход к рыночной экономике, а также требование к конкурентоспособности продукции предусматривают техническое перевооружение предприятий, обновление и модернизацию основных фондов, улучшение использования действующих производственных мощностей. Все это предъявляет новые требования к качеству учетной информации о наличии, движении, использовании и состоянии основных производственных фондов. Получают такую информацию из данных бухгалтерского учета, которая необходима для оперативного руководства и управления, кроме того информацию используют инвесторы, кредиторы, налоговые и финансовые органы, банки и другие заинтересованные организации.

Основная задача на предприятии должна сводиться к тому, чтобы воспрепятствовать старению основных производственных фондов, т.к. от этого зависит уровень морального и физического износа, результаты работы предприятия.

Основной капитал является важнейшим фактором производства, однако в условиях рыночной экономики и ускорения НТП роль этого фактора в национальной экономике существенно возрастает. Социальное и экономическое значение основных средств на макроуровне обуславливается многими причинами [2, с. 333].

Во-первых, основные средства – это существенная часть национального богатства страны, с их увеличением возрастает и ее национальное богатство.

Во-вторых, от величины основных средств в значительной степени зависит конкурентоспособность отечественной продукции и эффективность производства.

В-третьих, от качественного и количественного состояния (особенно активной части) зависит уровень механизации и автоматизации труда.

В-четвертых, от величины и качественного состояния ОПФ в национальной экономике в значительной степени зависят темпы экономического роста в стране.

В-пятых, наличие достаточной величины основных фондов – это основа

для экономической безопасности страны и ее обороноспособности.

В настоящее время все больше поднимается вопрос о необходимости обновления основных производственных мощностей. В современных условиях хозяйствования недостаточно заниматься только модернизацией и оснащением новыми основными средствами, необходимо эффективно их использовать. Существуют немало вопросов о порядке учета и оценки основных средств, в связи с чем, по-прежнему остаются актуальными вопросы бухгалтерского учета, такие как порядок расчета амортизационных отчислений, технологии построения информационных каналов по движению основных средств, принятия и обоснования управленческих решений.

Список литературы:

1. Баскакова О.В. Экономика предприятия (организации): Учебник / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2012.
2. Сергеев И.В. Экономика организации (предприятия): учебник и практикум для прикладного бакалавриата / И.В. Сергеев, И.И. Веретенникова. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2014.
3. Скляренко В.К., Прудников В.М. Экономика предприятия: Учебник – М.: ИНФРА-М, 2008.
4. Маркарьюн Э.А. Экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / Э.А. Маркарьян, Г.П. Герасименко, С.Э. Маркарьян. – М.: КНОРУС, 2008.
5. Нечаев Н.Г., Жаворонкова Н.С. Экономика фирмы: учебное пособие для студентов экономического факультета. – Елец: Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина, 2015.
6. Экономика: Учебник. 3-е изд., перераб. и доп. / Под ред. д-ра экон. наук проф. А.С. Булатова. – М.: Экономистъ, 2003.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА МОЛОКА ПИТЬЕВОГО

Андреева Юлия Александровна

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

научный руководитель: Воронина Эмма Васильевна

кандидат химических наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Одно из ведущих мест в пищевом рационе граждан нашей страны занимают молоко и молочные продукты, крайне важные для сбалансированного питания человека. Доля молочной продукции в структуре продовольственной кор-

зины в различных регионах составляет от 20 до 30% [2]. За последние годы потребление молочной продукции в России сократилось. Сокращение спроса на молочную продукцию связано с негативным информационным фоном об объемах некачественной продукции и фальсификата [4].

По данным Национального союза производителей молока «Союзмолоко», в 2017 году производство товарного молока в России выросло на 2,8% по отношению к показателю 2016 года и составило 21,2 млн. тонн. Основная часть сырья производится силами сельскохозяйственных организаций – 69%. В 2018 году, по предварительным оценкам, производство товарного молока будет увеличиваться [1].

В России цены на сырое молоко в течение 2017 года в среднем были выше, чем в 2016. В декабре показатели по отношению к ноябрю увеличились на незначительные 0,9%. В 2018 тренд сохранит негативное влияние на рынок, тем более что в конце года сразу в нескольких крупных «молочных» регионах наблюдалось заметное снижение отпускных котировок.

Таблица 1

Рейтинг самых крупных производителей сырого молока в России

№	Наименования предприятий	Объем производства в 2017 году, тыс. тонн
1	«ЭкоНива-АПК»	300
2	АО «Фирма «Агрокомплекс им. Н. И. Ткачева»	171
3	АО «Холдинговая компания «Ак Барс»	115
4	Концерн «Покровский»	105
5	«Пискаревский молзавод»	103,5
6	Агрохолдинг «Красный Восток»	94,7
7	Кировский молочный комбинат	85
8	Концерн «Детскосельский»	80
9	Группа компаний «Зеленая Долина»	80
10	Группа компаний «Авида»	76
11	РУСМОЛКО (Olam International)	75
12	Группа компаний «Доминант»	74,5
13	«Молвест»	65
14	Слактис (ГК «Кабош»)	65
15	«Агросила Групп»	62,3
16	Агрохолдинг «Кубань» (ГК «Базовый Элемент»)	60
17	Группа компаний «Залесское молоко»	50
18	Агрохолдинг «Русмолоко»	48
19	«Белореченское»	47
20	«АПК «Продпрограмма»	44

На сегодняшний день 20 крупнейших компаний-производителей сырого молока производят 1,8 млн. тонн сырья в год - это составляет 8,4% от всего производства товарного молока в России. Рейтинг самых крупных производителей сырого молока в России представлен в таблице 1 [6].

В 2018 году на рынке молока наблюдается неопределенная ситуация. С одной стороны, растет производство молока, с другой - на фоне падающего спроса и неплатежеспособности населения будут расти запасы нереализованных товаров на складах. В результате, возникнет ситуация, характерная для многих «молочных» стран: хранящиеся в запасах объемы давят на рынок, отпускные цены на сырье поползут вниз, доходность проектов по производству снижается.

По оперативным данным Минсельхоза России на 1 октября 2018 года, средний надой молока от одной коровы за сутки в сельхозорганизациях составил 15,12 кг, что на 0,81 кг больше, чем годом ранее на соответствующую дату, сообщает пресс-служба министерства.

Лидерами среди регионов по среднесуточному надоем молока являются сельхозорганизации Ленинградской (22,9 кг), Калужской (20,5 кг), Белгородской (20,1 кг), Калининградской (19,8 кг), Краснодарской (19,7 кг), Кировской (19,5 кг), Владимирской (19,3 кг), Вологодской (19,1 кг), Тульской (18,7 кг) областей и Республики Крым (21,2 кг) [3].

Производство сырого молока в мире непрерывно растет, во многом это является реакцией на увеличение спроса на молочную продукцию. На глобальном рынке Россия стала значимым производителем молока и молочной продукции, на сегодняшний день ее доля в мировом производстве сырого молока составляет около 6%.

Объемы импортируемого молока и молочных продуктов в России в 2017 сохранились на уровне 2016 – 6 535 тыс. тонн. Основные поставки, 79%, пришли из Белоруссии. В рейтинге основных поставщиков молочных продуктов также оказалась Новая Зеландия, Аргентина, Турция и Уругвай.

На рис. 1 изображена доля основных внешних поставщиков молочной

продукции на территорию России: Республика Беларусь – 77%, Новая Зеландия – 8%, Аргентина – 3%, Турция – 2%, Уругвай – 2%. Республика Беларусь в 2013 г. обеспечивала 42% импорта (в молочном эквиваленте), в 2014 г. – 52%, в 2015 г. – 84%, в 2016 г. – 82%, в 2017 г. – 77%. Такая динамика связана с внешнеэкономическими отношениями между Россией и Республикой Беларусь [5].

Основные внешние поставщики молочной продукции в Россию представлены на рис. 1.

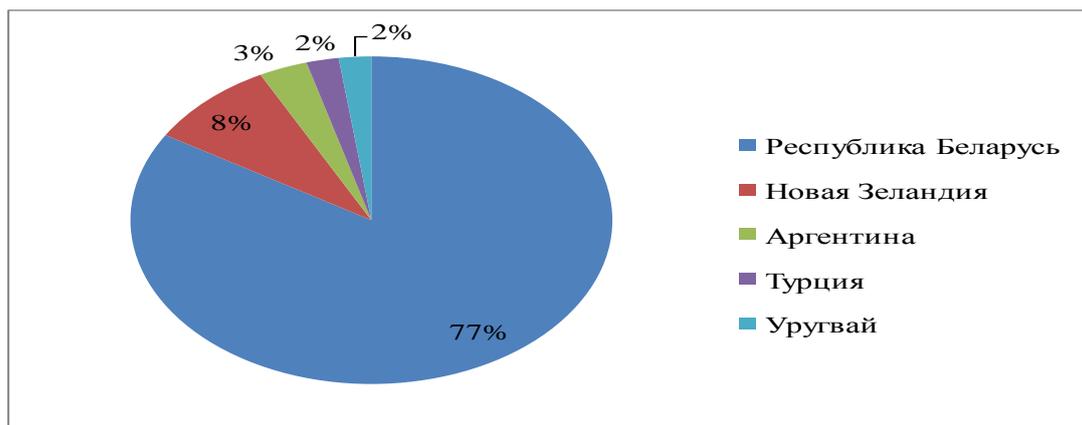


Рис. 1. Основные внешние поставщики молочной продукции в Россию

Объем экспорта молочной продукции из РФ в 2017 году сократился на 7,9% по сравнению с 2016 г. из-за снижения конкурентоспособности некоторых видов отечественной молочной продукции на мировом рынке, а также сокращения производства. Основными внешними потребителями молочной продукции из РФ остаются страны СНГ (91% экспорта), в т. ч. Казахстан и Украина (среди стран вне СНГ — Монголия, Грузия, Абхазия и Китай) [8].

Сегодня молочная отрасль находится в сложной ситуации. С одной стороны, большой объем фальсификата, поступающий и из-за границы и производимый отечественными аграриями, с другой – маленький доход населения, которое не способно покупать хоть и качественные, но дорогие молочные продукты. При этом государство пытается урегулировать ситуацию всевозможными методами.

Одним из нововведений станет электронная ветеринарная сертификация, которая позволит контролировать ввоз импорта на границе, так как у большинства зарубежных производителей будут лишь бумажные сертификации, кото-

рые на таможенных пунктах не будут приниматься. Под контроль попадут и отечественные производители, которые страдают любовью к различным жиρο-заменителям. Одни эксперты опасаются новой сертификации, которая возможно станет причиной еще большего повышения цен на молочные продукты, другие считают это отличной инициативой, которая сможет выровнять ситуацию на молочном рынке. Вообще, введение обязательной электронной ветеринарной сертификации планировалось уже давно, но все время откладывалось.

В 2018 г. на поддержку сельского хозяйства предусмотрено 242 млрд. руб. [7]. Кроме того есть надежда, что будет выделена дополнительная сумма, с помощью которой можно было бы закрыть обязательства государства прошлых лет. Государству необходимо стимулировать спрос на молочную продукцию, но при этом учитывать все факторы, не бросаясь сразу же на решение одной проблемы, забыв про все остальные.

Список литературы:

1. Кулистикова Татьяна. Производство товарного молока увеличится на 3% [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.agroinvestor.ru/analytics/news/30299-proizvodstvo-tovarnogo-moloka-uvlichitsya-na-3/>
2. Молочная отрасль России - 2017 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://agrovesti.net/>
3. Минсельхоз РФ: Топ-10 регионов по среднесуточному надою молока [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://milknews.ru/analitika-rinka-moloka/reitingi/nadoi-rejting-minselhoz.html>
4. Потребление молочной продукции останется на уровне прошлого года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://souzmoloko.ru/news/pressa-o-nas/pressa-o-nas_4472.html
5. Россия изменяет тактику развития молочной промышленности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://agronomwiki.ru/rossiya-izmenyaet-taktiku-razvitiya-molochnoj-promyshlennosti.html>
6. ТОП-20 крупнейших производителей сырого молока в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://milknews.ru/analitika-rinka-moloka/reitingi/top-20-proizvoditelei-moloka.html>
7. Шуваева Ирина. Господдержка АПК в 2018 году может составить 242 млрд рублей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.agroinvestor.ru>
8. Экспорт молочной продукции из РФ в 2017 году сократился на 7,9% [Электронный ресурс]. – Режим доступа: news.milkbranch.ru/

ИДЕНТИФИКАЦИЯ И КАЧЕСТВЕННАЯ ОЦЕНКА ОЛИВКОВЫХ МАСЕЛ, РЕАЛИЗУЕМЫХ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ Г. КРАСНОЯРСКА

Анищенкова Яна Васильевна

*студент Торгово-экономического института
Сибирского федерального университета*

*научный руководитель: **Евтухова Ольга Михайловна***

*кандидат биологических наук, доцент Торгово-экономического института
Сибирского федерального университета*

Натуральное оливковое масло очень полезный продукт, оно полностью усваивается в организме, улучшает структуру кожи и волос, нормализует обмен веществ, снижает уровень холестерина, обладает противовоспалительным эффектом. Оливковое масло содержит большое количество антиоксидантов и витамина Е, олеиновую кислоту, которая не синтезируется организмом человека. Также, при жарке оливковое масло не образует канцерогенов [5, 6].

В России оливковое масло не производят, но его потребление растет из года в год, поэтому исследование методов его идентификации и обнаружения фальсификации является актуальным.

Объекты исследования - оливковые масла, которые были взяты в розничной торговой сети г. Красноярск. Среди них масло оливковое нерафинированное высшего качества «Extra Virgin Olive Oil»; масло оливковое нерафинированное высшего качества «Extra Virgin», первый холодный отжим; масло оливковое нерафинированное высшего качества, первый отжим EXTRA VIRGIN OLIVE OIL торговой марки (т. м.) «Iberika»; оливковое масло Olive Oil: рафинированное оливковое масло с добавлением оливкового масла Extra Virgin т. м. «YBARRA»; масло оливковое рафинированное с добавлением масел оливковых нерафинированных «Clasico» т. м. «ITLV».

Данные образцы оценивались по качественным и идентифицирующим показателям качества. Среди качественных характеристик – органолептические показатели, кислотное число, перекисное число; из идентифицирующих – показатель преломления, йодное число [1].

В ходе анализа органолептических характеристик было отмечено, что об-

разцы оливкового масла представляют собой прозрачную жидкость, без примесей. Только у образца масла «Extra Virgin Olive Oil» консистенция масла слегка мутная. Также, все образцы имеют цвет от светло-желтого до зеленого. Вкус и запах у всех образцов оливкового масла были свойственные, хорошие без посторонних вкусов и запахов. Таким образом, во вкусе и запахе образцов подмены более дешевым масличным сырьем не обнаружено. По органолептическим показателям качества масла исследовались на соответствие требованиям Стандарта Кодекса Алиментариус для оливковых масел и оливковых масел из выжимок (табл. 1) [2].

Таблица 1

Органолептические показатели образцов

Наименование показателя	Требование Стандарта Кодекса Алиментариус для оливковых масел и оливковых масел из выжимок	Собственные результаты				
		«Extra Virgin Olive Oil»	Aceite de Oliva «Extra Virgin»	EXTRA VIRGIN OLIVE OIL т. м. «Iberika»	Extra Virgin т. м. «YBARRA»	«Clasico» т. м. «ITLV»
Запах	Удовлетворительный хороший	Удовлетворительный	Хороший	Хороший	Свойственный оливковому маслу	Хороший
Вкус	Удовлетворительный хороший	Удовлетворительный, свойственный	Свойственный	Свойственный	Хороший, свойственный	Хороший
Цвет	От светло-желтого до зеленого	Желто-соломенный цвет	Светло-желтый цвет	Темно-желтый цвет	Светло-желтый цвет	Желтый с зеленоватым оттенком
Внешний вид	Прозрачное	Прозрачное с легким наличием мути	Прозрачное, без примесей	Прозрачное, без примесей	Прозрачное, без примесей	Прозрачное, без примесей

Нами было выявлено, что образец масла «Extra Virgin Olive Oil» представляет собой прозрачную желто-соломенного цвета жидкость с удовлетворительным вкусом и запахом, присутствует муть. Масло Aceite de Oliva «Extra Virgin» - это прозрачная без примесей жидкость, светло-желтого цвета с хорошим вкусом и запахом. EXTRA VIRGIN OLIVE OIL т. м. «Iberika» - это прозрачное без примесей масло, темно-желтого цвета со свойственными вкусом и запахом. Образец масла Extra Virgin т. м. «YBARRA» представляет собой про-

зрачную маслянистую жидкость, без примесей, светло-желтого цвета с хорошими вкусом и запахом. «Clasico» т. м. «ITLV» - это прозрачное масло с желтого цвета с зеленоватым оттенком, имеет хорошие запах и вкус.

Все полученные характеристики соответствовали данным, указанным в требовании Стандарта Кодекса Алиментариус для оливковых масел и оливковых масел из выжимок.

Для анализа показателей качества были рассмотрены кислотное число, характеризующее содержание свободных жирных кислот, присутствие которых свидетельствует либо о протекании процесса гидролиза, либо об использовании испорченного сырья или недостаточной очистке при рафинации масел; а также перекисное число, показывающее наличие первичных продуктов окисления [4].

По физико-химическим показателям качества масло исследовалось также на соответствие требованиям Стандарта Кодекса Алиментариус для оливковых масел и оливковых масел из выжимок.

В таблице 2 представлены две основные характеристики, позволяющие оценить наличие процессов порчи (гидролиза и окисления) исследуемых образцов.

Таблица 2

Кислотное и перекисное числа масел

Вид масла	К.ч., мг кон/г		П.ч., мэкв акт O ₂ /кг	
	норма не более	результат	норма	результат
«Extra Virgin Olive Oil»	3,3	3	5-20	20
Aceite de Oliva «Extra Virgin»		2,1		4
EXTRA VIRGIN OLIVE OIL т. м. «Iberika»		0,9		10
Extra Virgin т. м. «YBARRA»		1,6		7
«Clasico» т. м. «ITLV»		1		9

Анализ кислотного и перекисного чисел показал, что все образцы имели значения в пределах, установленных ТР ТС 024/2011 [1].

Значения, максимально приближенные к верхней допустимой границе имели образцы оливкового масла «Extra Virgin Olive Oil» и «Solo de olive» Extra Virgin Olive Oil.

В табл. 3 представлены результаты анализа двух показателей идентифи-

кации образцов оливковых масел.

Таблица 3

Анализ идентифицирующих показателей

Вид масла	Й.ч., г I ₂ /100 г		Показатель преломления	
	норма	результат	норма	результат
«Extra Virgin Olive Oil»	80-85%	84,75	1,460-1,471	1,4695
Aceite de Oliva «Extra Virgin»		88,98		1,47
EXTRA VIRGIN OLIVE OIL т.м. «Iberika»		80,51		1,469
Extra Virgin т. м. «YBARRA»		88,98		1,47
«Clasico» т. м. «ITLV»		80,51		1,469

Йодное число является важнейшим химическим показателем степени ненасыщенности жирных кислот, входящих в состав масел: чем выше содержание ненасыщенных жирных кислот, тем выше значение йодного числа. Этот показатель имеет важное значение при идентификации, так как позволяет предположить подмену части сырья другим жировым компонентом. Анализ показал, что по показателю йодное число превышение требуемым значениям имеют образцы масла Aceite de Oliva «Extra Virgin» и Extra Virgin т. м. «YBARRA». Это позволяет предположить введение в продукт других видов масел с более высоким йодным числом [3].

Помимо идентифицирующей функции данный показатель позволяет также определить наличие процессов, уменьшающих количество ненасыщенных связей в жирных кислотах, в том числе при окислительных процессах. У исследуемых образцов йодное число не получило заметного снижения, все значения укладывались в нижние границы показателя.

Преломляющую способность масел характеризуют величиной показателя преломления, определенного при 20°C (у твердых масел при 40°C).

Показатель преломления характеризует не только чистоту жиров, но и степень их окисления; он возрастает при наличии оксигрупп, увеличении молекулярного веса и количества непредельных жирных кислот в жирно-кислотных радикалах триглицеридов. В исследовании результаты определения показателя преломления соответствовали диапазонам, характерным для натуральных масел своего вида, на которых не сказались процессы окисления.

Таким образом, в результате анализа было выявлено, что все исследуемые образцы оливковых масел соответствовали установленным требованиям по органолептическим показателям. По физико-химическим показателям у образцов «Extra Virgin Olive Oil», EXTRA VIRGIN OLIVE OIL т. м. «Iberika» и «Clasico» т. м. «ITLV» не было выявлено отклонений. Завышенные значения требуемым нормам йодного числа показала идентифицирующая оценка масел Aceite de Oliva «Extra Virgin» и Extra Virgin т. м. «YBARRA» Можем предположить, что производители добавили в данные образцы сходное по химическому составу масло из другого масличного сырья с целью удешевления продукта.

Список литературы:

1. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 024/2011 Технический регламент на масложировую продукцию (с изменениями на 23 апреля 2015 года) [Электронный ресурс] // Электронный фонд нормативной и правовой литературы. - Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/>
2. Кодекс Алиментариус. Жиры, масла и производные продукты / Пер. с англ. – Москва: Издательство «Весь Мир», 2007.
3. Рыбакова Г.Р. Товароведение и экспертиза пищевых жиров / Г.Р. Рыбакова, О.В. Нестеренко. - Красноярск: ГОУ ВПО «КГТЭИ», 2009.
4. Матюхина З.П. Товароведение пищевых продуктов: учебник для начального профессионального образования / З.П. Матюхина. – Москва: ИЦ Академия, 2012.
5. Рыженков В.Е. Растительные масла и масляные экстракты: технология, стандартизация, свойства / В.Е. Рыженков, В.Г. Макаров, А.Н. Шиков. – Москва: ООО Издательский дом Русский врач, 2004.
6. Оливковое масло [Электронный ресурс] // Википедия. - Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org>

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНВЕНТАРИЗАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Бабенко Светлана Витальевна

*студентка Полесского государственного университета
научный руководитель: Добрыдень Нина Вячеславовна
ассистент Полесского государственного университета*

Инвентаризация – средство установления истины в данных бухгалтерского учета [2, с. 48]. На сегодняшний день в Республике Беларусь все вопросы, касающиеся проведения инвентаризации регулируются Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь №180 [1]. И все же не будет являться «неследованием» инструкции внесение некоторых рекомендаций по совершен-

ствованию организации инвентаризации на предприятии. Одним из таких направлений является введение бальной системы учета нарушений материально-ответственных лиц.

Бальная система учета нарушений материально-ответственных лиц предполагает за каждое отклонение фактических данных от данных бухгалтерского учета, после выяснения возникновения причины данного отклонения, проставлять материально-ответственным лицам баллы от 1 до 5.

Рассмотрим предложенную бальную систему оценки нарушений выполнения обязанностей материально-ответственными лицами:

0 баллов – в случае, если по результатам инвентаризации не было установлено никаких отклонений,

1 балл – при проведении инвентаризации отсутствует расписка материально-ответственного лица,

2 балла – нарушение условий хранения ценностей,

3 балла – недостача ценностей в размере до 5 базовых величин,

4 балла – недостача ценностей в размере от 5 до 15 базовых величин

5 баллов – недостача ценностей в размере от 15 до 20 базовых величин.

Для оценки компетентности материально-ответственных лиц перечисленные баллы учитываются в карточках учета материально-ответственных лиц.

В таблице 1 представлен образец предлагаемой учетной карточки (данные в карточке являются условными).

Таблица 1

Карточка учета компетентности материально-ответственных лиц

Табельный номер сотрудника: 1254736		
ФИО	Иванов Иван Иванович	
Дата приема на работу	15.02.2014 г.	
Занимаемая должность	Кладовщик (готовая продукция)	
Сведение о нарушениях:		
Дата проведения инвентаризации	Результат проверки	Начисленные баллы
01.10.2017	Недостача в размере 120 рублей	3 балла
01.02.2018	Соответствие данных	-
ИТОГО		3 балла

Источник: собственная разработка

Таким образом, в предложенных карточках осуществляется учет результатов проведенных проверок на протяжении работы материально-ответственным лицом. По окончании месяца по каждому материально-ответственному лицу определяется общее количество баллов. В зависимости от итогового количества руководитель принимает решение о степени наказания данного сотрудника.

Рассмотрим возможные меры ответственности (отметим, меры ответственности необязательно должны быть одинаковыми для всех субъектов хозяйствования, а должны быть установлены комиссией и руководством):

- 5 баллов – выговор,
- от 5 до 10 баллов – лишение премии в размере 10%,
- от 10 до 20 баллов – 100% лишение премии,
- от 20 до 30 баллов – понижение в должности.

Предложенная балльная система учета позволит объективно и без дополнительных затрат оценить уровень компетентности материально-ответственных лиц. При систематическом возникновении недостатков сотрудника необходимо отстранить от занимаемой должности.

Таким образом, предложенная система позволит оптимизировать кадровый состав в лице материально-ответственных лиц, что повысит качество выполняемых обязанностей, что является положительным аспектом в осуществлении деятельности предприятия.

В настоящее время многие предприятия недооценивают роль инвентаризации, и осуществляют проверку как обязательство в соответствии с требованиями законодательства Республики Беларусь. Однако по результатам исследований, систематическое проведение контроля над сохранностью и использованием имущества предприятия, приводит к снижению возникновения фактов недостатков, порчи и хищений. Следовательно, и совершенствованию организации проведения инвентаризации необходимо уделять должное внимание.

Список литературы:

1. Инструкция по инвентаризации активов и обязательств: утв. Постановле-

нием Министерства финансов Республики Беларусь №180 от 30.11.2007 (в ред. от 22.04.2010 № 50) // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр» – Минск, 2018.

2. Кутер М.И. Теория бухгалтерского учета - М.: Финн. и стат. - 2007.

УСЛОВИЯ ХРАНЕНИЯ И ТРАНСПОРТИРОВКИ РТУТИ

Баглай Максим Александрович

*студент Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

научный руководитель: Саркисян Лев Григорьевич

*профессор Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

Ртуть – это текучий, жидкий металл без запаха. Не горюч, серебристого цвета. При горении выделяет раздражающие или токсичные пары (или газы).

Перевозка ртути обязана проводиться лишь в небьющейся посуде.

Сохранение на базе и ее транспортировка допускается только в герметически закрывающихся баллонах из черной стали, эмалированных изнутри.

В помещениях лабораторий, ртуть должна храниться в вытяжном шкафу и в небьющейся посуде или толстостенном стеклянном сосуде с притертыми пробками (на вакуумной замазке), установленной в амортизационном футляре на металлических поддонах. В небольших количествах ртуть может храниться в запаянных стеклянных ампулах в общих лабораторных шкафах. Ампулы при этом должны быть заключены в плотных футлярах, предотвращающих разлив ртути при случайном бое ампул. Проводить работы с ртутными устройствами необходимо лишь в специально оснащенных помещениях, соблюдая большую осмотрительность.

Транспортировка сосудов с ртутью осуществляется в особых железных футлярах с ручками. Раскрывать сосуд с ртутью имеет право только лицо, имеющее специальный доступ. Поверхность ртути в сосудах должна быть залита слоем глицерина либо воды.

На складах обязан быть резерв посуды и устройств, для не опасной расфасовки и транспортировки ртути. Чаще всего для сохранения и транспортировки ртути используют пластиковую тару, рассчитанную на 0,5-29,5 кг ртути.

СУЩНОСТЬ И ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА РЫНКЕ ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Бакаева Кристина Сергеевна

студентка Донбасской национальной академии строительства и архитектуры

научный руководитель: Козлова Людмила Викторовна

кандидат экономических наук, доцент

Донбасской национальной академии строительства и архитектуры

Рынок недвижимости является одним из основных элементов экономической системы любого современного и развитого государства, поскольку с ним прямо или косвенно связаны хозяйственная деятельность и приоритетные интересы людей во всех сферах. Недвижимое имущество, играет огромную роль в процессе человеческой жизнедеятельности: оно одновременно выступает в качестве пространственной среды для функционирования субъектов рыночных отношений, базы для размещения капитала в физической форме, крупнейшего экономического ресурса в процессе обмена, а также создает условия для мобильности рабочей силы.

Анализ различных теорий к описанию сущности рынка недвижимости позволил определить рынок недвижимости как экономико-правовое пространство, в котором происходит взаимодействие между спросом и предложением всех имеющихся на данный момент времени покупателей и продавцов недвижимости и где осуществляется совокупность всех текущих операций с ней [2, с. 34].

Несмотря на то, что рынок недвижимости чаще всего рассматривается как составная часть рынка товаров и услуг, все же специфика недвижимости такова, что ни рынок финансовых активов, ни рынок труда не могут существовать без активного участия объектов и субъектов рынка недвижимости (рис. 1.), что определяет совершенно особое место рынка недвижимости в системе рынков и в экономико-хозяйственной системе страны [3, с. 823].

Однако объект недвижимости это не только важнейший товар, который удовлетворяет разнообразные личные потребности каждого члена общества, но одновременно и «...капитал в вещной форме, приносящий доход» [1, с. 45].

Вложение в недвижимость обычно осуществляется посредством инвестирования с целью получения в дальнейшем прибыли.

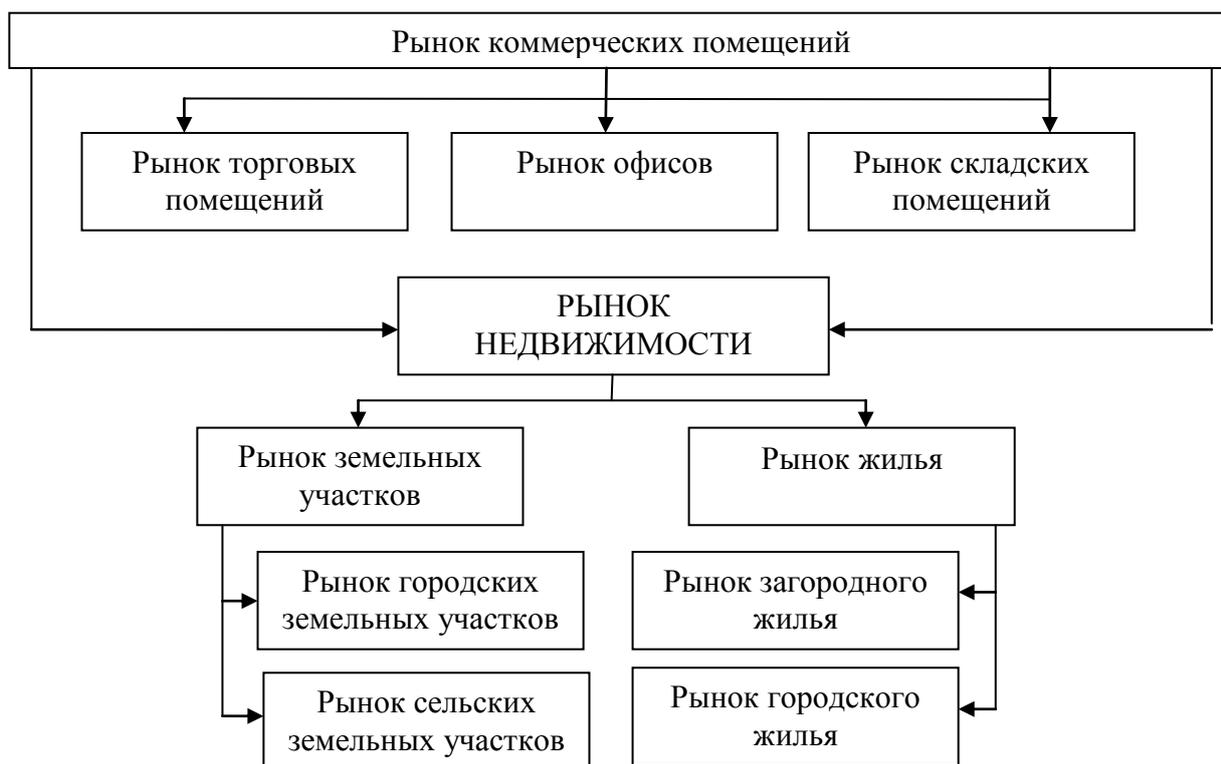


Рис. 1. Классификационная схема видов рынков недвижимости

Такая привлекательность инвестирования в средства недвижимости объясняется следующими факторами. Во-первых, в момент приобретения недвижимости инвестор получает пакет прав, в то время как многие другие объекты инвестирования не влекут за собой права собственности. Во-вторых, вложения в недвижимость обеспечивают сохранность вложенных средств (в обычных условиях недвижимость невозможно потерять, похитить) и от инфляции в частности (инфляционные процессы сопровождаются ростом цен на недвижимость и доходов от нее). В-третьих, имеется возможность получать от недвижимости доход в денежном выражении и иной полезный эффект, который может выражаться в комфортности проживания, престижности владения определенным объектом и т.п.

Значительное место в составе рынка недвижимости отведено рынку жилья. Субъектами этого рынка, конечными пользователями являются домохозяйства, выступающие как покупатели и продавцы жилья. Объект на рынке – жилье – по своей природе является не инвестиционным товаром (то есть, предназначен

не для получения прибыли от его эксплуатации), а потребительским товаром для удовлетворения одной из основных потребностей человека, потребности в жилье [1].

В связи с особой социально-экономической ролью рынка жилья изучению теоретико-методологических основ его функционирования посвящена большая часть исследований по рынку недвижимости. Зачастую исследователи (и западные, и российские) в своих работах даже смешивают понятия: говоря о рынке недвижимости, подразумевают рынок жилья, и наоборот, анализируя рынок жилья, делают выводы о состоянии всего рынка недвижимости. Надо сказать, что такой подход во многом оправдан – рынок жилья в наибольшей степени отражает тенденции изменения спроса и предложения на рынке недвижимости.

Таким образом, рыночными механизмами осуществляется регулирование четырех сфер экономической деятельности:

Производство – строительство жилья – является важнейшей сферой экономических отношений. Именно на данной стадии рождается товарная масса, возводятся объекты жилой недвижимости, обновляется жилищный фонд и начинается формирование рыночных отношений. Стадия производства начинается с момента оформления необходимой проектной документации, документации на земельный участок, начала строительных работ и заканчивается с моментом принятия жилого объекта государственной комиссией [4, с. 199].

Распределение – происходит распределение объектов строящегося или только что построенного жилищного фонда [4, с. 200].

Поскольку жилье обладает особой социальной значимостью, а также высокая степень его важности и престижности обладания им, процесс распределения и установленные методы распределения играют определяющую роль в формировании социальных отношений между людьми, в определении материального положения различных слоев общества. Поскольку важнейшей особенностью недвижимости как товара и как объекта инвестирования является специфика оборота (происходит не оборот жилья, а оборот прав на него), данная стадия характеризуется тем, что здесь определяются права собственности на по-

строенные объекты.

Обмен – данная сфера экономической деятельности охватывает все многообразие операций с жилой недвижимостью, при которых происходит передача прав на жилье от одного собственника к другому (купля-продажа, обмен, мена, дарение, наследование и т.п.) [4, с. 220].

Потребление – является конечной, естественной целью экономической деятельности на рынке жилья. Как уже отмечалось выше, из всех видов недвижимости жилье является наиболее социально значимым товаром [4, с. 221].

Рассмотренные четыре сферы экономической деятельности регулируются механизмами рынка жилья (рис. 2).

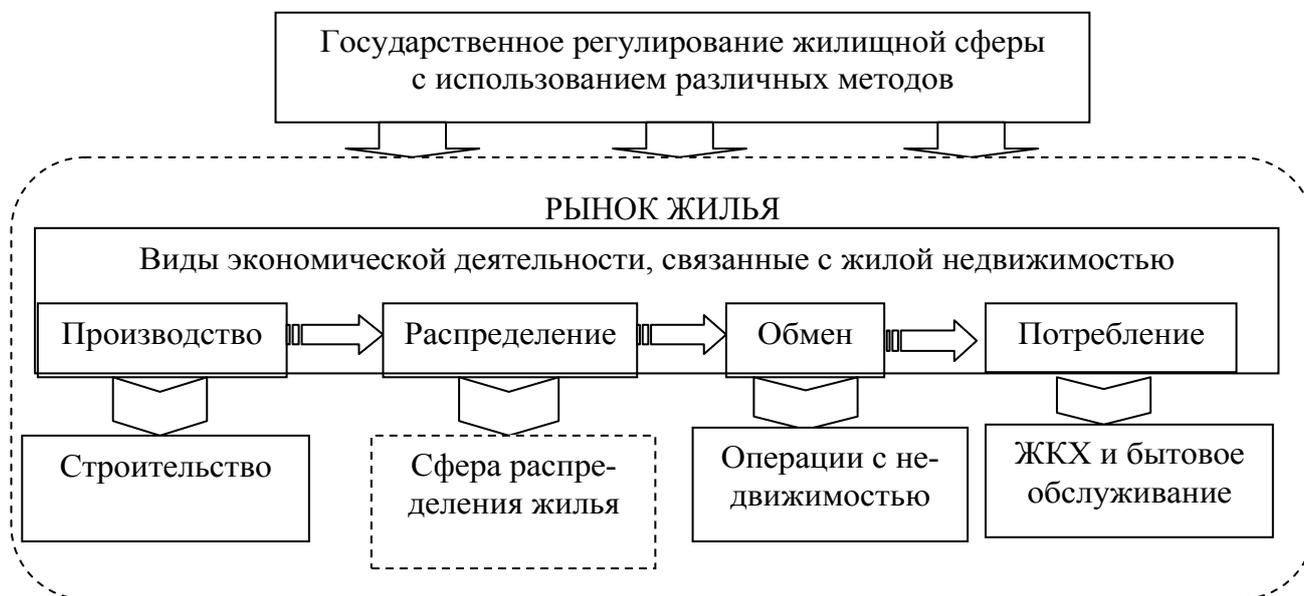


Рис. 2. Взаимосвязь сфер экономической деятельности, охватываемых рынком жилья, с отраслями народного хозяйства

В общественном производстве существует общее разделение труда, которое выражается в разделении общественного производства на отрасли народного хозяйства – строительство, ЖКХ, сфера услуг и др. Для более детального представления места рынка жилья в экономической жизни социума целесообразно определить его взаимосвязь с крупнейшими отраслями

Итак, рынок жилой недвижимости представляет собой часть рынка недвижимости, экономическими механизмами которого передаются права собственности, устанавливаются цены и варианты использования жилищного фонда, а также земельного фонда.

Существенной особенностью жилья как товара является его тесная связь с землей, то есть отнесение его к недвижимому имуществу, что в значительной степени отражается в его производстве и потреблении. Вторая важнейшая особенность жилья состоит в его способности удовлетворять одну из самых насущных потребностей человека – потребность в жилье.

Список литературы:

1. Жилищное строительство и рынок недвижимости в период спада экономики / Бюллетень социально-экономического кризиса в России. – №11, март 2016 г. – Режим доступа. – <http://ac.gov.ru/files/publication/a/8353.pdf>
2. Перспективные направления развития инвестиционного процесса на российском рынке жилья: монография / Л.Г. Назметдинова, Р.А. Шуваров. – М.:Издательство «Палеотип», 2007.
3. Селютина Л.Г., Волков А.С., Казиева А.К., Ракова В.А., Чаленко А.В., Шереметьев А.В. Участие государства в решении жилищной проблемы граждан в современных условиях // Фундаментальные исследования. – № 12-4. – С. 823-827.
4. Смирнов И.И., Богданов К.А., Айбадуллаева А.А. Регулирование воспроизводственных процессов в жилищной сфере города // Новая наука: Современное состояние и пути развития. – № 11-1. – С. 198-201.

ОЦЕНКА УРОВНЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Балабанова Ирина Валериевна

*студентка Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

научный руководитель: Германчук Алла Николаевна

*кандидат экономических наук, доцент
Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

В сложившихся рыночных условиях, характеризующихся постоянными изменениями во внешней среде, обостренной конкурентной борьбой, осуществление эффективной предпринимательской деятельности осложняется отсутствием надлежащей корпоративной культуры, которая представляет собой не только имидж компании, но и эффективный инструмент стратегического развития бизнеса.

Актуальность данной проблемы заключается в том, что корпоративная культура, являясь важным фактором конкурентоспособности предприятия на

рынке, способствует достижению его целей, формируя приверженность персонала к ценностям и убеждениям организации, создает благоприятный имидж предприятия на рынке и обеспечивает инновационный характер предпринимательской деятельности. Соответственно корпоративная культура определяет стратегию развития организации и место каждого работника в ее реализации, создавая определенные принципы и нормы поведения, атмосферу сотрудничества, нацеленность на успех.

Исследованием корпоративной культуры занимались такие ученые, как: А.Н. Асаул [1], С.В. Василенко [2], Ю. Емельянов [3], Т.Б. Иванова [4], Т.О. Соломандина [5], Э. Шейн [6] и многие другие.

Корпоративная культура - это система руководящих убеждений, принципов и технологий в деятельности предприятия. Целью корпоративной культуры является формирование поведения персонала, способствующего достижению целей предприятия [2, с. 9].

Корпоративная культура формируется под воздействием людей, работающих в организации, но вместе с тем именно она определяет поведение людей, их взаимодействие и даже осознание своего места в социуме, т.е. корпоративная культура – это очень сложный, многогранный феномен со сложной системой прямых и обратных связей между его структурными элементами [4, с. 12].

На данный момент существует ряд методик оценки уровня корпоративной культуры на предприятии. Наибольшее распространение получила оценка корпоративной культуры с использованием трех групп показателей: уровень культуры управления деятельностью, уровень культуры труда и уровень культуры организации деятельности.

- уровень культуры управления деятельностью рассматривается как общая характеристика управленческого труда, с помощью которого обеспечивается инновационный характер деятельности, использование прогрессивных технологий, оптимальный кадровый состав работников и надлежащие нормы, правила, ценности, характеризующие отношение к труду;

- уровень культуры труда характеризует использование этических правил

и норм поведения определенной группы людей в обществе, образование и профессиональную подготовку работников, стиль руководства, взаимоотношения в коллективе, научные принципы организации труда;

- уровень культуры организации деятельности определяет направленность труда работников на формирование позитивного имиджа предприятия и благоприятное отношение участников рыночных процессов.

Оценка уровня корпоративной культуры осуществлялась экспертным методом на примере торгового предприятия ООО «СОТА», целью которого является производство и реализация мебельной продукции и получение на этой основе прибыли. Экспертная оценка ключевых аспектов корпоративной культуры предприятия ООО «СОТА» представлена в табл. 1.

Таблица 1

**Экспертная оценка ключевых аспектов
корпоративной культуры предприятия ООО «СОТА»**

Показатели корпоративной культуры	Аспекты	Оценка в баллах		
		1 балл	2 балла	3 балла
Уровень культуры управления деятельностью	Морально - эстетические нормы			
	Совокупность знаний, их структура и глубина			
	Отношение к труду			
	Обычаи в организации работы			
Среднее значение		2,5		
Уровень культуры труда	Содержание труда			
	Техническое оборудование рабочего места			
	Организационные формы трудового процесса			
	Уровень образования и профессиональной подготовки			
	Жизненный опыт			
	Моральные позиции			
	Этика деловых отношений			
Среднее значение		2,1		
Уровень культуры организации деятельности	Ориентация на получение прибыли			
	Завоевание и удержание позиций на рынке			
	Атрибутика корпоративной культуры организации деятельности			
Среднее значение		2,0		
Интегральный средний балл		2,2		

Экспертная оценка позволяет рассчитать уровень использования ключевых аспектов корпоративной культуры в предприятии по формуле 1

$$\langle y_{OK} = \frac{\sum_1^n P_i}{P_{max}} * 100\% \rangle$$

где: y_{OK} - уровень использования аспектов корпоративной культуры;

P_i –экспертная оценка использования i -го критерия корпоративного аспекта;

P_{max} - максимальное значение использования системы корпоративных аспектов.

Таким образом, оценка уровня использования ключевых аспектов корпоративной культуры предприятия ООО «СОТА» составит:

$$\langle y_{OK} = 2, \frac{22}{3} * 100\% = 74\% \rangle$$

Проведенная оценка показала, что уровень корпоративной культуры ООО «СОТА» равняется 74%, что характеризует средний уровень использования ключевых аспектов корпоративной культуры в процессе деятельности предприятия.

Стоит заметить, что положительное влияние наблюдается со стороны таких показателей, уровень культуры управления деятельностью (положительное отношение к труду, справедливые морально-эстетические нормы); уровень культуры труда (высокий уровень образования и профессиональной подготовки и богатый жизненный опыт). В то же время отрицательное влияние на корпоративную культуру оказывает такой аспект, как техническое оборудование рабочего места.

С целью повышения уровня использования аспектов корпоративной культуры на предприятии ООО «СОТА» рекомендуется повысить уровень производительности оборудования и технологическую оснащенность рабочего места.

Вывод. Необходимость постоянного изучения корпоративной культуры на предприятии ООО «СОТА» заключается в том, что она играет очень важную роль в жизнедеятельности предприятия, и поэтому она должна являться предметом пристального внимания со стороны руководства.

В результате проведенного исследования было выявлено, что уровень использования ключевых аспектов корпоративной культуры ООО «СОТА» достигает 74%, что можно охарактеризовать как средний уровень использования корпоративной культуры.

Корпоративная культура может оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на деятельность предприятия. Соответственно, для того, чтобы повысить уровень использования ключевых аспектов корпоративной культуры предприятия ООО «СОТА» необходимо, в первую очередь, улучшить те аспекты корпоративной культуры, которые оказывают негативное влияние на деятельность предприятия.

Список литературы:

1. Асаул А.Н., Асаул М.А., Ерофеев П.Ю., Ерофеев М.П. Культура организации: проблемы формирования и управления. – СПб: Гуманистика, 2012.
2. Василенко С.В. Корпоративная культура как инструмент эффективного управления персоналом – М.: Дашков и Кс, 2009.
3. Емельянов Ю. Корпоративная культура как «формула успеха» бизнес-организации / Ю. Емельянов, А. Хачатурян // Проблемы теории и практики управления. – 2009. – № 1. – с. 23-33
4. Иванова Т.Б., Журавлёва Е.А. Корпоративная культура и эффективность предприятия: Монография / Т.Б. Иванова, Е.А. Журавлёва. – М: РУДН, 2011.
5. Соломанидина Т.О. Организационная культура компании. Учебное пособие – М.: Инфра-М, 2009.
6. Шейн Э. Организационная культура и лидерство. СПб. Питер, 2008.

ДЕНЕЖНАЯ СИСТЕМА ЕВРОСОЮЗА: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Балдина Татьяна Александровна

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

Уржумова Мария Владимировна

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

научный руководитель: Нагоева Тамара Александровна

старший преподаватель

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Актуальность темы исследования объясняется тем, что в наше время система международных экономических отношений в рамках ЕС испытывает существенные перемены, прослеживается рост кризиса в зоне евро, в связи с этим

следует выявить особенности современного состояния, проблем и возможностей последующего формирования Европейской денежной системы.

Путь к созданию Европейского валютного союза и введения единой денежной единицы «евро» был сложным и длительным. Первые предпосылки создания европейской интеграции появились после Второй мировой войны [1, с. 42]. Этапы развития валютной интеграции и формирования денежной системы ЕС (табл. 1.)

Таблица 1

Этапы развития валютной интеграции и формирования денежной системы ЕС

Этапы	Характеристика
Формирование элементов валютной интеграции стран Европы	1948-1949 гг. Соглашение о внутри европейских платежах и компенсациях между 17 государствами Организации экономического сотрудничества и развития 1950-1958 гг. Создание Европейского платежного союза
1958 г. Римский договор – формирование ЕЭС или Общего рынка	1958-1974 гг. Создание Таможенного союза 1967 г. Формирование общего аграрного рынка и аграрного фонда ЕЭС
1971 г. Принята программа поэтапного создания экономического и валютного союза (план Вернера)	1971- 1974 гг. Введение полной взаимной обратимости валют 1975-1976 гг. Введение процедур согласования экономической финансовой и денежно-кредитной политики
1979 г. Создана Европейская валютная система	Европейская валютная единица-ЭКЮ Реальным резервным активом является золото Режим валютных курсов основан на совместном плавании валют-«европейская валютная змея» Введено межгосударственное региональное валютное регулирование
1991 г. Заключен Маастрихтский договор о Европейском союзе	Сближение уровней экономического развития, снижение темпов инфляции и сокращение бюджетного дефицита 1994 г. Создание Европейского валютного института 1999 г. Создан Европейский центральный банк эмитент единой валюты евро 2002 г. Введение в оборот наличных евро

Основными целями создания валютного союза и внедрения евро были:

- создание главного крупного финансового и валютного центра, основным инструментом которого стала новая свободно конвертируемая валюта «евро»;
- упрощение размена: непостоянство обменных курсов внутри функционирующей Европейской денежной системы приводит к тяжелым результатам

для экономики стран-участниц, которые вынуждены страховать себя от обменных рисков;

- создание противовеса влиянию Соединенных Штатов – долларизации международной экономики;

- согласование экономических политик;

- усиление политических позиций ЕС на мировой арене.

Впервые годы применения евро неоднократно выражались серьезные сомнения в успехе новой валюты, в частности, эффективности проведения общей монетарной политики для государств, с разными финансовыми и общественными условиями. С течением пятнадцати лет единая валюта состоялась, евро имеет перспективы, в том числе на международной арене, в качестве альтернативы американскому доллару, прежде всего, благодаря огромному экономическому потенциалу стран зоны евро, который вполне сравним с параметрами экономики США [3, с. 136].

Однако, несмотря на это, за прошлые годы функционирования Экономического и валютного союза (ЭВС) в модели европейской интеграции так и не были преодолены глубокие противоречия, а именно ее неравномерность и фрагментарность.

Неравномерность ЭВС проявляется в том, что страны валютного союза имеют значительные отличия в уровнях развития экономики финансовых систем. В евро зоне выделяют две группы стран, которые значительно отстают от промышленно-развитых государств. К ним относятся Греция, Португалия, Испания, Ирландия, Италия (страны PIIGS) и страны Центральной и Восточной Европы. Причиной текущего положения является единая денежно-кредитная политика ЕЦБ, которая не способствует равномерному развитию всех стран ЭВС.

Немаловажно отметить, то, что в начале своего развития Европейская валютная система строилась вокруг самой сильной валюты континента – немецкой марки, и в основу деятельности ЕЦБ изначально легла политика Бундесбанка, поэтому главная задача ЕЦБ в данный момент заключается в обеспечении

ценовой стабильности в зоне евро. При интеграции в евро зону менее развитые страны Евросоюза были вынуждены в короткие сроки достигнуть соответствия Маастрихтским критериям, но их денежно-кредитные системы не успели пройти все необходимые стадии развития для соответствия уровню Германии и других лидеров Евросоюза. Вследствие этого возникли значительные трудности для национальных хозяйств.

В случае, если говорить о фрагментарности ЭВС, то необходимо отметить, что на наднациональный уровень перешла лишь денежно-кредитная политика, в то время как остальные направления финансовой политики не стали общими для всех стран (например, бюджетно-налоговая политика).

К тому же, введение евро лишь ослабило имеющуюся прежде синхронизацию бизнес-циклов стран евро зоны. Когда происходил процесс внедрения общей валюты, были ожидания по сокращению транзакционных издержек, торговых преимуществ и т. д., однако, единая политика не способствует выравниванию уровней экономического развития отдельных стран евро зоны, увеличению конкурентоспособности экономики региона, переориентации и повышению объемов взаимных прямых инвестиций. А только это и было основным условием успешного и обоснованного введения единой валюты.

Евро зона, к сожалению, как была, так и осталась конгломератом почти независимых производственных комплексов разного уровня эффективности. И ни о каком «едином экономическом пространстве» в евро зоне, как и прежде говорить невозможно, несмотря на общую валюту.

Это ведет к тому, что при неизменности экономической, индустриальной и инвестиционной политики состояние наиболее слабых экономик евро зоны еще больше ухудшается. В европейской интеграции есть и другие слабые зоны, способные испытывать дополнительные финансовые трудности при высоком курсе евро.

Сейчас, обстановка в евро зоне, как и прежде нестабильна, по причине мирового финансово-экономического кризиса 2008 г., который, как показал 2011 г., оказал глубокое влияние на динамику хозяйственного развития Евро-

союза. Большая часть макроэкономических показателей по сей день не достигло докризисного уровня.

Для стабилизации экономики стран зоны евро ЕЦБ применял ряд механизмов, как: мягкую монетарную политику (политику дешевых денег); жесткую финансовую политику, направленную на снижение дефицита государственного бюджета и государственного долга, а также программу количественного смягчения (нестандартный метод регулирования государственных денежных вливаний в экономику страны посредством повышения объема активов). В результате данные меры вызвали дефляцию в евро зоне, кризис государственных долгов способствовали росту теневой банковской системы [2, с. 4].

На сегодняшний день эти проблемы названы в ЕЦБ более значимыми, и нынешнее состояние вынуждает ЕЦБ наиболее стремительно вмешиваться в макроэкономические процессы и дальше расширять спектр применяемых им для этого инструментов.

Помимо того, данный кризис наглядно показывает, что ставка на глобальное расширение евро зоны почти исчерпала собственный ресурс, и назрела необходимость более решительней подходить к внутренней оптимизации сформировавшихся в последние годы политических и экономических механизмов с целью повышения их эффективности и нивелирования дисбалансов, накопившихся за первые годы существования зоны евро [2, с. 7].

Это понимают и страны, которые до недавнего времени относили себя к числу претендентов на вступление в евро зону. В ближайшие несколько лет лишь Румыния планирует перейти на евро (1 января 2019 г.), для остальных стран срок не установлен. Причинами этого служат нежелание населения принимать в обращение новую валюту, а также имеют место экономические причины (например, темпы инфляции страны-претендента не должны превышать более 1,5%, чем средний показатель трех стран ЕС с наименьшей инфляцией). С учетом недавней дефляции и нынешних низких темпов инфляции в государствах-лидерах ЕС, добиться этого будет сложно.

Евро зона испытывает сейчас то, что принято называть «проблемой ро-

ста». Несмотря на то, что евро создавался как конкурент доллару США, единая валюта до сих пор не имеет той степени хождения и проникновения в мировые финансовые потоки, которые за последний век приобрел доллар. К тому же после становления китайского юаня резервной валютой МВФ, больше всего удельного веса в валютной корзине потерял именно евро. Сейчас структура корзины МВФ выглядит так: 41,73% – доллар США, 30,93% – евро, 10,92% – юань, 8,33% – японская иена, 8,09% – британский фунт.

Быстрый экономический рост Индии и Китая, накопление резервов в иностранной валюте странами Азии, регулирование дисбалансов между инвестициями, сбережениями и потреблением являются важнейшими факторами, которые могут повлиять на будущей роли евро как международной валюты [3, с. 139].

Соединенные Штаты также приложат все усилия с целью избежать значительного ухудшения международных позиций доллара, вплоть до применения военной силы и организации так называемых «управляемых кризисов» (войны на Арабском полуострове и Украине) [3, с. 131].

В самом сложном положении на данный момент находится Греция. Сейчас она решает две проблемы. Во-первых, нужно изыскать финансовые ресурсы для обслуживания огромного государственного долга, чтобы избежать дефолта. Во-вторых, страна должна сохранить свое участие в еврозоне [5, с. 73].

Grexit из еврозоны также стоит на повестке дня, однако экономисты В. М. Пищулов и Б. М. Ческидов в своих исследованиях отмечают, что возвращение Греции к бывшей национальной валюте – драхме – нежелательный вариант действий, поскольку сама задолженность исключает возможность отказа от использования евро и попытки перевода счетов в иную валюту.

Возврат к драхме невозможен и чисто технически. Поэтому для решения проблем Греции (PIIGS) В. М. Пищулов предлагает создать мультивалютную систему, то есть ввести в обращение местную валюту, которая поможет освободить из внутреннего оборота евро, который можно будет использовать для обслуживания и выплаты внешних задолженностей [4, с. 29].

Переход к такой системе видится вполне приемлемой мерой, способной во многом разрешить накопившиеся противоречия в евро зоне.

Современный кризис в зоне евро показывает, что переход Евросоюза к высшей стадии региональной интеграции – валютному союзу – был продиктован, в основном, геополитическими мотивами, а его институциональная и экономическая база были проработаны недостаточно.

Если говорить о перспективах развития Европейской валютной системы, то страны, не входящие в евро зону, пока не стремятся вводить в обращение евро даже наоборот, существуют противоположные тенденции (Греция, Италия). В настоящее время наиболее важными проблемами, которые нужно решать ЕЦБ, являются дефляция, рост суверенных долгов.

Список литературы:

1. Беспалова О.В. Обзор деятельности Европейского центрального банка (от начала создания до 2012 г.) // Проблемы учета и финансов. – 2013. – №1.
2. Валюты стран-участниц Европейского союза [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.ereport.ru/articles/ecunions/euhyst.htm>
3. Гусев К. Европейский центральный банк и финансовый кризис [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.ieras.ru/>
4. Кондратов Д.И. Актуальные подходы к реформированию мировой валютной системы // Экономический журнал ВШЭ. – 2015. – № 1.
5. Пищулов В. М. Еврозона: причины кризиса. Часть II // Финансы и кредит. – 2016. – № 7. – С. 27–41.

ОСОБЕННОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Баранов Антон Андреевич

*студент Среднерусского института управления – филиала
«Российская академия народного хозяйства и
государственной службы при Президенте Российской Федерации»*

*научный руководитель: **Попова Ольга Васильевна**
профессор Среднерусского института управления – филиала
«Российская академия народного хозяйства и
государственной службы при Президенте Российской Федерации»*

В рамках сложившегося, прежде всего, потребительского кризиса вопрос об интенсивности и эффективности инвестиционной деятельности физических лиц в современном мире стоит наиболее остро. Анализ эффективности инве-

стиционной деятельности физических лиц даст возможность оценить уровень инвестиционной активности населения Российской Федерации и выявить опорные точки стимулирования инвестиционных процессов населения страны. В данной работе под инвестициями мы будем понимать объем денежных средств, ценных бумаг и иного имущества, вкладываемого в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта. Под инвестиционной деятельностью следует понимать вложение инвестиций и осуществление практических действий в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта.

В целях анализа эффективности инвестиционной деятельности физических лиц предлагаем проанализировать, какую долю доходы от инвестиционной деятельности занимают в общей структуре доходов физических лиц Российской Федерации.

Таблица 1

Объем и структура денежных доходов населения РФ

	2015	2015 в %	2016	2016 в %	2017	2017 в %
Всего денежных доходов, в том числе:	47920651	100,0	53525872	100,0	54113023	100,0
доходы от предпринимательской деятельности	4022069	8,4	4244744	7,9	4209381	7,8
оплата труда наемных работников (вкл. выплаты социального характера)	19908920	41,5	20517523	38,3	21663545	40,0
социальные выплаты	8628190	18,0	9768287	18,2	10341265	19,1
доходы от собственности	2785652	5,8	3339870	6,2	3532762	6,5
Прочие денежные поступления	12575820	26,2	15655448	29,2	14366070	26,5

Согласно данным, представленным в таблице 1 и рассчитанным на основе данных Федеральной службы государственной статистики, мы можем сделать вывод о том, что наибольший удельный вес в структуре доходов населения занимают доходы от оплаты труда. Показатель доходы от собственности, характеризующий полученный доход по дивидендам, проценты по депозитам, выплаты по ценным бумагам, предварительная компенсация по вкладам граждан,

выплата правопреемникам умерших застрахованных лиц, а также единовременная выплата отдельным категориям граждан, занимает наименьший удельный вес в структуре. То есть доход от инвестиционной деятельности населения Российской Федерации занимает менее 10% в общем объеме доходов.

Небольшая доля доходов от инвестиционной деятельности в структуре доходов может говорить, как о небольшой финансовой отдаче от вложений в инвестиционные проекты, так и о нежелании или о нехватке у населения свободных денежных средств для осуществления инвестиционной деятельности.

Таблица 2

Объем и структура расходов населения РФ

	2015	2015 в %	2016	2016 в %	2017	2017 в %
Всего денежных доходов	47920651	100,0	53525872	100,0	54113023	100,0
Использовано на						
потребительские расходы	36106445	75,3	38003548	71,0	39544955	73,1
обязательные платежи и взносы (включая деньги отосланные)	5674185	11,8	5815406	10,9	6051110	11,2
прирост (уменьшение) сбережений во вкладах, ценных бумагах и наличных деньгах	2473076	5,1	4983800	9,4	4684195	8,7
покупку недвижимости, скота и птицы	2249889	4,7	1656226	3,1	1715257	3,2
приобретение иностранной валюты	2780611	5,8	2233657	4,2	2175333	4,0
уменьшение задолженности по кредитам	-1363555	-2,8	833237	1,6	-57826	-0,1

На основе данных, приведенных во второй таблице, мы можем наглядно наблюдать, что, за анализируемый период времени, доля потребительских расходов в общей структуре расходов составляет более 70%. Сбережения населения Российской Федерации во вкладах, ценных бумагах и наличных деньгах

составляют менее 10% от всего объема расходов населения.

Таким образом, на основании приведенных расчетов, мы можем сделать вывод о том, что доля доходов от инвестиционной деятельности в общем объеме доходов населения является наименьшей в структуре по причине низкого уровня потребительских расходов в соответствующей статье затрат.

Низкий уровень затрат населения в инвестиционную деятельность может быть связан с рядом причин:

- Наличие риска частичной или полной утраты вложенных в инвестиционный проект денежных средств;
- Разнообразие инвестиционных проектов на рынке и неспособность индивида выбрать из них наиболее предпочтительный вариант;
- Нехватка у населения Российской Федерации свободных денежных средств для осуществления инвестиционной деятельности.

По нашему мнению, низкий уровень инвестиционной активности населения и, как следствие, низкая отдача от инвестиционных вложений, связаны в большей степени не с нехваткой наличных денежных средств, а с недостаточным уровнем финансовой грамотности населения Российской Федерации. Данное предположение подтверждает портал РБК. Согласно статье, размещенной на портале: «Как образование превращает сбережения в инвестиции» от 26 мая 2017 года только 2% россиян считают, что прекрасно разбираются в финансах, при этом 20% оценивают уровень своих знаний и навыков как нулевой и еще 46% считают их неудовлетворительными.

Исходя из данных, размещенных на сайте Банка России уровень финансовой грамотности населения и уровень финансовой грамотности предпринимателей, функционирующих в финансовой сфере, находится на одинаковом, достаточно среднем уровне.

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что уровень финансовой грамотности населения Российской Федерации достаточно мал, чтобы осуществлять рискованные инвестиции с высоким уровнем доходности.

Список литературы:

1. Как образование превращает сбережения в инвестиции. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/newspaper/2017/05/29/59282ee69a7947f58fea5453>
2. Федеральная служба государственной статистики: <http://www.gks.ru>
3. Центральный Банк Российской Федерации. Режим доступа: <https://www.cbr.ru/StaticHtml/File/44169/3.pdf>

ОСОБЕННОСТИ ОТРАЖЕНИЯ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ ОРГАНИЗАЦИЯМИ СТРАХОВАНИЯ В СООТВЕТСТВИИ С МСФО (НА ПРИМЕРЕ БЕЛОРУССКОГО РЕСПУБЛИКАНСКОГО УНИТАРНОГО СТРАХОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ «БЕЛГОССТРАХ» (БЕЛГОССТРАХ))

Баранова Юлия Романовна

студентка Гродненского государственного университета имени Янки Купалы

научный руководитель: Авдейчик Ольга Васильевна

кандидат экономических наук, старший преподаватель

Гродненский государственный университет имени Янки Купалы

В общем смысле, Международные стандарты финансовой отчётности (МСФО) представляют собой набор документов (стандартов и интерпретаций), регламентирующих принципы составления финансовой отчётности, необходимой внешним пользователям с целью принятия ими экономических решений в отношении предприятия.

Информация о денежных потоках дает пользователям финансовой отчетности основу для оценки способности организации генерировать денежные средства и эквиваленты денежных средств, а также ее потребностей в использовании этих денежных потоков. МСФО (IAS) 7 устанавливает требования в отношении представления и раскрытия информации о денежных потоках [2].

Отчет о движении денежных средств должен отражать потоки денежных средств и их эквивалентов за отчетный период с подразделениями и группировкой потоков от операционной, инвестиционной и финансовой деятельности.

Операционная деятельность – основная приносящая доход деятельность организации и прочая деятельность, отличная от инвестиционной или финансовой деятельности.

В страховых компаниях к операционной деятельности относится страховая деятельность, включающая в себя ежедневную деятельность компании, ко-

торая создает доходы за счет предоставления страховых услуг.

Движение денежных средств от страховой деятельности за 2015, 2016 и 2017 годы Белгосстрах представлены в таблице 1.

Таблица 1

**Движение денежных средств от страховой деятельности
за 2015, 2016 и 2017 годы (тыс. руб.)**

	2015	2016	2017
Движение денежных средств от страховой деятельности			
Чистая прибыль за год	106 497	92 784	55 370
Корректировки на:			
Доля в прибыли ассоциированных компаний	(25)	(22)	(47)
Инвестиционные доходы	(125 932)	(131 475)	(89 088)
Убыток/ (прибыль) от выбытия основных средств, инвестиционной недвижимости, НМА	306	126	(56)
Процентные расходы	40 751	31 150	15 482
Убыток от обесценения торговой и прочей дебиторской задолженности	(574)	269	4 543
Амортизация основных средств, нематериальных активов, инвестиционной собственности	2 581	3 155	5 124
Прочие корректировки на немонетарные операции	40	-	(39)
Убыток / прибыль по курсовым, относящийся к внеоперационной деятельности	(2 275)	(2 259)	(13 977)
Денежные средства от страховой деятельности до изменений в операционных активах и обязательствах	33 323	5 634	(22 688)
Изменения в операционных активах и обязательствах			
Изменения отложенных аквизиционных расходов	(1 512)	(1 654)	(735)
Изменение запасов	(414)	(270)	192
Изменение доли перестраховщиков в технических резервах убытков	1 599	204	(508)
Изменения доли перестраховщиков в РНП	(4 907)	(1 849)	(11 386)
Изменение дебиторской задолженности по операциям страхования, состр., перестр.	(2 289)	(40 710)	(20 151)
Изменение предоплат	(2 395)	(467)	(19 322)
Изменение резерва незаработанной премии	35 476	44 828	21 635
Изменение технических резервов убытков	25 632	6 944	57 696
Изменение резерва по страхованию жизни	21 320	24 432	26 327
Чистое изменение обязательств по инвестиционным договорам	23 974	23 401	30 907
Изменение прочих активов	(4)	(15)	24
Изменение прочих обязательств	(21 282)	2 656	3 065
Изменение кредиторской задолженности по операциям страхования, сострахования, перестрахования	9 634	4 094	22 704
Потоки денежных средств до уплаты налогов на прибыль и процентов	118 154	67 227	87 762
Налог на прибыль уплаченный / зачтенный	(8 704)	121	(8 558)
Чистые денежные средства, полученные от операционной деятельности	109 450	67 348	79 204

Источник: собственная разработка автора на основании [1]

В 2015 году Белгосстрах получило чистую прибыль в размере 106 497 тысяч рублей, при этом остаток денежных средств на счетах увеличился на 2 953 тысяч рублей, что свидетельствует о повышении эффективности использования денежных средств в организации. В 2017 году наблюдается похожая ситуация – увеличения остатка денежных средств на 23 834 тысяч рублей, где компания получила чистую прибыль в размере 79 204 тысяч рублей. В первую очередь увеличение положительного денежного потока в 2015 году было связано с ростом сумм резерва незаработанной премии на 35 476 тысяч рублей, а также ростом технических резервов убытков на 25 632 тысяч рублей. В 2017 году увеличение денежного потока было сопряжено с ростом чистого изменения обязательств по инвестиционным договорам на 30 907 тысяч рублей, а также ростом технических резервов убытков на 57 696 тысяч рублей.

Существенное отрицательное влияние на денежный поток в 2015 году оказало изменение доли перестраховщиков в РНП (отток на 4 907 тысяч рублей), а также изменение предоплат (отток на 2 395 тысяч рублей). В 2017 году значительное негативное воздействие оказало изменение дебиторской задолженности по операциям страхования, сострахования, перестрахования (отток на 20 151 тысяч рублей), а также изменение предоплат (отток на 19 322 тысяч рублей).

В 2016 году произошла обратная ситуация. Чистая прибыль в размере 92 784 тысяч рублей превысила поток денежных средств на 25 436 тысяч рублей, вследствие отрицательного влияния на денежный поток дебиторской задолженности по операциям страхования, сострахования, перестрахования (отток на 40 710 тысяч рублей), а также снижения технических резервов убытков в 3,69 раза по сравнению с 2015 годом. Данная ситуация свидетельствует о снижении эффективности использования денежных средств.

Согласно МСФО 7 под инвестиционной деятельностью понимается приобретение и выбытие долгосрочных активов и других инвестиций, не относящихся к эквивалентам денежных средств.

Движение денежных средств от инвестиционной деятельности за 2015,

2016 и 2017 годы Белгосстрах представлены в таблице 2.

Таблица 2

**Движение денежных средств от инвестиционной деятельности
за 2015, 2016 и 2017 годы**

	2015	2016	2017
Проценты полученные	135 375	103 054	67 325
Дивиденды полученные	3 556	731	(11)
(Размещение)/ погашение банковских депозитов, нетто	(67 331)	70 343	(93 402)
Приобретение основных средств, инвестиционной недвижимости и нематериальных активов	(13 715)	(11 470)	(9 508)
Выдача займов	(100)	(100)	-
Чистые денежные средства, (использованные в)/ полученные от инвестиционной деятельности	(65 535)	84 728	(251 320)

Источник: собственная разработка автора на основании [1]

Из таблицы 2 видно, что в 2015 и 2017 годах происходит использование денежных средств в инвестиционную деятельность на сумму 65 535 и 251 320 тысяч рублей соответственно. Однако в 2016 году наблюдается обратная ситуация – получение денежных средств от инвестиционной деятельности на сумму 84 728 тысяч рублей.

Отрицательный поток по инвестиционной деятельности вовсе не говорит о плохой деятельности страховой организации. Скорее наоборот, это свидетельствует о намерениях компании развиваться.

В соответствии с МСФО 7 под финансовой деятельностью понимают деятельность, которая приводит к изменениям в размере и составе внесенного капитала и заемных средств организации.

Таблица 3

**Движение денежных средств от финансовой деятельности
за 2015, 2016 и 2017 годы**

	2015	2016	2017
Дивиденды уплаченные	(19 996)	(15 638)	(15 559)
Чистые денежные средства, использованные в финансовой деятельности	(19 996)	(15 638)	(15 559)
Эффект от изменения валютных курсов на денежные средства и их эквиваленты	2 275	2 259	60
Чистое увеличение денежных средств и их эквивалентов	26 194	138 697	(187 614)
Денежные средства и их эквиваленты на начало года	234 493	260 687	399 384
Денежные средства и их эквиваленты на конец года	260 687	399 384	211 770

Источник: собственная разработка автора на основании [1]

Движение денежных средств от финансовой деятельности за 2015, 2016 и 2017 годы Белгосстрах представлены в табл. 3. Как видно из таблицы, чистое увеличение денежных средств и их эквивалентов изменялось на протяжении трех лет. Так, в 2015 году чистое увеличение денежных средств и их эквивалентов составило 26 194. В 2016 наблюдается прирост данного показателя на 429,5% (112 503 тысяч рублей). В 2017 году произошло снижение денежных средств и их эквивалентов на сумму 187 614 тысяч рублей.

Из отчета о движении денежных средств, представленного в таблицах 1, 2 и 3, видно, страховая компания Белгосстрах предоставляет денежные потоки, составленные косвенным методом. Косвенный метод является предпочтительней с аналитической точки зрения, так как, применяя его можно с большей достоверностью определить взаимосвязь полученной прибыли с изменением величины денежных средств. Данным методом расчет денежных средств ведется от показателя чистой прибыли с необходимыми его корректировками в статьях, не отражающих движение реальных денег по соответствующим счетам.

Помимо простоты расчетов, основным преимуществом использования косвенного метода в оперативном управлении является то, что он позволяет установить соответствие между финансовым результатом и изменениями в оборотном капитале, задействованном в основной деятельности, позволяет выявить проблемные места в деятельности организации, причины нехватки денежных средств, а также показывает источники формирования прибыли компании и направления вложения «живых» денежных средств.

К минусам косвенного метода можно отнести высокую трудоемкость процесса составления бюджета, а также специфическую форму представления информации, не всегда понятная для нефинансиста [3].

В целом, отчетность о движении денежных средств Белгосстрах составлена таким образом, что в ней недостаточно полно отражаются сегментированные взаимосвязи финансовых потоков и отдельных специфических вопросов в области денег и их эквивалентов. Более детальная разбивка граф инвестиционной и финансовой деятельности поможет пользователям финансовой отчетно-

сти лучше представить бизнес компании и понять внутренние взаимосвязи между денежными средствами и финансовым положением компании в целом, а инвесторам – оценить инвестиционную привлекательность и прибыльность компании.

Также, для полноты оценки инвесторами движения денежных средств, а именно объема поступающих и объема направляемых денежных средств, Белгосстраху целесообразно формировать отчет в разрезе добровольного и обязательного страхования, а также страхования жизни и страхования, не относящихся к страхованию жизни. Это даст четкое представление о непосредственной страховой деятельности организации, кроме того поможет оценить более прибыльные и менее рискованные способы увеличения чистой прибыли страховой организации.

Список литературы:

1. Консолидированная финансовая отчетность за год, составленная в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности / Белорусское республиканское унитарное страховое предприятие "Белгосстрах" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by>
2. О введении в действие на территории Республики Беларусь Международных стандартов финансовой отчетности и их Разъяснений, принимаемых Фондом Международных стандартов финансовой отчетности: постановление Совета Министров РБ от 19.08.2016 № 657/20 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь: <http://pravo.by>
3. МСФО (IAS) 7: Отчет о движении денежных средств/ Финансист [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.1cashflow.ru>
4. Палий В.Ф. Международные стандарты учета и финансовой отчетности: учебник / В.Ф. Палий. – М.: ИНФРА-М, 2008.

ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ КОМПАНИЙ-РАБОТОДАТЕЛЕЙ

Бармин Роман Александрович

*студент Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова
научный руководитель: Бармина Элеана Эмильевна*

кандидат медицинских наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

В современном мире, в значительной мере коммуникации осуществляются в информационном пространстве. Например, появление социальных сетей и

мессенджеров изменило формы взаимодействия людей. И, в первую очередь, людей юных, активных, обладающих совершенно новыми компетенциями и умениями, тех, кто сейчас выходит на рынок труда и будет определять развитие экономики, науки, производства и будущее страны в целом, и спрос на специалистов.

С другой стороны, восприятие молодых людей также меняется, так как целое поколение «выросло» в он-лайн среде. Поэтому данная работа посвящена анализу возможностей использования инструментов социальных сетей для представления компаний-работодателей и повышения их привлекательности для будущих молодых специалистов, потенциальных сотрудников.

По данным исследования компании «Mediascope», социальная сеть «ВКонтакте» охватывает 93 % населения страны в возрасте 14–25 лет. Согласно другому исследованию, 74 % молодёжи проводит в социальных сетях несколько часов в день, 60% владельцев смартфонов, а это около 50–60 млн. человек в России, пользуются мессенджерами [1].

Согласно исследованию «ВКонтакте» 2017 года, для 64% процентов молодых людей VK – главный источник информации [1]. Они буквально не покидают пределов социальной сети при поиске информации, и ежегодно это число будет только расти. Это не может не натолкнуть на мысль о том, что через социальные сети молодые люди не только готовы осуществлять сбор информации по поиску работы, но и откликаться на вакансии.

Привлекательность компаний, в отношении которых проводилось данной исследование, была определена по данным «Рейтинга лучших работодателей», проведенном компанией FutureToday, в наблюдательный совет которой входят самые крупные компании России, за 2017 год [3].

Для исследования численности аудитории, являющейся подписчиками страниц компаний–работодателей, в данной работе были использованы открытые источники социальной сети «ВКонтакте» по состоянию на 1 февраля 2018 года.

Необходимо отметить, что сообщества в социальной сети «ВКонтакте»

можно условно разделить на «Продуктовые» и «Карьерные». Так, «Продуктовое» сообщество предполагает информацию о развитии бренда, и стремится сделать акцент на потребительских свойствах и особенностях бренда, имеет цель продемонстрировать полезность для потребителя.

«Карьерные» сообщества предлагают информацию о возможности молодым специалистам стать частью успешной компании или же начать взаимодействие с компанией. Информация может быть не обязательно только о вакансиях на работу. Например, в эту группы можно отнести предложения компании «Яндекс» по образовательным проектам для молодёжи, которые могут заинтересовать активную её часть, или предложения компании «Microsoft», направленные на обучение навыкам и областям знаний, необходимым в работе.

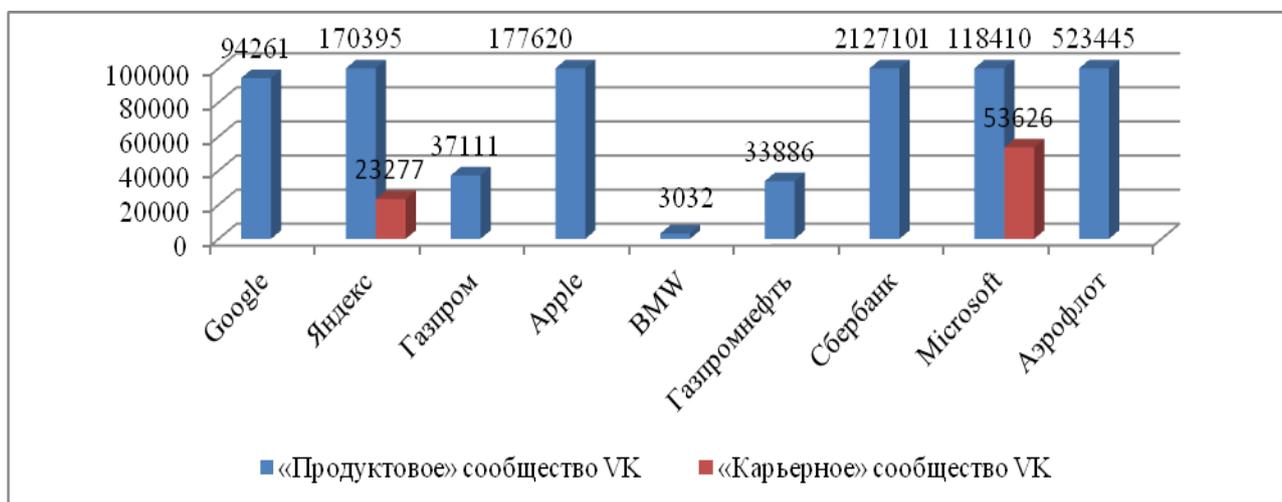


Рис. 1. Сравнительная характеристика аудитории (численности подписчиков) «Продуктовых» и «Карьерных» сообществ «ВКонтакте» наиболее привлекательных работодателей по данным на 01.02.2018

По результатам изучения численности подписчиков сайтов «Продуктовых» и «Карьерных» сообществ было выявлено, что максимальное количество подписчиков все-таки у «Продуктовых» обществ, что объясняется их более широкой целевой аудиторией и более общим портретом покупателя (рис. 1). Лидируют такие гиганты, как, «Аэрофлот», «Сбербанк», «Apple», «Google», что вполне закономерно ввиду большой популярности данных компаний на российском рынке. Данные компании активно используют современные средства коммуникации со своими потенциальными клиентами и делают это довольно успешно, опираясь на данные числа подписчиков «продуктовых» сообществ,

среднему охвату записи в сети «ВКонтакте» и т.д. Однако, здесь мы можем заметить, что для российского сегмента бизнеса «карьерные» сообщества для молодых специалистов – достаточно новый, едва ли опробованный инструмент. К его использованию прибегают только инновационные ИТ-компании, такие как, «Яндекс» или «Microsoft».

На рис. 2 представлены данные о численности целевой аудитории подписчиков 10 лучших работодателей. Было выявлено, что среди компаний, представленных в сети «ВКонтакте», 7 работодателей активно продвигают в социальных сетях сообщества, посвященные развитию профессиональных возможностей для молодых специалистов. Остальные 3 компании не представлены в социальной сети «ВКонтакте» ввиду своей специфики – юридические компании не нуждаются в особом представлении в социальных сетях, т.к. аудитория потенциальных сотрудников ограничена выпускниками только юридических направлений подготовки.

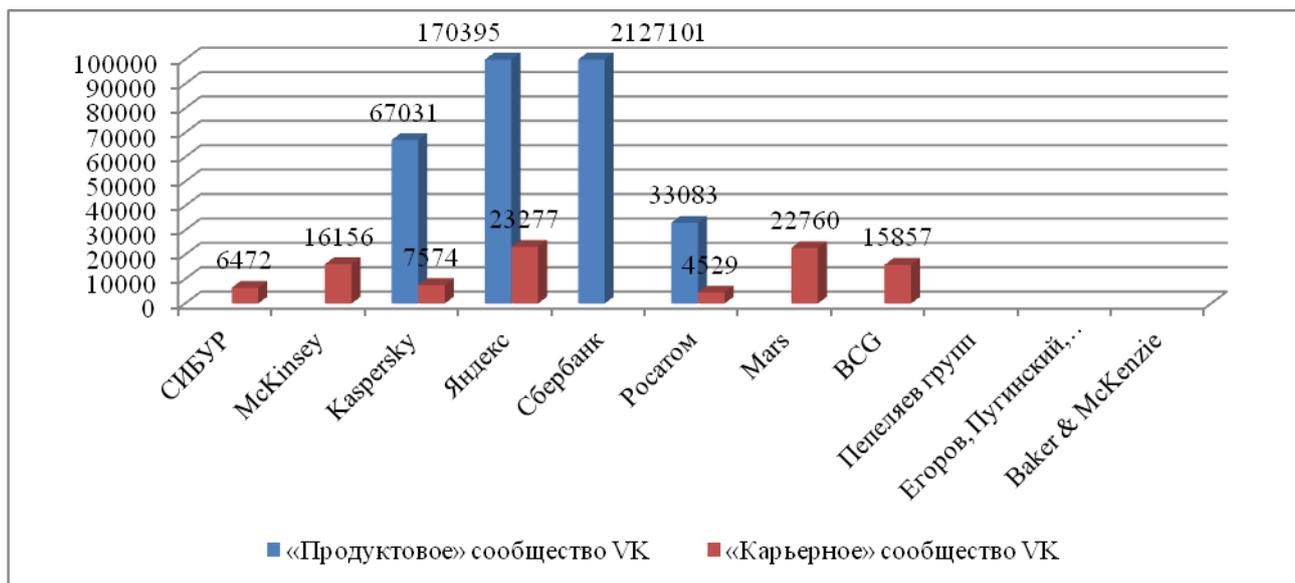


Рис. 2. Сравнительная характеристика численности подписчиков «Продуктовых» и «Карьерных» сообществ социальной сети «ВКонтакте», наиболее привлекательных работодателей по данным на 01.02.2018

В данном сегменте наиболее активными «Карьерными» группами в социальной сети «ВКонтакте» лидером стали компании-работодатели «Mars» и «Яндекс». Таким образом, 7 из 10 самых привлекательных работодателей в своих целевых аудиториях года активно взаимодействуют с молодёжной аудиторией, используя потенциал «Карьерных» сообществ в сети «ВКонтакте»: сре-

ди них такие компании, как «Яндекс», «СИБУР», «РосАтом», «Kaspersky», «McKinsey», «Mars», «BCG» и другие.

Изучая более детально различные сегменты российского бизнеса, например, сегмент страхового бизнеса, можно увидеть, что в сегменте страховых компаний ни одна компания не имеет ресурса, ориентированного на молодых людей. Однако, присутствие компании в социальных сетях не только как «держателя» собственных товаров и услуг, но и как потенциального работодателя, активно влияет на осведомлённость молодых специалистов о компании. При отсутствии представленности в социальных сетях «достичь» данного сегмента сегодня сложно. На рисунке 3 представлена количественная характеристика численности аудитории в данном сегменте рынка, где видно, что «Карьерные» сообщества отсутствуют. А численность аудитории «Продуктовых» сообществ значительно ниже, чем в других сегментах рынка.

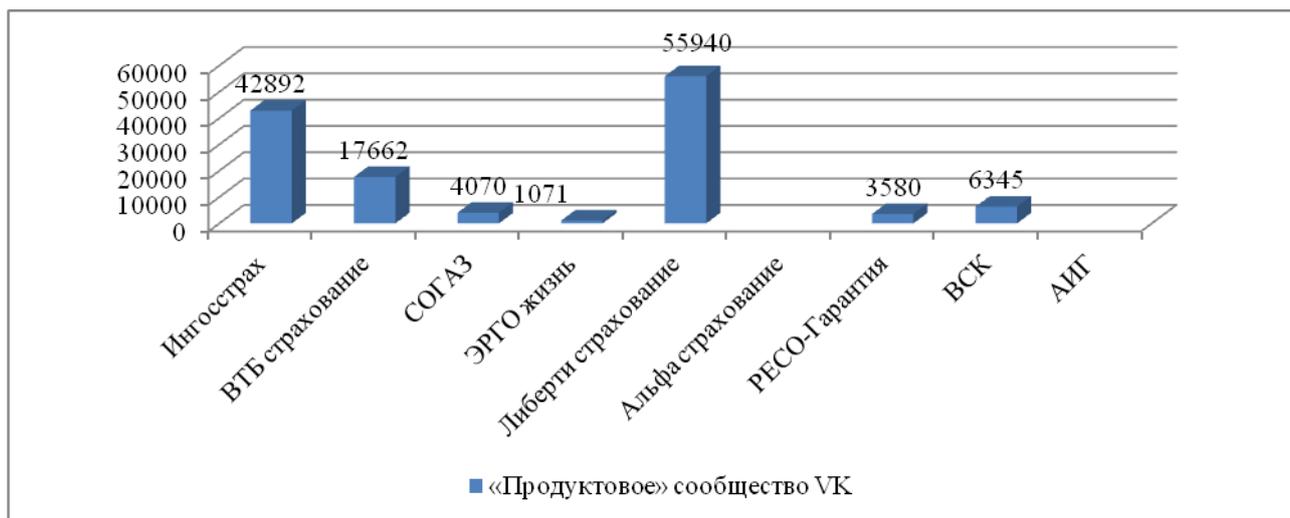


Рис. 3. Сравнительная характеристика аудитории (численности подписчиков) «продуктовых» сообществ «ВКонтакте» наиболее привлекательных компаний в сегменте страхования по данным на 01.02.2018

Особым примером являются консалтинговые компании, чьи ресурсы в социальных сетях, в первую очередь, ориентированы на вовлечение студентов и недавних выпускников вузов. Популярность консалтинга, как дальнейшего карьерного пути, и осведомлённость студентов о работе в компаниях «большой тройки» и «большой четвёрки» крайне высока, еще в 2015 году консалтинговые компании в рейтинге популярности потеснили нефтегазовые компании, традиционных лидеров рейтинга работодателей [4].

Таким образом, использование инструментов продвижения компаний - работодателей в социальных сетях, таких как «Карьерные» сообщества, позволяет работодателям рассказать о себе молодым специалистам, в том числе тех, кто не входит в целевую аудиторию продуктов компании. Также привлечь наиболее талантливых и амбициозных студентов и недавних выпускников к работе над проектами компании и сформировать лояльность у молодёжи, что в дальнейшем, позволит компании расширить своё присутствие и в «Продуктовом» сегменте.

Список литературы:

1. Маклюэн Г.М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. - Перевод с английского: В. Г. Николаев. - М., 2003. // Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/3528>
2. Сайт социальной сети «ВКонтакте» для Бизнеса» [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://vk.com/wall-19542789_54106
3. Каминский Д., Сафронов И. «Рейтинг лучших работодателей FutureToday 2017» [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://fut.ru/media/company_uploads/2127/rating2017.pdf
4. Сайт компании «Changellenge» [Электронный ресурс] -Режим доступа: http://changellenge.com/com_rating/

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ МОЛЕКУЛЯРНОЙ КУХНИ В ПЕРМСКОМ КРАЕ

Барсукова Дарья Дмитриевна
студентка Пермского торгово-технологического колледжа
научный руководитель: Степанькова Ольга Александровна
мастер производственного обучения
Пермского торгово-технологического колледжа

Термин «молекулярная кухня» сегодня у всех на слуху. Мало кто пробовал подобные блюда, но отношение к такой кухне у всех кардинально противоположное: ее или хвалят, или ругают. На первый взгляд, а тем более на слух ассоциации возникают неприятные. Молекулярная физика, молекулярная химия. Что-то такое противоестественное, искусственное и, может быть, даже не слишком съедобное? В памяти всплывают в худшем случае фантастические книги и фильмы, в которых описано безрадостное будущее, в котором нормальную еду заменили химическими суррогатами, а в лучшем случае завтраки

космонавтов в тюбиках. Цель креативных творцов молекулярной кухни - удивить потребителя, заставить его чувства работать интереснее, подарить удовольствие больше обычного. Повар – молекулярщик не скрывает что намерен вас впечатлить: «Еда – это не то, что вы думали. Еда – это то, о чем вы могли бы подумать, если бы отпустили на волю свою фантазию».

В России данное направление не пользуется таким ошеломительным успехом, как, скажем, в Европе уже давно используется как элементы традиционной кулинарии, как элементы именно высокой кухни. В России, конечно, такого нет. Большинство именно молекулярных ресторанов находятся в Санкт-Петербурге и в Москве. А дальше уже как частные случаи встречаются рестораны. Если брать Пермский край, у нас тоже имеется несколько заведений, которые используют некие элементы. Это рестораны «Винный ресторан «La Bottega», «Суши лайф», «Кама», «Гастропорт», «Mishka Food», «Танцевальный ресторан «Costa Rica», «Ле Марш». Блюда, элементы молекулярной кухни, приготовленные шеф-поварами, можно встретить на мастер-классах Кулинарной школы «Pro100вксуно», фестивалях кулинарного мастерства. Но, конечно, это больше частности, чем общие закономерности. Данное направление нуждается в популяризации, чтобы люди понимали, что это такое и в чем же преимущество данного кулинарного направления.

Есть несколько причин, по которым молекулярная кухня недостаточно развивается в Пермском крае, перечислим некоторые из них.

Первая причина, которая связана с экономической обстановкой в стране, это в большинстве ресторанов шеф-повара заламывают очень сильно высокую цену. Поэтому люди считают, что это что-то такое космическое и недостижимое. Но на самом деле у каждого человека должна быть такая возможность, чтобы попробовать и узнать, что наша обычная кухня может быть такой необычной, расширить научные познания людей и кулинарные способности также усовершенствовать. Вот в этом я вижу основную проблему на данный момент.

Разбираются в молекулярной кухне немногие, а неподготовленные, попав в молекулярный ресторан, нередко оказываются разочарованы. Здесь непри-

вычно выглядит и сама еда, и то, как ее подают, и порядок блюд (сету из 15 или даже 30 позиций). В результате гости часто не понимают, что сделали с их едой, а главное - зачем. Молекулярная готовка - это дорогое удовольствие, и глупо тратить деньги вслепую.

Вторая причина заключается в том, что если прочитать рецепт какого-нибудь блюда из молекулярной кухни, то у нас сразу же пропадет аппетит и желание все это кушать. Ксантановая камедь, альгинат натрия, хлористый кальций... Ну что? Вы еще хотите это попробовать? Но охотников отведать эти блюда немало. Многими движет любопытство. А вот можно ли такими блюдами питаться каждый день? Финансовую сторону оставим на потом. У многих физические и химические процессы, которые применяются в молекулярной кухне, ассоциируются с модифицированной и нездоровой пищей, т.е. вредна для здоровья.

Третья причина - безусловно, как и все новое, инновационные технологии кулинарии не сразу примет простой народ, который не понимает суть этих изысков французской кухни. Однако интерес в большинстве случаев берет верх и люди идут пробовать, какую же новинку предлагают местные рестораны. Нельзя сказать, что такая кухня приходится сразу всем по вкусу. Конечно, не каждый и осмелится попробовать химическую пену на своей тарелке в виде икры или что-то похожее на яичницу с фруктовым ароматом.

Сегодня молекулярная кухня все еще находится на стадии экспериментов, так как полностью процесс приготовления различных блюд на основе микробиологии еще не раскрыт, а фантазия гастрономических гениев не знает границ.

Создатели молекулярной кухни считают ее кухней будущего. И все же шансы на то, что она станет обыденностью – по крайней мере, в обозримой перспективе - невелики. В широкие массы молекулярная гастрономия, скорее всего, не пойдет хотя бы потому, что самостоятельное приготовление блюд может оказаться слишком хлопотным.

Как показывает практика, молекулярная кухня едва ли может быть в скором времени заменить классическую кухню, и заменить вообще когда-либо.

«Молекулярной кухней» называют модную тенденцию в кулинарии, обозначающую различные блюда с необычными свойствами и сочетаниями компонентов. А жители нашего региона не гонятся за модой, и по сути своей являются консерваторами. Они привыкли к традиционной кухне, и не стремятся получать новые ощущения. Поэтому, если кто-то рискнёт открыть в Перми, и тем более других городах края, ресторан молекулярной кухни, то его вряд ли ждёт большой успех. В основном, уровень дохода жителей Пермского края средний или ниже среднего, поэтому они не будут тратить свои деньги на что-то неизвестное и диковинное.

Не смотря на перечисленные проблемы, нашей задачей является — использование новых направлений в кулинарии, использование современных инновационных технологий, применение их на предприятиях общественного питания Пермского края.

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОТЧЕТА О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ В СООТВЕТСТВИИ С МЕЖДУНАРОДНЫМИ СТАНДАРТАМИ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Барташевич Антон Сергеевич

*студент Белорусского торгово-экономического университета
потребительской кооперации*

*научный руководитель: **Затолгутская Наталья Николаевна**
кандидат экономических наук, доцент*

*Белорусского торгово-экономического университета
потребительской кооперации*

Национальный стандарт бухгалтерского учета и отчетности «Индивидуальная бухгалтерская отчетность», утвержденный постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 12.12.2016 №104 определяет правила раскрытия информации в индивидуальной бухгалтерской отчетности, составляемой организациями.

Универсальной формой индивидуальной бухгалтерской отчетности о доходах и расходах организации по видам деятельности является «Отчет о прибылях и убытках». Заполняется отчет о прибылях и убытках на основании данных бухгалтерского учета о доходах и расходах: учетных регистров (машино-

грамм) синтетического и аналитического учета, Главной книги по счетам 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности», 91 «Прочие доходы и расходы», 99 «Прибыли и убытки», 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)».

Значимость отчета о прибылях и убытках в системе управления состоит в представлении широкому кругу пользователей информации о финансовом положении, результатах деятельности организации. Кроме того, данная информация отчета может быть использована для оценки эффективности, прогнозирования и анализа результатов деятельности организации с целью принятия обоснованных управленческих решений.

В отчете о прибылях и убытках находят отражение многие показатели о доходах и расходах, такие как: выручка от реализации товаров (продукции, работ, услуг) без налога на добавленную стоимость; себестоимость реализованных товаров (продукции, работ, услуг); управленческие расходы; расходы на реализацию; валовая прибыль; прибыль (убыток) от реализации товаров (продукции, работ, услуг); прочие доходы и расходы по текущей деятельности; доходы и расходы по финансовой и инвестиционной деятельности; прибыль (убыток) до налогообложения; налог на прибыль; чистая прибыль (убыток) и др.

Отчет о прибылях и убытках белорусских организаций по своему содержанию строится по аналитическому принципу с разделением на несколько информационных зон, которые позволяют определить финансовые результаты от реализации товаров (продукции, работ, услуг), инвестиционной и финансовой деятельности.

Несмотря на то, что утвержденная Национальным стандартом бухгалтерского учета и отчетности № 104 форма отчета о прибылях и убытках приближена к международным стандартам финансовой отчетности и данные отчета являются составной частью в системе показателей финансовой отчетности, по-прежнему имеется ряд нерешенных вопросов, таких как раскрытие в ней расходов в разрезе классификационных признаков.

В зарубежной практике в соответствии с МСФО (IAS)-1 «Представление финансовой отчетности» финансовая отчетность представляет собой структурированное отображение финансового положения и финансовых результатов деятельности предприятия. Финансовая отчетность также показывает результаты управления ресурсами и также содержит сведения об активах, обязательствах, капитале, доходах и расходах, взносах и распределении их среди собственников, движении денежных средств.

Эти сведения помогают пользователям финансовой отчетности прогнозировать будущие потоки денежных средств предприятия и, в частности, сроки и вероятность их возникновения.

МСФО (IAS)-1 «Представление финансовой отчетности» ввел понятие совокупной прибыли, как изменения капитала, вызванного выручкой, прочими доходами, расходами и убытками отчетного периода, а также всеми прочими признанными изменениями капитала, не связанными с инвестициями собственников или выплатами им. Непосредственно в отчете о совокупном доходе должны быть представлены как минимум следующие статьи: выручка; себестоимость реализации; валовая прибыль; прочие доходы; коммерческие расходы, административные расходы; прочие расходы; финансовые расходы; доля прибыли ассоциированных компаний и совместных предприятий, определенная на основе долевого метода; прибыль до налогов; убытки за год от прекращенной деятельности; прибыль за год.

Прочий совокупный доход включает в себя позиции прибылей и убытков (включая реклассификации), которые не были признаны в составе прибылей или убытков, как того требуют или допускают другие МСФО.

Компоненты прочего совокупного дохода включают:

- доход от переоценки (см. МСФО (IAS)-16 «Основные средства») и МСФО (IAS)-38 «Нематериальные активы»);
- актуарные прибыли и убытки по пенсионному плану с установленными выплатами, признанные в соответствии с МСФО (IAS)-19 «Вознаграждения работникам»;

- прибыли и убытки, возникающие от консолидации зарубежной деятельности (см. МСФО (IAS)-21 «Влияние изменения валютных курсов»);
- прибыли и убытки, возникающие от переоценки финансовых активов, имеющих в наличии для продажи (см. МСФО (IAS)-39 «Финансовые инструменты»);
- эффективная часть прибылей и убытков по инструментам хеджирования при учете денежных потоков (см. МСФО (IAS)-39).

Предприятие должно раскрывать сумму налога на прибыль в отношении каждого компонента прочего совокупного дохода, включая реклассификационные корректировки, либо в отчете о совокупном доходе, либо в примечаниях

К корректировкам при реклассификации относятся суммы, реклассифицируемые в состав прибыли или убытка в текущем периоде, которые были признаны в составе прочего совокупного дохода в текущем или предыдущем периодах.

Прибыль или убыток рассчитывается как общая сумма дохода за вычетом расходов, за исключением компонентов прочего совокупного дохода.

Общий совокупный доход включает все компоненты «прибыли или убытка» и «прочего совокупного дохода»

В отчете о прибылях и убытках по МСФО (IAS)-1 «Представление финансовой отчетности», в отличие от отечественного отчета, отдельно раскрывается информация о величине существенных статей данного отчета, таких как выбытие инвестиций; выбытие объектов основных средств; прекращение деятельности; расчеты по результатам судебного процесса; создание резервов по реструктуризации деятельности организации (восстановление резервов, из которых покрываются расходы на реструктуризацию и др.

В целях более наглядного представления компонентов финансового результата, которые могут различаться по частоте, доходности, а также по прогнозируемости, расходы разбиваются на подклассы. Аналитическая разбивка их представляется в одной из двух форматов:

1. Первый формат предусматривает разбивку на основе «характера расходов». Расходы в отчете о прибылях и убытках группируются в зависимости от их природы (например, расходы на амортизацию, приобретение материалов, транспортные расходы, вознаграждение работникам за рекламу) без перераспределения в соответствии с их функцией в рамках предприятия. Этот метод прост в применении, поскольку нет необходимости перераспределять расходы на основе их функциональной классификации.

2. Второй формат предусматривает структурирование «по функциональному назначению расходов» или на основе себестоимости продаж. При этом расходы подразделяются на собственно себестоимость, расходы по сбыту (коммерческие) и административные (управленческие). Организация, как минимум, должна раскрыть информацию о себестоимости своих продаж отдельно от других расходов. Данный метод позволяет представить пользователям более обобщенную информацию по сравнению с классификацией расходов по их характеру, однако распределение затрат по их функциям может потребовать произвольного распределения затрат и профессионального суждения.

Оба формата позволяют продемонстрировать те затраты, которые изменяются прямо или косвенно в зависимости от объема продаж (или производства). Наиболее приемлемый формат классификации расходов выбирает руководство организации.

Отчет о прибылях или убытках и прочем совокупном доходе (отчет о совокупном доходе) должен представлять помимо разделов прибыли или убытка и прочего совокупного дохода следующее: прибыль или убыток; итого прочий совокупный доход; совокупный доход за период, отражающий общее значение прибыли или убытка и прочего совокупного дохода.

Отечественные предприятия, представляя отчет о прибылях и убытках, не представляет раздел прибыли или убытка в отчете о формировании совокупного дохода.

Совет по МСФО значительное внимание уделяет профессиональному суждению главного бухгалтера при разработке финансовой отчетности.

Таким образом, международным стандартам финансовой отчетности (IAS)-1 «Представление финансовой отчетности» больше внимания уделяется не формированию отчета о прибылях и убытке так такового, а минимальному перечню статей и показателю совокупного дохода, которые организация должна показать в своей отчетности.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ГИГИЕНИЧЕСКИХ ГУБНЫХ ПОМАД

Басерова Эльвира Муратовна

*студентка Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

*научный руководитель: **Попова Оксана Сергеевна***

*старший преподаватель Донецкого национального университета
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского*

Рынок декоративной косметики на сегодняшний день предлагает огромный выбор помад: разные текстуры, оттенки, насыщенности и пр. Несмотря на то, что гигиеническая помада не оттеняет губ, и ее применение не носит декоративный характер, данное средство пользуется спросом. И она нужна не только женщинами, но и мужчинам и детям, чтобы сохранять нежную и чувствительную кожу губ.

Гигиенические губные помады предотвращают сухость кожи и появление трещин. В их состав входят витамины, питательные, увлажняющие и противовоспалительные вещества. Товаропроизводители выпускают увлажняющие гигиенические помады, питательные, предохраняющие от инфекций, лечебные.

Рынок Донецкого региона отличается высокой долей импортной косметической продукции (99%). Полностью импортируются парфюмерия, декоративная косметика (в т. ч. гигиенические помады), зубная паста.

Качество гигиенических губных помад отражает меру удовлетворенности потребителя продукцией. В ряде случаев для продукции характерны некоторые свойства, которые не соответствуют потребностям или ожиданиям потребителей. Это приводит к необходимости использования потребительской оценки качества.

Целью работы явилось исследование качества гигиенических помад для губ разных фирм-производителей, реализуемых на рынке г. Донецка.

Для проведения потребительской оценки в торговом предприятии г. Донецка были выбраны три образца гигиенических помад для губ: образец № 1 «Биокон «Бриллиантовый блеск», производитель ООО «Медицинское НПО «БИОКОН»; образец № 2 «Oriflame Love Nature Lip Balm «Клубника», производитель «Oriflame Research & Development Limited»; образец № 3 «Farres» с ушками», производитель ООО «Farres cosmetics».

Характеристика исследуемых образцов гигиенических губных помад приведена в табл. 1.

Таблица 1

Характеристика исследуемых образцов

Наименование образца	Описание образца	Цена, руб.
<p>Образец №1 «Биокон «Бриллиантовый блеск»</p> 	<p>Цвет белый с желтоватым оттенком, с глиттером. Приятный ванильный запах. Легко и равномерно наносится на губы. Имеет хорошее питательное и увлажняющее действие.</p>	46,00
<p>Образец № 2 «Oriflame Love Nature Lip Balm «Клубника»</p> 	<p>Цвет розовый, без дополнительных примесей. Ярко выраженный запах клубники. Легко и равномерно наносится. Смягчает губы, однако не оказывает лечебного и увлажняющего действия.</p>	90,00
<p>Образец № 3 «Farres» с ушками»</p> 	<p>Цвет белый, без дополнительных примесей. Имеет запах винограда. Наносится легко, однако не имеет никакого лечебного или смягчающего действия.</p>	32,00

Для того чтобы потребитель мог узнать основную информацию о товаре,

сроках его изготовления и хранения, составе и др., товар подлежит маркировке. Анализ маркировки и упаковки позволяет установить полные сведения о продукции. Маркировку и упаковку оценивали в соответствии с требованиями, изложенными в ГОСТ 31649-2012 «Продукция декоративной косметики на жировосковой основе. Общие технические условия». Результаты представлены в табл. 2.

Таблица 2

Результаты оценки маркировки и упаковки исследуемых образцов

Информационные показатели	Наименование образцов		
	Образец № 1	Образец № 2	Образец № 3
Наименование продукции	Биокон «Бриллиантовый блеск»	Oriflame Love Nature Lip Balm «Клубника»	«Farres» с ушками
Назначение	Увлажнение и защита губ от негативного влияния внешней среды		
Наименование производителя и его место нахождения	+	+	-
Страна происхождения	Украина	Великобритания	-
Адрес принятия претензий от потребителя	+	-	-
Товарный знак изготовителя	+	+	-
Объем, гр.	-	7	2,6
Список ингредиентов	+	-	-
Упаковка	Картонная коробка, пласт- массовый пенал	Пластмассовая баночка	Картонная коробка, пласт- массовый пенал
Условия хранения	-	+	-
Меры предосторожности	-	-	-
Сведения о способе применения	+	-	-
Номер партии, дата производства	-	+	-
Нормативный документ	-	-	-

Примечание: «+» - информация присутствует; «-» - информация не указана.

Установлено, что образцы не имеют полных маркировочных данных, что не соответствует требованиям ГОСТ 31649-2012.

Следующий этап оценки качества был основан на сборе и анализе информации о мнении фактических потребителей. Сбор информации осуществлялся в ходе опроса женщин (жители ДНР в количестве десяти человек возрастом от 19 – 45 лет), пользующихся данными средствами.

По листам-опросам потребителей был рассчитан средний балл по каждо-

му показателю, исследуемых образцов. Однако, целесообразно отметить, что такая оценка является достаточно субъективной (табл. 3).

Таблица 3

Итоговая оценка показателей качества гигиенических помад

Показатели	Оценка, проставленная потребителями, баллы		
	Образец № 1	Образец № 2	Образец № 3
Внешний вид	3,0	4,5	5,0
Цвет	4,2	5,0	3,1
Запах	4,8	5,0	4,0
Кроющая способность	5,0	3,9	3,3
Удобство нанесения	5,0	3,2	4,5
Упаковка	3,0	4,8	5,0
Безопасность	5,0	4,0	3,0
Итого:	30,00	30,40	27,90

Итоговая оценка показателей качества гигиенических помад на рис. 1.

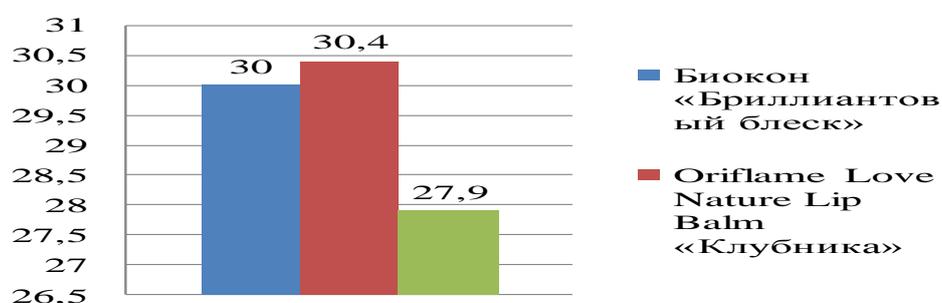


Рис. 1. Оценка показателей качества гигиенических помад

Установлено, что лучшей по исследуемым показателям является помада «Oriflame Love Nature Lip Balm «Клубника». Данная гигиеническая помада имеет самые высокие баллы по эстетическим показателям (внешний вид, цвет, запах) и характеру упаковки.

Второе место занимает «Биокон «Бриллиантовый блеск», которая всего на 0,4 балла уступила образцу № 1 «Oriflame Love Nature Lip Balm «Клубника». Потребители отмечают, что помада обладает хорошей кроющей способностью и удобна при нанесении. Наименьшее количество баллов имеет помада «Farres» (27,90). По мнению большинства потребителей, данный образец менее безопасный, а также не имеет никакого лечебного или смягчающего действия.

Таким образом, результаты потребительской оценки качества показали, что лучшим образцом по исследуемым показателям является помада «Oriflame Love Nature Lip Balm «Клубника».

ИНФРАСТРУКТУРА ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Безенцева Лиана Михайловна

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

научный руководитель: Лунева Марина Наилевна

кандидат экономических наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Современный мир уже очень сложно представить без тех инновационных технологий, которые прочно внедрились в нашу жизнь. Они изменили и коснулись почти всех сфер не только в жизнедеятельности людей, но и оказали влияние на весь мир в целом. Так, стал формироваться следующий этап экономики – появилась цифровая экономика.

Дальнейший прогресс цифровой экономики невозможен без развития ключевых факторов, а именно: инфраструктура, безопасность и прозрачные правила регулирования, которые используются во многих взаимосвязанных отраслях.

Инфраструктура и её стабильная, устойчивая и безопасная работа играет одну из ключевых ролей в этом процессе. В экономико-математическом словаре термин «инфраструктура» определяется как совокупность видов и отраслей длительности, которые обсуживают производство и хозяйство в целом, создающих для них как бы общий фундамент и опору [3]. Общее предназначение отраслей инфраструктуры - упрощать и делать наиболее эффективными потоки товаров и услуг между продавцами и покупателями.

Также как несколько веков назад экономическое развитие региона зависело от дорог, по которым мог проехать гужевой транспорт, а столетие назад – от проложенных железнодорожных путей, так и в настоящее время, коммуникации имеют особую важность. Только при цифровом укладе вместо железных и автомобильных дорог используются каналы распространения информации, информационно-коммуникативные технологии (далее ИКТ). Это в первую очередь надежная работа каналов связи, облачных сервисов и различных вспомогательных систем, которые нужны для бесперебойной работы Платформы цифровой экономики.

Платформа цифровой экономики – это цифровая среда (программноаппаратный комплекс) с набором функций и сервисов, обеспечивающая потребности потребителей и производителей, а также реализующая возможности прямого взаимодействия между ними [1]. В реальном мире можно провести аналогию этой Платформы с классическим рынком, где происходит непосредственное взаимодействие продавцов и покупателей с целью удовлетворения потребностей.

У самой Платформы можно выделить 3 основных элемента, которые могут функционировать как вместе, так и отдельно, к данным экосистемам относят:

- экосистемы потребителя;
- экосистемы производителя;
- экосистемы коммуникативного ядра.

Экосистема потребителя ориентирована на полное удовлетворение всех нужд пользователя платформы, необходимо заинтересовать его удобством и функциональностью. Роль экосистемы предпринимателя, в свою очередь, нацелена на оптимизацию бизнеса, снижая порог вхождения в данную сферу, обеспечение осуществления вспомогательных функций для более комфортного анализа ситуации. Ядро платформы обеспечивает функционал по взаимодействию потребителей и производителей, оно удовлетворяет потребности в инфраструктуре и необходимой технологической основе [1].

Примерами наиболее развитых отдельных экосистем можно назвать такие компании, как Google, Amazon, Facebook и Uber. Так, компания Amazon первоначально существовала как онлайн супермаркет, однако на сегодняшний день стала фокусироваться на предоставлении контента и построила экосистему, которая предоставляет компаниям возможность построения облачной IT-инфраструктуры, содержащей множество сервисов из областей хранения данных, обработки данных, предоставления вычислительных ресурсов, обмена данными и сообщениями и т.д.

Но для стабильной, устойчивой и эффективной работы цифровой реаль-

ности необходимо обеспечить надежный доступ к ней прежде всего в реальном мире. В программе президента В.В. Путина «Цифровая экономика» 2017 года и в «Стратегии развития информационного общества в РФ на 2017–2030 гг.» не в полной мере обращается внимание на сам базис цифровых технологий – ИКТ. А по мнению эксперта Международной академии связи Бориса Ласточкина, нашим государством «не учитывается, что пространственной, коммуникационной и транспортной основой информационно-коммуникационной инфраструктуры, информационного пространства любой страны являются высокоскоростные сети электросвязи последующих поколений (NGN), предоставляющие любому пользователю, в любом месте универсальный широкополосный доступ к неограниченному спектру сервисов и иных благ электросвязи и ИКТ.». Без дальнейшего развития этих сетей представляется невозможным повсеместное распространение информационных технологий, глобального интернета, поскольку интернет можно охарактеризовать как сумму технологий, работающих поверх сети электросвязи.

В представленном в 2017 году плане мероприятий по развитию информационной инфраструктуры в рамках «Цифровой экономики» было поставлено три основных цели.

В первую очередь, должны быть удовлетворены потребности экономики по сбору и передаче необходимых данных граждан, бизнеса и власти с учетом технических требований, предъявляемых цифровыми технологиями. Следующая цель заключается в возможности инфраструктуры хранения и обработки данных обеспечивать предоставление гражданам, бизнесу и власти доступных, стабильных, безопасных и экономически эффективных услуг, в том числе позволять экспортировать услуги по хранению и обработке данных. И третья цель – это разработка и функционирование цифровых платформ работы с данными для обеспечения потребностей граждан, бизнеса и власти.

В данный момент заместитель министра связи Алексей Козырев сообщил о планах реализации только третьей цели – создание, развитие государственных цифровых платформ. Но было бы целесообразней первоначально обеспечить

население России, а также различные образовательные, медицинские и т.п. учреждения, широкополосным доступом (ШПД) к сети «Интернет». Этот момент указан в программе «Цифровой экономики» и входит в 17 основных задач, которые должны быть выполнены до 2020 года.

Так, к 2024 году уже больше 90% домохозяйств, образовательные учреждения, а также органы государственной власти и местного самоуправления должны быть оснащены широкополосным доступом в интернет на скорости не менее 100 Мбит/с. Что касается государственных медицинских учреждений, то они должны быть обеспечены ШПД уже в 2018 году. Все объекты транспортной инфраструктуры должны быть обеспечены устойчивым покрытием сетями связи с возможностью беспроводной передачи данных. При этом, в 2018 году их доля уже должна быть на уровне 96,5%.

В таблице 1 проведен анализ развития ключевых показателей ИКТ-инфраструктуры за 2016-2017 гг.

Таблица 1

Анализ показателей ИКТ-инфраструктуры [2]

Наименование показателя	Единица измерения	2016 г.	2017 г.	Абсолютное отклонение	Относительное отклонение
ИКТ – инфраструктура					
Фиксированная телефонная связь					
Телефонная плотность фиксированной связи (включая таксофоны) на 100 чел. нас.	единиц	23,3	22,2	-1,1	95,28
Подвижная сотовая связь					
Проникновение подвижной радиотелефонной (сотовой) связи на 100 чел. нас.	единиц	197,8	200,3	2,5	101,26
Телевидение и радиовещание					
Доля населения, имеющего возможность принимать 1 программу наземного эфирного аналогового телевидения, в общей числ. нас.	процент	97,6	97,8	0,2	100,20
Персональные компьютеры и доступ в Интернет					
Число абонентов фиксированного широкополосного доступа в Интернет на 100 чел. нас.	абонент	18,6	21,0	2,4	112,90
Число абонентов мобильного широкополосного доступа в Интернет на 100 чел. нас.	абонент	71,1	79,9	8,8	112,38

Из таблицы видно, что в целом развитие ИКТ-инфраструктура имеет положительную динамику, но небольшой прирост. Фиксированная телефонная связь сейчас теряет свою актуальность, что подтверждает снижение телефонной плотности на 1,1 единиц или на 5,7%. Наибольший прирост является среди числа абонентов фиксированного ШПД в Интернет: на 100 человек населения приходится 2,4 абонента (12,9%), и среди числа абонентов мобильного ШПД – на 8,8 абонентов (12,4%).

Анализ использования ИКТ для развития в разных секторах деятельности приведен в табл. 2.

Таблица 2

Использование информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) для развития [2]

Наименование показателя	Единица измерения	2016 г.	2017 г.	Абсолютное отклонение	Относительное отклонение
Электронное правительство					
Готовность органов государственной власти (ОГВ) и местного самоуправления (ОМС) к использованию ИКТ для осуществления управленческих функций и предоставления гос. услуг					
Доля ОГВ и ОМС, использовавших Интернет, в общем числе обследованных организаций ОГВ и ОМС	процент	95,5	94,8	-0,7	99,27
Электронное образование					
Готовность учреждений образования к развитию на основе ИКТ					
Число персональных компьютеров, используемых в учебных целях, на 100 обучающихся гос. и мун. общеобразовательных учреждений	штук	14	14	0	100,00
Электронное здравоохранение					
Готовность учреждений здравоохранения к развитию на основе ИКТ					
Доля учреждений здравоохранения, использовавших Интернет, в общем числе учреждений здравоохранения	процент	97,0	96,0	-1	98,97
Число персональных компьютеров в расчете на 100 работников в учреждениях здравоохранения	штук	31	33	2	106,45

По результатам анализа можно сделать вывод, что правительство и здравоохранение почти на 100% готово к дальнейшему развитию на основе использования ИКТ, что означает достаточную оснащенность необходимыми технологиями. Однако у них наблюдается отрицательная динамика – почти все показате-

тели уменьшились примерно на 1%.

Таким образом, создание развитой и надежной инфраструктуры обеспечит успешное внедрение информационных технологий и развитие цифровой экономики.

Список литературы:

1. Введение в «Цифровую» экономику/ А.В. Кешелава В.Г. Буданов, В.Ю. Румянцев и др.; под общ. ред. А.В. Кешелава; гл. «цифр.» конс. И.А. Зимненко. – ВНИИГеосистем, 2017.
2. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science_and_innovations/it_technology/
3. Лопатников Л.И. Экономико-математический словарь: Словарь современной экономической науки. – 5-е издание, переработанное и дополненное.- М.: Дело, 2003.

КОМПЬЮТЕРНОЕ ЗРЕНИЕ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

Бельбас Анна Викторовна

студентка Финансово-экономического колледжа

научный руководитель: Ракитина Марина Геннадьевна

преподаватель Финансово-экономического колледжа

Цель исследования: раскрыть преимущества инновационного оборудования.

Задачи исследования: раскрыть понятие инновации в торговле, преимущества компьютерного зрения по сравнению с возможностями человека.

Метод: анализ вторичных маркетинговых данных на основе анализов в торговле.

Инновация - это комплексный процесс создания, распространения и использования нового практического средства для лучшего удовлетворения известной потребности людей [2].

В современных условиях хозяйствования предприятия просто обязаны быстро адаптироваться ко всем происходящим изменениям и использовать последние научные и технические новинки в целях реализации своих конкурентных преимуществ и дальнейшего развития.

Проблемы, встречающиеся в торговле:

- обеспечение контроля над наличием товара и правильностью его выкладки;
- контроль за количеством посетителей магазина и избежание длительных очередей на кассах;
- предотвращение краж;
- холодные точки магазина;
- счет посетителей.

Одной из самых популярных и практичных инноваций в торговле стало использование видеонаблюдения, работающего с применением нейронных сетей и искусственного интеллекта. Данная инновация еще называется компьютерным зрением.

Анализ маркетинговых данных показал, что с 2016 года происходит рост инновационных технологий в торговой отрасли. Из исследований компании Tractica следует, что рынок технологий компьютерного зрения набирает обороты: если в 2016 году выручка на нем составила \$1,1 млрд., то в 2017-м показатель был близок уже к \$2 млрд. [1].

Рассмотрим систему CasRetail от компании «Синезис», которая позволяет считать посетителей, отслеживать их перемещение по магазину, анализировать очереди на кассе, а также создавать тепловые карты.

Разработчики системы «Синезис» предлагают следующие конфигурации, в зависимости от площади помещения от 10-15 м² до помещений более 1000 м².

Таблица 1

Салон связи

Комплектация	Описание	Кол-во
Камера	Разрешение 1280x720; 3 МРХ:	2 шт.
Локальный сервер	Atom D525, ION2, Wi-Fi / HDMI, 2GB RAM, SSD250GB	1 шт.

Таблица 2

Гипермаркет электроники

Комплектация	Описание	Кол-во
Камера	Разрешение 1920x1080, Стандарт сжатия видео H.264; MJPEG	8 шт.
Локальный сервер	Xeon E3/, HD Graphics P3000, 8Gb RAM, 500Gb HDD	1 шт.

Первое и основное, что включает в себя данная система – уникальный детектор, распознающий на видео головы людей. Каждый обнаруженный человек

сопровождается в кадре, при этом игнорируются такие помехи, как тени, блики и нецелевые объекты (товары, предметы интерьера). Монтаж камер зависит от конкретной задачи.

Система обнаруживает и фиксирует покупателей на кассе. При превышении заранее указанного количества посетителей в очереди, на телефон руководителя или дежурного оператора приходит визуальное сообщение, демонстрирующее положение дел у конкретной кассы.

Так же при визуальном контроле со стороны контролера-кассира покупателю трудно использовать какие-либо технические средства обмана электроники, в то время как при дистанционном сканировании такие действия недобросовестных покупателей являются лишь вопросом времени.

Этим самым программа может заменить охрану, и магазин сможет нанять больше персонала для обслуживания клиентов.

Оборудование позволяет отслеживать путь следования посетителей по магазину. Инновационное открытие в том, что система может построить популярные маршруты по магазину, а также дать четкое представление о потоках покупателей, одновременно определяя “мертвые” зоны магазина.

Тепловая карта еще один инструмент для аналитики поведения покупателей в сфере розничной торговли. Она формируется путем суммирования времени, в течение которого в определенной точке находился объект. Красная зона на тепловой карте означает наиболее часто посещаемую точку, желтая и зеленая – менее посещаемые в порядке убывания. Результат – выделение участков, где клиент задерживается наиболее продолжительное время.

Такая тепловая карта позволяет провести анализ витрин/полок для выкладки более маржинальной продукции, оптимизации работы персонала в торговом зале, т.е. работники магазина получают действительно достоверную и полную статистическую информацию о том, в каких зонах магазина покупатели задерживаются дольше всего.

Система подсчета посетителей организована так же, как и мониторинг очереди на кассе: камера устанавливается на входе в магазин, которая также

смотрит в пол, только считает она всех людей на входе и ведет статистику: сколько людей зашли в магазин, а не прошли мимо, сколько из них дошли до кассы или до нужного отдела [5].

В городе Перми, к примеру, сеть салонов «Жемчужина» для охраны своих магазинов используют:

- видеонаблюдение, причем камеры в залах расположены таким образом, чтобы покупатели при входе сразу их видели. Это психологический прием, так как клиент при виде камер понимает, что магазин под наблюдением;
- электронные замки, которые открываются с помощью считывания отпечатка пальцев. Электронные ключи для входа в помещение. Это удобно еще и потому, что ведется учет рабочего времени: каждый сотрудник имеет индивидуальный ключ и можно легко проследить, когда он пришел, когда ушел;
- тревожные кнопки, которые находятся под каждым прилавком и расположены так, чтобы сотрудник мог дотянуться до них из любого положения – рукой или ногой;
- в ночное время магазин защищен датчиком движения «Фотон». То есть, если злоумышленник проникает в магазин, данный датчик считывает движение, ловит грабителя и передает сигнал тревоги на пульт.

Видеоаналитикой для бизнеса активно начинают интересоваться в розничной торговле [3].

CasRetail подойдет для объектов обслуживания покупателей любого масштаба – от небольшой точки продаж до гипермаркета.

Таким образом, задачи, которые решает CASRETAIL сводятся к следующему:

- контроль качества обслуживания клиентов;
- подсчет посетителей;
- анализ очередей;
- анализ поведения сотрудников и покупателей;

- оптимизация нагрузки персонала;
- анализ эффективности маркетинговых программ, рекламных акций на точках продажи;
- анализ внимания посетителей и популярности витрин;
- анализ эффективности навигации по торговым залам и распределения потоков посетителей [4].

У каждой технологии есть свои плюсы и минусы, но их главной особенностью является машинная обработка информационного потока, что дает более полную и достоверную информацию, исключая “человеческий фактор”, который часто является источником ошибок.

Список литературы:

1. Официальный сайт Tadviser [Электронный ресурс] – Режим доступа: tadviser.ru/index.php/Статья:Компьютерное_зрение_(мировой_рынок)
2. Максимов Н.Н. Теоретические основы инновационной деятельности // Молодой ученый. - 2013. - №10. - С. 340-343. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/57/7772/>
3. Официальный сайт Habr [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.tadviser.ru/index.php/>
4. Официальный сайт Squalio [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://squalio.com/by-ru/programmnoe-obespechenie/casretail/>
5. Официальный сайт ipc2u [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ipc2u.ru/articles/tehnologii-i-innovacii/statistics-of-the-future/>

МЕХАНИЗМЫ И ИНСТРУМЕНТЫ СОЗДАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Билич Виолетта Владимировна

студентка Донбасской национальной академии строительства и архитектуры

научный руководитель: Макаренко Ольга Игоревна

ассистент Донбасской национальной академии строительства и архитектуры

Система экономической безопасности представляет собой часть функционирования предприятия, а также его финансово-коммерческую деятельность, включает в себя финансовые, юридические, производственные отношения, использование интеллектуальных и материальных ресурсов. Конкуренция, виртуальность и оцифровывание бизнеса придают всё большую актуальность механизмам и инструментам экономической безопасности в организациях и на про-

изводстве. Различного рода риски, неблагоприятные условия внешней среды создают необходимость совершенствования методичных подходов к формированию экономической безопасности хозяйственной деятельности.

Изучением данной проблематикой занимались следующие ученые: Доронин А.И., Ярочкин В.И., Грунин О.А., Евсеев С.П., Чернявский А.А. и другие.

При формировании экономической безопасности используются разные подходы в зависимости от вида организации и специфики ее работы. С тенденцией оцифровывания бизнеса, переходом в интернет среду, возникают всё новые потребности в защите и безопасности различных серверов, сайтов, программ и других инструментов, использованных в хозяйственной деятельности для её автоматизации и эффективности [3].

Целями и задачами исследования являются: анализ современных тенденций развития экономической безопасности, обобщение основных механизмов и инструментов в создании системы экономической безопасности и определение самых наиболее повторяющихся проблем (ошибок), возникающих при построении системы экономической безопасности.

Диагностика опасности и возможности оперативного реагирования на них, является одной из главных задач систем экономической безопасности. Так как деятельность и функционирование серверов, облаков хранения информации и специальные деловые социальные сети могут пострадать от атаки в любой момент. Собирая и анализируя информацию извне, при учете различных рисков, предприятие может себя обезопасить, правильно построив систему безопасности. Экономическая информация предприятия может быть использована против неё, что может привести не просто к лишним расходам и затратой ресурсов на восстановление, но и к полной потере контроля над управлением бизнес процессов предприятия, что может привести к банкротству. Информация о возможной опасности может поступать из внешних источников таких, как:

- сайтов государственной статистики;
- информации о возможностях конкурентов;

- сайты о погодных и климатических условиях региона (если влияет на бизнес);

- консультации со специалистами различных направлений;

- справочники, сайты, журналы о тенденциях на экономических рынках различного уровня [2].

Кроме внешних источников информации, есть также внутренние:

- отчеты, балансовые отчеты предприятия, их достоверность;

- количество продукции, поступившей на склад и её возможные проблемы (сроки, количество, качество сырья);

- выполнение тактических и операционных заданий в организации, соответствующие её стратегии развития (действия и задачи соответствуют созданному плану и целям);

- выявление возможных угроз и рисков [2].

Анализируя данную информацию система экономической безопасности предоставляет владельцу организации и лицам принимающих решения: рекомендации об использовании выявленных возможностей и принятии решений; решения об анализе предварительных угроз и охраны предприятия.

При создании системы экономической безопасности нужно учитывать индивидуальные особенности организации: охват рынка, влияния на товар погодных условий, масштабы, структуру предприятия, степень риска и надежности построенной бизнес-системы и т.д.

Под механизмами в экономике подразумевают совокупность элементов (средств), таких как методы и рычаги воздействия, структура управления, которые обеспечивают эффективность достижения задач и целей экономической безопасности. Главным компонентом хозяйственного механизма, являются хозяйствующие субъекты. Описать данные механизмы можно так – они гибкие и адаптивные в зависимости от внутренних и внешних факторов среды организации [1].

Под инструментами создания эффективной системы экономической безопасности подразумевают – административно-экономические средства, исполь-

зующиеся для использования в механизме создания экономической безопасности. Инструменты можно разделить на три уровня: государственный, региональный и уровень организации. Перечень данных инструментов на уровне организации: нормирование, планирование, контроль, диагностика, стимулирование, принятие управленческих решений, постановка целей, анализ информации и др. [1].

При возникновении внешней угрозы, срабатывают механизмы экономической безопасности, которые обычно не требуют большого ресурсного обеспечения. При превышении этой ресурсной планки в действие вступает регуляторный механизм обеспечивающие регулирование дополнительных производственных ресурсов организации.

Если система экономической безопасности не справляется с внешними и внутренними угрозами, она подключает компенсаторный механизм для привлечения ещё больших ресурсов и нестандартных решений (рис. 1).

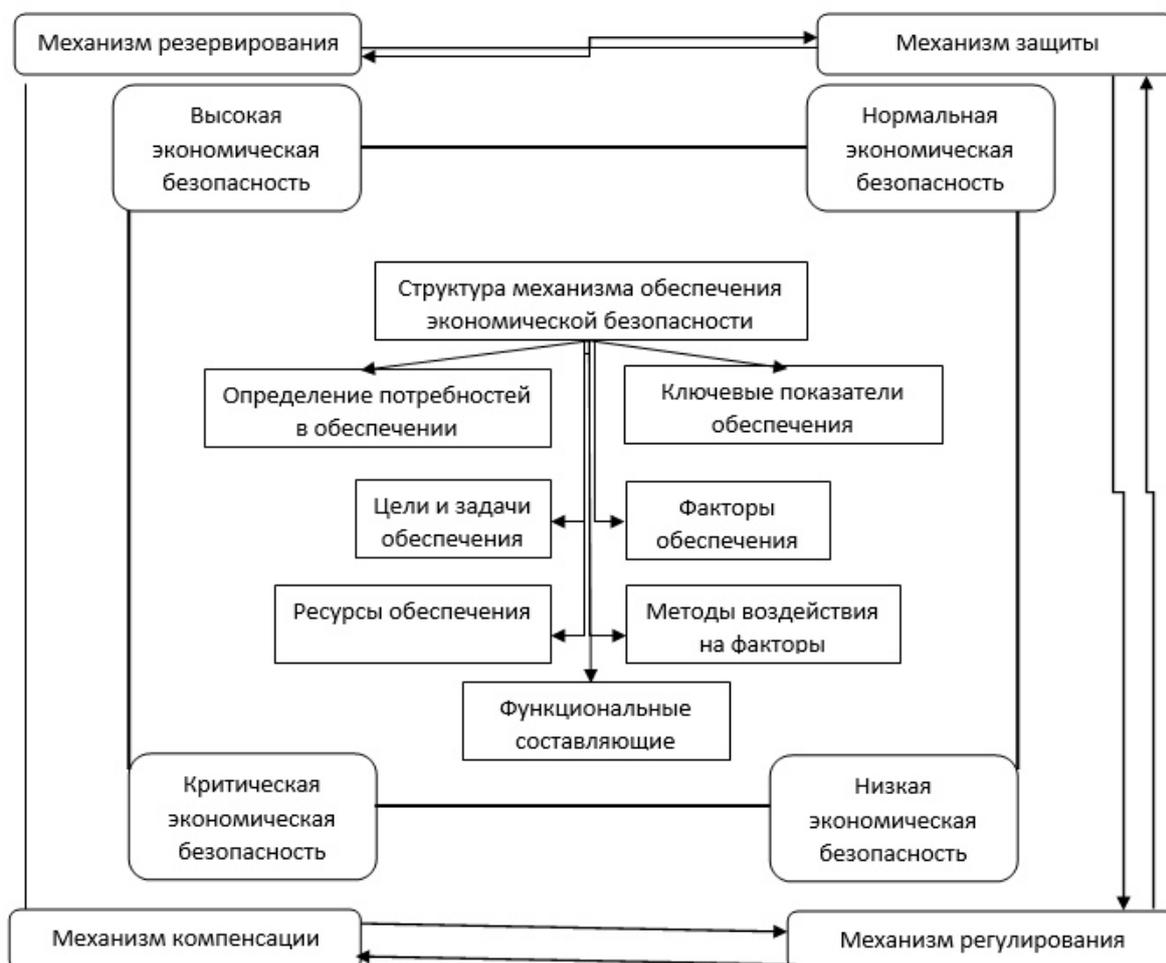


Рис. 1. Механизмы и инструменты экономической безопасности

Главной задачей этих механизмов является возвращение финансово-хозяйственной организации в нормальное рабочее состояние.

Иногда требуется использовать также такие механизмы, как информационный (СМИ, общественное мнение), консультационный (анализ и мнения экспертов) и хозяйственно-политических механизмов.

Управление экономической безопасностью является неотъемлемой частью системы совокупности механизмов и инструментов. Следует помнить и учитывать индивидуальные особенности каждой организации. Применение хозяйственных механизмов является крайне важным при возникающей угрозе для предприятия [1].

Сложный процесс влияния и взаимодействия различных элементов экономической безопасности осуществляется различными их комбинациями и гибкостью системы.

Перечень основных проблем (решений) возникающих при формировании систем экономической безопасности:

- несоответствие целей системы и её действий (полный контроль функционирования всех хозяйственных механизмов);
- отсутствие учёта индивидуальных особенностей организации (полная компетентность в работе организации);
- отсутствие системности и комплексности в работе системы экономической безопасности (формирование структуры взаимодействий с учетом всей необходимой информации);
- пренебрежение внешней или внутренней системой безопасности, предпочтение одной из них (понимание важности всех видов ЭБ, как внутренней, так и внешней);
- отсутствие одного из хозяйственных механизмов (понимание важности каждого механизма, и регуляторного механизма, и компенсаторного);
- недостаток резервов и ресурсов для того, чтобы справиться с угрозой (формирование полного и достаточного резервирования ресурсов для дальнейшей нормализации работы производства).

В заключении можно сделать вывод о том, что важность создания системы экономической безопасности является важным стабилизирующим фактором при угрозе деятельности организации. Систему можно создать и управлять ею с помощью различных хозяйственных механизмов и инструментов. Правильная постановка задачи и управление экономической безопасностью является непростой, ведь для каждого предприятия, фирмы и организации нужен индивидуальный и гибкий подход.

Список литературы:

1. Глустенков И.В. Формирование эффективной системы экономической безопасности регионов России // Вестник БГТУ. - 2016. - № 8. - С. 11-120.
2. Карзаева Н.Н. Основы экономической безопасности – М.: «Научно-издательский центр ИНФРА-М», 2018, – С. 10-155.
3. Кузнецов И.Н. Бизнес-безопасность – М.: «Дашков и К°», 2016. - С. 124-366.

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ СИСТЕМЫ ПЕНСИОННОГО СТРАХОВАНИЯ

Блажко Олеся Валериевна

*магистр Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

Лобанова Марина Евгеньевна

*кандидат экономических наук, доцент
Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

Процесс рыночных преобразований, продолжающийся в Донецкой Народной Республике, приводит к существенным изменениям в сфере социальной защиты населения. Пенсионное страхование является важным элементом системы финансов Донецкой Народной Республики, институтом социальной защиты населения и отраслью страхования, затрагивающей интересы всех ее граждан. Его качественные и количественные характеристики свидетельствуют об уровне социального, экономического, правового и культурного развития общества и государства. В то же время, в современных условиях необходимо качественно новое решение проблемы повышения эффективности управления обязательным пенсионным страхованием. Все возрастающее количество пенси-

онеров, уменьшение работающего населения, рост так называемого коэффициента демографической зависимости обуславливают потребность в необходимости и реформирования пенсионного страхования. Это определяет актуальность темы исследования.

Данные вопросы находятся под пристальным вниманием ученых и практиков, таких как: В.М. Бончик, С.С. Лукоянчев В.Д. Роик, В.И. Самаруха, А.К. Соловьев, Д.Ю. Федотов и др.

Несмотря на такой интерес к данной проблеме и ее достаточную востребованность в научных кругах, ряд вопросов, связанных с познанием экономической сущности системы пенсионного страхования остаются малоисследованными и требуют постоянного развития и совершенствования.

Цель статьи – исследовать экономическую сущность системы пенсионного страхования.

Органично вливаясь в общегосударственные финансовые отношения, пенсионное страхование обладает большинством качеств, присущих финансам. Тесная связь пенсионного страхования с финансами позволяет преодолеть проблему недостаточной научной проработанности пенсионного страхования как экономической категории. Как отмечает А.К. Соловьев: «система обязательного пенсионного страхования является принципиально новым направлением в отечественной экономической науке» [1]. Основным объектом пенсионного страхования, по мнению В.И. Самарухи определен «страховой социальный риск, которым признается утрата застрахованным лицом дохода в связи с наступлением страхового случая» [2]. Самым главным принципом пенсионного страхования является поддержание стабильного уровня пенсий, защита их от инфляционных процессов. Защита осуществляется путем индексации пенсий [6, с. 43]. Как само понятие, так и объект пенсионного страхования подтверждены его экономической сущностью, представленной в табл. 1.

Так, важнейшими теоретическими конструкциями пенсионного страхования является взаимосвязь национальных систем заработной платы, регулирования занятости, увязка в единое целое этих управленческих систем с системами

налогов и социального страхования.

Авторское определение пенсионного страхования с учетом анализа его экономической сущности, систематизированного в табл. 1 сформулировано следующим образом: «Пенсионное страхование, осуществляемое в добровольной форме, представляет собой один из видов долгосрочного страхования жизни, предусматривающего выплаты страховых сумм и страховых обеспечений по достижении застрахованным лицом пенсионного возраста в фиксированном объеме, с установленными условиями заключенного договора периодичностью».

Таблица 1

Исследование сущности понятия «пенсионное страхование»

Автор	Сущность термина
Федотов Д.Ю. [3]	говорит о том, что пенсионное страхование, это система экономических отношений, направленных на компенсацию гражданам дохода, утраченного в результате наступления пенсионных оснований, на основе выплаты страхового обеспечения в виде государственных и негосударственных пенсий за счет формирования специализированных финансовых фондов
Лукоянчев С.С. [4]	Пенсионное страхование, это страхование с целью формирования источников финансирования пенсий
Роик В.Д. [5]	считает, что пенсионное страхование является основой пенсионной системы в развитых странах.
Бончик В.М. [6]	убежден, что пенсионное страхование — основной институт доходов пожилого населения. Его эффективное функционирование зависит от степени развитости социально-трудовых и страховых отношений, достойной заработной платы и постоянной занятости.
Соловьев А.К. [1]	рассматривает пенсионное страхование как систему экономических отношений, направленных на компенсацию гражданам дохода, утраченного в результате наступления пенсионных оснований, за счет выплаты страхового обеспечения в виде государственных и негосударственных пенсий

Следует отметить, что на практике подтверждение таких установок на формирование институтов пенсионного страхования отражает эволюционный путь, который прошли США и страны ЕС – рис. 1.

Таким образом, на рис. 1 прослежен эволюционный путь формирования институтов пенсионного страхования в США и ЕС, и здесь следует отметить, что Россия и страны СНГ такой путь не прошли. Это связано с тем, что в советский период финансирование здравоохранения и пенсионного обеспечения (на 2/3) осуществлялось из государственного бюджета [7].

Исходя из данной информации необходимо при определении направлений республиканской стратегии развития пенсионного страхования, следует учитывать определенные предпосылки (гендерные, возрастные проблемы на рынке труда, экологические проблемы в стране и ментальные особенности населения ДНР), которые не были учтены ранее при определении направлений реформирования пенсионного страхования в России и странах СНГ [1].



Рис. 1. Эволюционный путь формирования институтов пенсионного страхования в США и ЕС [8]

Таким образом, экономическая сущность пенсионного страхования проявляется в наличии особого объекта защиты, не имеющего ограничения по страховой стоимости; обязанности заключения договора страхования в соответствии с требованиями законодательства ДНР; в долгосрочном характере страховых отношений; в выплате страховых сумм только при условии, что застрахованное лицо дожило до предусмотренного договором возраста и в нали-

чий рискованной составляющей, необходимой для защиты страхователя (застрахованного) от рисков утраты трудоспособности.

Список литературы:

1. Соловьев А.К. Финансовая система обязательного пенсионного страхования в России. М.: Финансы и статистика. – 2018.
2. Самаруха В.И. Государственная пенсионная система России: Учеб. пособие. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2003.
3. Федотов Д.Ю. Развитие финансов пенсионного страхования России / Д.Ю. Федотов. — Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2007.
4. Лукоянчев С.С. Камалдинова О.С. Оценка рейтинга надежности негосударственных пенсионных фондов // Современное развитие экономических и правовых отношений. Образование и образовательная деятельность: материалы международной научно-практической конференции. г. Димитровград 29 апреля 2013. – Димитровград: Технологический институт – филиал «Ульяновская ГСХА им. П.А. Столыпина», 2018.
5. Роик В.Д. Пенсионная система России: вызовы XXI века и пути модернизации. - СПб.: Питер, 2012.
6. Бончик В.М. Негосударственные пенсионные фонды. Финансовая устойчивость и актуарные расчеты.– М.: Дашков и К. – 2014.
7. Роик В.Д. Пенсионное страхование в XXI веке // Народонаселение. – №2(68). – 2015. – с. 28-38.
8. Башкин М.В. Принципы пенсионного обеспечения населения как основа социального обеспечения // Финансы. – 2018. – №23. – с. 43-47

ШАБЛОННОСТЬ ВХОДНЫХ ИСПЫТАНИЙ РАБОТНИКОВ СЕРВИСНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Бобылева Анастасия Владимировна

*студентка Пермского государственного национального
исследовательского университета*

*научный руководитель: Шарифулин Сергей Ринатович
старший преподаватель Пермского государственного национального
исследовательского университета*

В последнее десятилетие рынок претерпевает кардинальные изменения. В основу встает не товар, а правильное его преподнесение до клиента. Т.к. товар в наше время что-то избыточное, любой продукт мы можем получить в разнообразных ценовых, качественных и «вкусовых» категориях. Именно поэтому на первое место выходит услуга, обслуживание клиента, при этом оно начинается еще до возникновения потребности и не заканчивается при приобретении това-

ра. И именно тут огромную роль играет персонал, ведь для качественного обслуживания должны быть грамотно подобраны люди. Клиентам нужны «искренние улыбки», легкость и позитивность общения.

Сервисное предприятие построено исключительно на людях, на их умениях, отношениях к работе и потребителю. В таких организациях человек «виден», и он не может себе позволить плохого настроения, либо ссоры на рабочем месте. Работник должен любить общаться с людьми, должен быть добр и весел всегда. Это и усложняет работу руководителю сервисных предприятий, он должен грамотно подобрать людей, выбрать правильный типаж, обучать и мотивировать так, чтобы работнику хотелось «улыбаться» клиенту вне зависимости от настроения, погоды и семейных проблем.

Как сказано уже выше, персонал является главной движущей силой сервисного предприятия. Следовательно, очень важно грамотно подобрать людей. Для этого необходимо узнать нужную информацию о человеке, проверить умения, знания и понять подходит ли он по психотипу, интересам и будет ли он соответствовать стилю фирмы.

Посетив порядка 10-ти собеседований в рамках проводимого исследования, а также имея опыт по трудоустройству на работу в сервисные организации, мы с уверенностью можем отметить, что все собеседования строятся по одной схеме, задаются одни и те же вопросы. Сами вступительные испытания проходят лишь очным этапом структурированной формы, за исключением, в некоторых организациях, требованием резюме.

Готовясь к собеседованиям мы, как и многие соискатели, нашли информацию, как нужно правильно их проходить, что именно отвечать на вопросы, как выглядеть и как себя вести. Все собеседования были пройдены удачно.

Стандартная схема собеседования архиудобна для соискателя, но, если посмотреть на эту ситуацию с другой стороны, со стороны работодателя, то мы получаем людей, умеющих читать и находить нужную информацию. И, не факт, что эти претенденты умеют работать с людьми. Если бы мы брали в организацию инженерной, научной, технической и др. сфере, то всё это не играло

бы столь важную роль, ведь на таких предприятиях основное в работнике, это профессионализм, их умение и навыки в работе с компьютером, микроскопом или чертежами, например. Но если мы рассматриваем сервисное предприятие, то первоначальным все же будет умение работника общаться с людьми, стрессоустойчивость, умение выходить быстро и верно из различных ситуаций, здесь важен сам человек, его психотип, а потом уже его знания. Ведь даже к прекрасно знающему географию менеджеру, клиент не придет второй раз, если он не будет уметь общаться и «искренне улыбаться».

Чтобы определить, существует ли в действительности такая ситуация на рынке труда, был проведен опрос. Было опрошено более 100 респондентов, работающих в сфере сервиса в г.Пермь. На основании этих результатов можно сделать вывод, что почти все организации сервиса в г. Перми проводят входные испытания по одной схеме. И как показывает опрос, более 90% соискателей готовы удачно пройти эту схему, благодаря советам из интернета.

Введя в поисковую строку запрос «как пройти удачно собеседование», мы получаем несколько миллионов ссылок. Например, статья «7 советов, которые помогут вам пройти собеседование и получить работу» дает следующие советы, перечислим несколько из них:

1. Проведите информационную разведку. Прежде чем отправиться в офис, узнайте:
 - с кем вы будете беседовать: с начальником, руководителем отдела кадров или его рядовым сотрудником;
 - формат интервью (групповое или индивидуальное, вопрос-ответ или самопрезентация);
 - дресс-код и вещи, которые нужно иметь при себе (документы, гаджеты и прочее);
 - как добраться (опаздывать недопустимо).

Поможет выяснить это сайт компании или звонок в офис.

2. Что нужно узнать перед собеседованием. Составьте карту ответов на типичные вопросы. Интервью при устройстве на работу однотипны. Для

этого сделайте карту с ответами на типичные вопросы и просьбы (их задают в 99,9% случаев):

- топ-5 ваших главных достоинств;
- в чём вы хороши;
- стратегические направления саморазвития;
- предложения по работе компании;
- ваша жизненная и рабочая философия;
- ваши краткосрочные и долгосрочные цели;
- необычные задачи, которые вам приходилось решать.

Также следует заранее подготовить перечень тем, которые вы хотели бы обсудить с менеджером по персоналу.

3. Как не запороть собеседование. Установите табу на некоторые темы:

- пересказ резюме;
- личные жизненные цели (купить дом, завести детей и прочее);
- репутация компании и её сотрудники;
- навыки и опыт, не имеющие отношения к будущей работе (прекрасно готовлю, разбираюсь в сантехнике и тому подобное);
- неудачи, демонстрирующие некомпетентность [2].

В конце автор утверждает, что «следование этим советам подготовит вас к собеседованию и увеличит шансы на трудоустройство». Т.е. претендент нарисует мнимую картину своего образа, а через неделю работы, руководитель увидит, что достоинств нет, цели не совпадают, да и до озвученной зарплаты новый работник совсем не дотягивает.

Далее, этот работник старается, делает вид, что он профессионал своего дела, не зная самые обычные вещи, а его руководитель, не до конца понимая всю важность сервиса, просто закрывает глаза. На выходе мы получаем, администратора, который даже не встанет поздороваться с вами, зато будет внимательно вести беседу по телефону. И управляющего, который закрыл вакантное место и ему не особо важно, кто именно на этом месте, да и собственно прибыль чужого бизнеса его тоже мало интересует. Поэтому вышестоящий руко-

водитель получает «хорошие» отчеты и продолжает ломать голову, почему его организация с прекрасным сервисом не развивается.

Собеседование по отбору персонала представляет собой обмен информацией между представителем организации и кандидатом на занятие вакантной должности, в ходе которого, представитель организации пытается составить собственное мнение по двум основным вопросам:

- может ли данный кандидат успешно работать в должности и в организации (способность кандидата);
- будет ли данный кандидат успешно работать в должности и в организации (мотивация кандидата) [1, с. 21].

А вместо этого мы получаем актерскую игру, которая, к сожалению, далека от реальности. И приносит плюсы лишь одной стороне.

По итогу наших исследований, можно сделать вывод, что входные испытания сервисных предприятий имеют шаблонный характер, следовательно, данный факт мешает эффективно отбирать персонал, а это наносит ущерб сервисной составляющей обслуживания. А так как именно эта составляющая является основополагающей для клиентов, мы имеем слабо конкурирующую организацию.

Для решения данной проблемы, мы предлагаем создавать хорошо продуманную и проработанную систему отбора персонала, которая содержит всевозможные формы и этапы, а главное подходят именно конкретной организации и разрабатываются под каждую вакансию. Нужно уделять особое внимание разработке данной системы. Лучше потратить время и силы для создания работающей схемы, чем по итогу получить поток работников и низкий профессионализм. Ну а в дальнейшем, плохую репутацию, как работодателя, что создаст еще большее количество проблем.

Список литературы:

1. Мякушкин Д.Е. Отбор и подбор персонала: учеб. пособие. Челябинск: ЮУрГУ, 2005.
2. Лайфхакер. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://lifehacker.ru/7-sovetov-projti-sobesedovanie/>

УСЛОВИЯ ХРАНЕНИЯ И ТРАНСПОРТИРОВКИ ТРОПИЧЕСКИХ ПЛОДОВ

Богоянец Анастасия Андреевна

*студент Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

научный руководитель: Саркисян Лев Григорьевич

*профессор Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

Тропическое плодоводство выделено в особую отрасль из-за ряда биологических особенностей и специфических приемов возделывания (обработки). Почти все тропические плоды и продукты их переработки ввозятся из-за рубежа имея разнообразное использование.

Хранение тропических плодов - очень сложный процесс, эффективность которого во многом зависит от характера протекания всех предыдущих технологических операций при перемещении плодов от материнских растений к транспортным средствам и складским помещениям, а также от видовых и сортовых особенностей плодов, климатических и погодных условий их выращивания.

Таблица 1

Температура и срок хранения тропических плодов

Вид плодов	Температура транспортирования, °С	Температура хранения °С,	Относительная влажность воздуха, %	Срок хранения
Маракуйя	10	2-10	90-95%	4 недели
Манго зеленое	13	10-13	90-95%	10 дней
Личи	1-2	2-10	90-95%	3 недели
Джекфрут	13	2-10	90-95%	4-5 недель
Гуава	5-10	6-10	90-95%	3 недели

Существующие транспортные средства и стационарные хранилища, используемые для транспортировки и хранения тропических плодов, - это устройства универсального назначения, предназначенные для транспортировки и хранения любых видов плодовой продукции, для которых приемлем диапазон поддерживаемых параметров температурно-влажностного регламента. При этом интересы владельцев тропической продукции и собственников транспортных средств и хранилищ совпадают в том, что использование грузового простран-

ства должно быть максимальным. То есть, в любом случае, вне зависимости от вида груза и характера его упаковки грузовое помещение транспортного средства или холодильной камеры должно быть загружено полностью.

Для собственников транспортных средств и складских помещений эти интересы обусловлены желанием увеличить грузооборот продукции и получаемую прибыль при неизменных эксплуатационных затратах. Для собственников тропических плодов это объясняется стремлением использовать грузовое пространство только для своих грузов, чтобы избежать риска возможного отрицательного воздействия чужой продукции. Отрицательное воздействие наиболее часто проявляется при транспортировке и хранении разных видов тропической плодовой продукции с разной чувствительностью к этилену и различной интенсивностью выделения этилена. Разная интенсивность выделения этилена может установиться и при перевозке или хранении одинаковой продукции, доставленной из одного и того же места в одни и те же сроки, но размещенной в различной упаковке или складированной в одном и том же грузовом пространстве различным образом.

В Одесской государственной академии холода было впервые введено понятие технологической изотропности, которое позволило более корректно оценивать возможность выполнения различных технологий хранения в идентичных грузовых пространствах при использовании разных конструктивных решений для их осуществления.

В соответствии с этим понятием в качестве базовых контрольных параметров технологического регламента в грузовом пространстве принимаются параметры, предлагаемые разработчиками новых технологий после проведения ими контрольных приемочных испытаний и подтверждения эффективности этих технологий.

Обычно экспериментальные исследования и проверка новых технологий осуществляются в таких условиях, когда объект исследования, как правило, единичная упаковка или небольшое количество отдельных упаковок, находится в условиях, обеспечивающих однородность температурно-влажностного поля и

газового состава в каждой упаковке, а также возможность достаточно быстрого изменения этих параметров одновременно во всем объеме каждой упаковки. Полученные показатели в большинстве случаев имеют более высокий уровень, чем при выполнении других, не менее современных технологий в промышленных условиях.

Однако промышленное внедрение новых технологий хранения плодовой продукции во многих случаях не оправдывает сделанных затрат, так как реальные положительные результаты в промышленных условиях оказываются незначительными либо вообще отсутствуют. В основе таких ситуаций лежит практическая невозможность создания изотропного технологического пространства в грузовом объеме стандартных универсальных транспортных средств и камер хранения для всех видов тропических плодов с различными свойствами и в различных упаковках.

Поэтому оценка технологической изотропности грузовых пространств камер хранения и температурной обработки, а также транспортных средств является чрезвычайно важной задачей.

Сейчас в отечественной практике начинает проявляться тенденция к специализации отдельных хранилищ и транспортных средств по видам обрабатываемой плодовой продукции. Эта тенденция обусловлена тем, что накопленный практический опыт позволяет сделать выводы о наиболее эффективном использовании внедренных на предприятии технологий, исключая риск сверхнормативных потерь и порчи.

Таким образом, при перевозке и хранении тропических плодов обязательным условием достижения желаемого конечного эффекта, т. е. максимального сохранения товарной ценности продукции, является поддержание технологической изотропности в грузовом пространстве с учетом всех особенностей плодовой продукции.

КОНСОЛИДИРОВАННАЯ ОТЧЕТНОСТЬ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Бондарева Юлия Александровна

*студентка Белорусского торгово-экономического университета
потребительской кооперации*

научный руководитель: Протасова Наталья Яковлевна,

*старший преподаватель Белорусского торгово-экономического университета
потребительской кооперации*

Развитие экономики Республики Беларусь и обострение конкуренции на рынке товаров и услуг обуславливают необходимость территориальной диверсификации и интеграции деятельности хозяйствующих субъектов, объединяя юридически самостоятельные компании в группу организаций, которая является единым финансовым организмом.

Хозяйственной системой универсального типа, представляющей собой крупную многоотраслевую организацию, является система потребительской кооперации. Традиционное составление индивидуальной и сводной бухгалтерской отчетности организациями потребительской кооперации не позволяет получить полную и необходимую информацию для инвесторов и менеджеров системы потребительской кооперации. Законодательством Республики Беларусь определено составление консолидированной бухгалтерской отчетности по группе организаций, однако прямого указания на обязательность ее составления нет.

Консолидированная отчетность – бухгалтерская отчетность, составляемая по группе организаций как бухгалтерская отчетность единой организации.

Таблица 1

Нормативное регулирование составления консолидированной отчетности в Республике Беларусь

Нормативный правовой акт	Кем и когда утвержден
О бухгалтерском учете и отчетности	Закон Республики Беларусь от 12 июля 2013г., № 57-3 (в ред. Закона от 4 июня 2015 г., № 268-3) [2]
Национальный стандарт бухгалтерского учета и отчетности «Консолидированная бухгалтерская отчетность»	Постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 30 июня 2014 г., № 46 (в ред. Постановления от 12 дек. 2016 г., № 104) [1]

Нормативное регулирование составления консолидированной отчетности в Республике Беларусь представлено законом «О бухгалтерском учете и отчет-

ности» в табл. 1.

Необходимость составления консолидированной бухгалтерской отчетности в потребительской кооперации не определена по ряду причин:

- отсутствие в нормативных правовых актах Республики Беларусь регламентации необходимости составления консолидированной бухгалтерской отчетности организациями потребительской кооперации, так как союзы потребительских обществ – это некоммерческие организации;

- неготовность практических работников союзов потребительских обществ оценивать результаты их деятельности по показателям консолидированной бухгалтерской отчетности. Вместе с тем скорректированные показатели деятельности в консолидированной бухгалтерской отчетности союзов потребительских обществ важны для оценки финансового состояния и разработки стратегии дальнейшего развития потребительской кооперации;

- отсутствие единого программного обеспечения по бухгалтерскому учету в системе потребительской кооперации.

Процесс формирования консолидированной финансовой отчетности в каждой группе компаний выстраивается индивидуально. Нами определены три основных этапа представленные в таблице 2.

Составление консолидированной отчетности группы компаний проводится в двух направлениях: составление консолидированного баланса и составление консолидированного отчета о прибылях и убытках. Основные правила составления консолидированной отчетности:

- отчетность составляют материнские предприятия;
- отчетность должна включать в себя (охватывать) все дочерние предприятия и выполнять главным образом информационную функцию;
- материнское предприятие самостоятельно устанавливает формы и состав показателей консолидированной отчетности;
- отчетность не включает показатели, возникающие в связи с совершением внутригрупповых операций между материнским предприятием и его дочерним предприятием.

Этапы составления отчетности

Этап	Процедуры/варианты	Описание
Методологический этап	определяются периметры консолидации; разрабатывается единая учетная политика для всех участников Группы компаний; разрабатывается единый план счетов для всех компаний Группы компаний	В едином плане счетов должны отражаться специфические операции, как характерные для финансово-хозяйственной деятельности данной Группы компаний, так и не характерные, но имеющие место в деятельности некоторых ее компаний. Корпоративный рабочий план счетов Группы должен выделять из общего состава те бухгалтерские данные, которые связаны с операциями между компаниями, входящими в Группу, поскольку при составлении консолидированной финансовой отчетности внутригрупповые обороты подлежат исключению. Реализовать указанное требование можно путем признака операций «Внутригрупповые расчеты».
Организационный	организация параллельного учета; использование метода трансформационных таблиц; использование специализированного программного обеспечения	Суть ведения параллельного учета заключается в одновременном отражении фактов хозяйственной деятельности в соответствии с национальными и международными стандартами финансовой отчетности на основе данных бухгалтерского учета. Применение метода трансформационных таблиц возможно в двух вариантах: Головная компания трансформирует каждую компанию Группы, а затем формирует консолидированную финансовую отчетность трансформация на уровне каждой компании Группы
Заключительный этап	-	Закрепляется и реализуется на практике тот механизм, который был сформирован на предыдущих этапах: головная компания утверждает единую учетную политику для Группы организаций и единый план счетов, а также устанавливает метод формирования отчетности

Следовательно, райпо, облпо, а также республиканский и областные союзы потребительских обществ могут составлять консолидированную бухгалтерскую отчетность при наличии в их подчинении унитарных предприятий. При этом республиканский и областные союзы потребительских обществ формируют ее по собственному хозяйству (по подчиненным им унитарным предприятиям) и в целом по системе (области, республике). Сводная бухгалтерская отчетность составляется в районных, областных потребобществах, их союзах, и ее использование обеспечит минимизацию

затрат на получение консолидированной информации в условиях применения разных типов программного обеспечения. В то время как первый вариант требует высокого уровня организации автоматизированной обработки данных и применяется в тех случаях, когда сводная бухгалтерская отчетность не составляется.

Показатели, подлежащие исключению из консолидированной отчетности группы компаний, представлены в таблице 3.

Таблица 3

**Показатели, подлежащие исключению
из консолидированной отчетности группы компаний**

Показатели, исключаемые из консолидированного баланса	Показатели, исключаемые из консолидированного отчета о прибылях и убытках
Балансовая стоимость инвестиции материнского предприятия в каждое дочернее предприятие	Внутригрупповые доходы
Доля в капитале каждого дочернего предприятия, принадлежащая материнскому предприятию	Внутригрупповые расходы
Остатки дебиторской задолженности и обязательств по внутригрупповым расчетам	Дивиденды, выплаченные другим участникам группы
Выданные и полученные займы, в которых заимодавец и заемщик - взаимосвязанные организации	Прибыли и убытки, возникшие в результате внутригрупповых операций
Дивиденды, выплаченные другим участникам группы	
Прибыли и убытки, возникшие в результате внутригрупповых операций	

Учитывая принятую практику оценки запасов, выручки, себестоимости реализованных запасов, инвестиционных активов в бухгалтерской (финансовой) и консолидированной отчетности, по нашему мнению, расчет нерезализованной прибыли по внутригрупповым операциям следует производить так же, как и расчет валовой прибыли по этим операциям: выручка (доходы) за минусом неполной себестоимости реализации краткосрочных запасов (остаточной стоимости амортизируемых активов). В этом случае оценка нерезализованной прибыли совпадает с остатками нерезализованных активов, с которыми она суммируется. Считаем, что такой порядок расчета нерезализованной прибыли должен получить трактовку в национальном стандарте, а не раскрываться в примечаниях к консолидированной

бухгалтерской отчетности.

Фрагмент предлагаемой формы консолидированного отчета о прибылях и убытках представлен в таблице 4.

Таблица 4

Фрагмент консолидированного отчета о прибылях и убытках

Показатели	Отчётный год	Прошлый год
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг, всего		
в том числе от реализации продукции, товаров, работ, услуг компаниям группы		
Себестоимость реализованной продукции, товаров, работ, услуг, всего		
в том числе себестоимость реализованной продукции, товаров, работ, услуг компаниям группы		
Расходы на реализацию, всего		
В том числе транзакционные издержки		
Управленческие расходы		
Прибыль (убыток) от реализации продукции, товаров, работ, услуг		
в том числе нереализованная прибыль (убыток)		

Форма, приведенная выше позволяет структурировать информацию по показателям, которые формируют трансфертные финансовые результаты группы организаций, повышать прозрачность и аналитические возможности отчета о прибылях и убытках.

Разработка новых нормативных актов и более последовательное использование на практике уже существующих возможностей требует обязательного согласования правил ведения бухгалтерского учета и составления отчетности с налоговым законодательством.

Следует отметить, принципиальной является необходимость отражения в отчете о прибылях и убытках всех показателей в целях удовлетворения потребностей в детализированной информации, дающей возможность проанализировать тенденции в развитии субъекта хозяйствования как в целом, так и в разрезе отраслевых сегментов.

Список литературы:

1. Национальный стандарт бухгалтерского учета и отчетности «Консолидированная бухгалтерская отчетность»: утв. постановлением М-ва финансов Респ. Беларусь от 30 июня 2014 г., № 46 (в ред. Постановления от 12 дек. 2016 г., № 104).

2. О бухгалтерском учете и отчетности: закон Респ. Беларусь от 12 июля 2013г., № 57-3 (в ред. Закона от 4 июня 2015 г., № 268-3).

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ САНКЦИИ ПРОТИВ РОССИИ: ПОЗИТИВНЫЕ АСПЕКТЫ И ИХ ВЛИЯНИЕ

Бородина Маргарита Сергеевна,

Бухтиярова Ирина Игоревна

*студентки Российской академии народного хозяйства и
государственной службы при Президенте Российской Федерации,*

Среднерусский институт управления

научный руководитель: Горбова Ирина Николаевна

кандидат экономических наук, доцент

Российской академии народного хозяйства и

государственной службы при Президенте Российской Федерации,

Среднерусский институт управления

На сегодняшний день, сильным инструментом воздействия на развитие экономики страны является санкции, так как они значительно ограничивают экономические связи с другими государствами. В большинстве случаев это происходит в результате глобализации международных экономических процессов и характеризуется большой степенью интенсивного объединения рынков товаров и услуг, а так же капиталов. Анализ государственного управления финансовой системы России показал, что данная система подвержена большому влиянию международных санкций.

Прежде чем, перейти к сущности заявленной нами темы, обратимся к основным терминам.

Экономические санкции - это мероприятие экономического характера, применяемые к странам, направленные на изменения своей политики, чаще всего, предполагающие отрицательные последствия и ограничения деятельности [1, с. 3].

Международная санкция - это установленная форма международно-правовой ответственности в случае нарушения государством международных соглашений [3, с. 190].

Контрсанкция - торговый барьер, ограничивающий предложение при прежнем спросе [2, с. 126].

Сущность применения санкций заключается в том, что они могут содержать частный или полный запрет импорта и экспорта товаров, а так же ограничение финансовых операций, то есть инвестиции и транспортные расходы.

Цель экономических санкций - вынудить правительства страны на процесс принятия решений на разных ступенях значимости, а именно заключение индивидуальных договоров для важнейших изменений в системе государства.

Впервые 17 марта 2014 года ЕС и США приняли решение о введении санкций против России, когда произошел конфликт на юге-востоке Украины, а так же присоединение территории Крыма к РФ. С одной стороны, антироссийские санкции отрицательно повлияли на состояние страны, но с другой, Россия начала формировать новую стратегию экономического и торгового партнерства с другими государствами. Большое значение уделялось финансовому, экономическому и инвестиционному сотрудничеству с КНР.

Санкции применялись в отношении различных видов деятельности РФ. Началом послужили первоначальные санкции и в список попали 78 федеральных политиков, военных и чиновников, 29 политиков Крыма и Севастополя, а так же бизнесмены и общественные деятели. Данные изменения способствовали объединению элиты, которая все больше связывает себя как со страной, так материально [5].

Введение финансовых санкций послужили запретом на кредитование российских банков и компаний в западных банках. Так, например, в 2013 году на рынке еврооблигаций российские эмитенты привлекли 46,4 млрд. долларов, а уже в 2015 году всего лишь около 5 млрд. долларов. Но, несмотря на негативные моменты финансовых санкций, российский бизнес начал искать альтернативные пути решения и стал выходить на азиатские финансовые рынки. К примеру, в 2015 году «Газпром» привлекла 1,5 млрд. долларов в результате соглашения с китайскими банками, а в начале 2017 года компания US Rusal предложила разместить на Шанхайской бирже облигации на 1,5 млрд. долларов. Так, российские компании смогли доказать, что могут сотрудничать не только с США и Европой, но и с другими стратегическими инвесторами. Примером по-

служило продажа 19,5% акций «Роснефти», их приобрели международный консорциум Glencore и суверенный фонд Катара. Ещё одним положительным моментом стала успешно запущенная государственная платежная система «Мир» в ответ на ограничения расчетов банков в системах MasterCard и Visa [5].

Установление ограничений на экспорт технологий и оборудования послужило отменой поставок в Россию товаров военного назначения, сотрудничества компаний с предприятиями российского ОПК, поставок оборудования, необходимых для разработки газовых и нефтяных месторождений. Данный эффект заметно ускорил реализацию программы импортозамещения в военной сфере [4, с. 46]. В рамках этой программы в России развернулось производство по 186 позициям. По результатам Минобороны РФ к концу 2016 года предприятие ОПК России выполнили план по «украинскому» импортозамещению на 70-80%, а уже в 2018 году этот показатель достиг 100%.

В 2014 году Россия ответно вводит продовольственные контрсанкции. Их суть заключалась в установлении эмбарго на молочные и мясные продукты, фрукты, овощи, орехи и т.д. Важно отметить, что контрсанкции послужили негативным фактором и стали стимулом для роста инфляции на продовольственные товары. В 2014 году в стране была зафиксирована двухзначная инфляция - 11,4%, а уже к 2015 году увеличилась до 12,9%. Не смотря на это по данным Национальной мясной ассоциации, самообеспеченность России по говядине составляет 65%, по свинине - 90%, по мясу птицы около 100%, в свою очередь, молоком обеспечивает на 75% [5].

Таким образом, введенные в 2014 году западные санкции против России единовременно принесли негативные последствия, но послужили стимулом к развитию экономической системы и её переходом на новый качественный уровень. Запрет на экспорт в России дал положительный импульс развитию внутри страны финансовой, продовольственной, промышленной и военной сферы.

Список литературы:

1. Бойко А.А. Международные экономические санкции // Наука, техника и образование. - 2015 - № 3(9).

2. Дмитриева Н.И. Экономические санкции как инструмент политического давления // Государственное управление. Электронный вестник. - 2015 - 52.- С. 125-129
3. Кешнер М.В. Экономические санкции в современном международном праве. - М.: проспект, 2015.
4. Литвиненко А.В. Влияние санкций на экономику России // Новая наука: стратегии и векторы развития. 2016. № 2-1 (64).
5. Влияние санкций на экономику России. Последствия введения санкций. Экономика России сегодня. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: FB.ru

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СУЩНОСТИ И ВИДОВ ОБОРОТНЫХ АКТИВОВ

Бочарова Валерия Андреевна

*магистрант Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

научный руководитель: Руденок Оксана Юрьевна

кандидат экономических наук, доцент

*Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

Деятельность субъектов хозяйствования по созданию и реализации продукции осуществляется в процессе сочетания основных производственных фондов, оборотных фондов и самого труда. В отличие от основных производственных фондов оборотные фонды потребляют в одном производственном цикле, их стоимость полностью переносится на стоимость изготовленной продукции.

Ключевую роль в реализации краткосрочной финансовой политики предприятия занимают проблемы достаточности оборотных активов, источники их финансирования и эффективность использования. Управление оборотными активами предприятия обеспечивает достаточные ресурсы для осуществления ее деятельности и избежание дорогостоящих простоев. Без эффективного управления оборотными активами невозможно реализовать долгосрочные финансовые стратегии предприятия.

Оборотные активы являются одной из разновидностей ресурсов предприятия, требующих эффективного использования для обеспечения положительных результатов деятельности предприятия. Необъективная структура оборот-

ных активов и их нерациональное использование являются одними из основных причин неудовлетворительного финансового состояния субъектов хозяйствования.

В определение экономической сущности оборотных активов весомый вклад внесли такие ученые как Славьюк Р.А., Нашкерская Г.В., Демченко Т.А., Ковалев В.В. и др.

Итак, рассмотрим же, как трактуют понятие оборотных активов различные авторы.

Так Ф. Кенэ рассматривал оборотные активы как издержки, производимые ежегодно на земельные работы [1]. Но как видно, в работе Ф. Кенэ, рассматривается сущность оборотных активов, направленная в основном на земельные работы.

Славьюк Р.А. считает, что оборотные активы – ресурсы, которые принадлежат предприятию и которые наверняка будут преобразованы в деньги или использованы другим образом в течение года с даты составления бухгалтерского баланса [2, с. 4]. Отметим, что самой распространенной точкой зрения является определение, которого придерживается Славьюк Р.А. Именно он акцентирует внимание на сроках использования оборотных активов. Так, под оборотными активами, он понимает, совокупность имущественных ценностей, которые обслуживают текущую хозяйственную деятельность предприятия и полностью потребляются в течение одного операционного цикла.

Нашкерская Г.В. основывается на выделении денежной природы оборотных активов. Так, она утверждает, что оборотные активы – это денежные средства, вложенные для создания оборотных производственных фондов и фондов обращения с целью обеспечения непрерывного процесса производства и реализации продукции [4, с. 317].

Демченко Т.А. трактует определение, как совокупность оборотных фондов и фондов обращения, которые используются для финансирования текущей хозяйственной деятельности и выраженные в денежной форме [5, с. 179]. Оборотные активы определяются как совокупность оборотных фондов и фондов

обращения или авансированных в них средств. Такое определение отражает сущность оборотных активов как стоимостной категории, и является достаточно обоснованным, так как в состав оборотных фондов входят производственные запасы, незавершенное производство, полуфабрикаты собственного производства и расходы будущих периодов, а в фонды обращения включают готовую продукцию, дебиторскую задолженность и денежные средства.

Ковалев В.В. определил, что оборотные активы – активы, которые потребляются в ходе производственного процесса в течение года или обычного операционного цикла, превышающего 12 мес. в силу специфики технологического производства, и, поэтому такие, что полностью переносят свою стоимость произведенной продукции [6, с. 256]. В работе Ковалева В.В. оборотные активы трактуются как натурально-вещественная категория, то есть как средства предприятия, которые полностью переносят свою стоимость на стоимость произведенной продукции. Вместе с тем в условиях существования товарно-денежных отношений материальные средства предприятий выражаются не только в натуральной, но и в стоимостной форме.

Видим, что сегодня не существует единой трактовки понятия «оборотные активы», что обуславливает трудности управления ими и обеспечения эффективности их использования. Поэтому целесообразно сформировать универсальное определение этой категории, которое будет максимально точно соответствовать их внутренней сущности. Так, считаем, что под оборотными активами целесообразно понимать активы субъекта, которые используются им в его хозяйственной деятельности и полностью переносят свою стоимость на стоимость произведенной продукции (товаров, работ, услуг).

Стоит отметить, что на функционирование оборотных активов осуществляют влияние ряд факторов, которые, как правило, принято делить на внешние и внутренние. К внешним относятся:

- конкурентная среда;
- степень развития финансового рынка;
- законодательная база регулирования,

- неценовые детерминанты спроса;
- отношения с контрагентами.

К внутренним:

- производственная технология предприятия;
- учетная политика предприятия;
- квалификация финансовых менеджеров;
- организационная структура предприятия;
- стратегические цели предприятия.

В управлении оборотными активами важным и одновременно сложным является обоснование таких объемов дебиторской задолженности, денежных средств, текущих финансовых инвестиций, запасов, при которых расходы, возникающие в процессе управления ими, будут минимальными.

Система управления оборотными активами предприятия разрабатывается по следующим основным этапам:

1) анализ оборотных активов предприятия в предыдущем периоде предполагает проведение:

- анализа динамики общего объема и состава оборотных активов предприятия;
- анализа оборачиваемости отдельных видов оборотных активов в общей их сумме;
- анализа рентабельности оборотных активов;
- анализа основных источников финансирования оборотных активов;

2) выбор политики формирования оборотных активов предприятия. С научной точки зрения выделяют три принципиальных подхода к формированию оборотных активов предприятия – консервативный, умеренный и агрессивный;

3) оптимизация объемов оборотных активов. Она должна исходить из выбранного подхода к формированию оборотных активов, обеспечивая заданный уровень соотношения эффективности их использования и риска;

4) оптимизация соотношения постоянной и переменной частей оборотных

активов;

5) обеспечение необходимой ликвидности оборотных активов.

6) минимизация потерь оборотных активов в процессе их использования;

7) формирование принципов, определяющих финансирования отдельных видов оборотных активов;

8) оптимизация структуры источников финансирования оборотных активов [3].

Для обеспечения эффективной деятельности предприятия необходимо применение программно-целевого подхода к процессу управления оборотными активами, поскольку данный подход воплощает обширную методологию решения множества проблем, возникающих в различных сферах деятельности предприятия, и направлен на решение сложных вопросов путем разработки системы программных мероприятий, направленных на цель.

Список литературы:

1. Бабенко И.В., Тиньков С.А. Управление оборотными активами: логистический подход: Монография. – М., 2011.
2. Славьук Г.А. Финансы предприятий: учебное пособие – Луцк: Ред.-изд. отд. «Вежа» Вол. гос. ун-та им. Леси Украинский, 2001.
3. Бондаренко А.С. Управление текущими активами: теоретические основы и практическое применение // Вестник Хмельницкого национального университета. – 2005. – №3 (66). – С .51-56.
4. Нашкерская Г.В. Финансовый учет: учеб. пособие. – М.: Кондор, 2005.
5. Демченко Т.А. Оборотные активы и их отражения в бухгалтерском учете и финансовой отчетности. Проблемы экономики – 2007. – №9.
6. Ковалев В.В. Курс финансового менеджмента – М.: Проспект, 2008.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОГО АВТОКРЕДИТОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.

Бузмакова Татьяна Владимировна

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

Фролова Юлия Викторовна

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

научный руководитель: Нагоева Тамара Александровна

старший преподаватель

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Одним из самых популярных видов кредитования, безусловно, является,

автокредитование. Актуальность исследования обусловлена тем, что кредитование населения на приобретение транспортных средств - один из наиболее развитых и конкурентных сегментов кредитования физических лиц на российском рынке. Банки предлагают различные виды кредитования, а так же различные кредитные линии. Приобрести автомобиль хочется многим, однако не многие могут позволить себе приобретение транспортного средства за наличные.

На сегодняшний день огромное количество граждан РФ используют автокредитование. За 2017 год почти 55% всех купленных автомобилей было куплено, используя автокредит. Не смотря на экономическую ситуацию в стране, население России не может отказать себе в приобретении автомобиля, так как автомобиль уже не является роскошью. Из-за нехватки денежных средств у населения для покупки автомобиля они ищут источники, которые помогут в его приобретении. Данным источником может выступать автокредит. Именно поэтому рассмотрение автокредитования является актуальной темой на сегодняшний день.

Автокредит – кредит для физических лиц на покупку транспортного средства (легкового автомобиля, грузового автомобиля, автобуса и других видов личного транспорта) с одновременным его использованием в качестве залога. При определённых условиях наиболее выгодный целевой способ банковского финансирования. Обеспечением кредита называется та или иная форма страхования случаев невыплаты по кредитам, то есть конкретный источник погашения долга в случае неисполнения заемщиком своих обязательств. Согласно ст.326 Гражданского Кодекса РФ, существуют следующие способы обеспечения кредитных договоров: поручительство, залог, банковская гарантия, неустойки, удержание имущества. Одной из наиболее распространенных форм обеспечения кредитных договоров является залог. Эта форма обеспечения предполагает, что банк, в случае непогашения кредитного долга заемщиком, может воспользоваться имуществом, находящимся в залоге, для обеспечения возврата суммы кредита, процентов по нему, а также оговоренных договором неустоек [6].

Процентная ставка по кредиту при покупке автомобиля важный показатель. Указывает сколько процентов от стоимости транспорта уйдет в пользу банка. Непростая экономическая ситуация в стране, сложившаяся еще в 2014 году, наложила свой отпечаток на автокредитование. Покупательская способность населения упала, и продажи транспорта сократились. Но вместе с тем возрос спрос на покупку авто в кредит. Банки оказались в выигрышном положении, несмотря на иногда грабительские для клиентов условия. Конкуренция между банками растет. Финансовые учреждения стараются привлечь заемщиков любой ценой: снижают ставки, убирают скрытые комиссии и поборы. Впервые за всю историю автокредитования в России, Центробанк решает установить рамки по процентным ставкам. На сегодняшний день ставка на автомобили составляет от 19 до 20 процентов годовых в рублях. Это больше чем до 2014 года на 5%. Динамика числа выданных автокредитов за последние 5 лет представлена на рисунке 1.

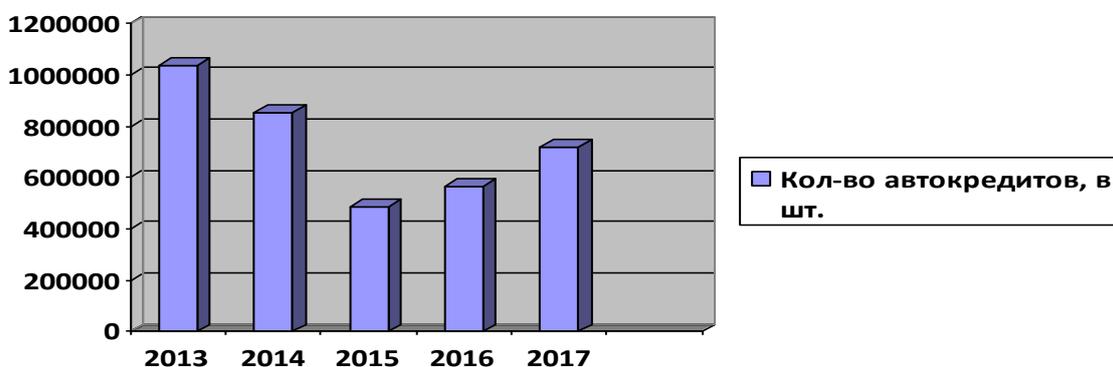


Рис. 1. Объем выданных автокредитов банками РФ [1]

Проанализировав диаграмму, следует отметить, что в 2015 и 2016 годах произошло падение спроса на автокредитование. Главной причиной такой динамики является повышение минимальной ставки Центральным Банком Российской Федерации до 17% в середине декабря 2014 года. Вместе с ростом инфляции это привело к тому, что некоторые банки стали предлагать автокредиты в рублях по ставке от 48 до 50% годовых [1].

Начиная с весны 2015 года, ЦБ РФ распорядился ввести государственную поддержку для клиентов, включая ипотечное и автокредитование. Список со-

стоит из более 50 марок транспортных средств, собранных на территории Российской Федерации. К тому же список включает не только отечественные машины, но и в большей степени иностранного производства.

Это позволит рассчитывать на льготную процентную ставку по автокредитованию, при условии, что максимальная сумма выбранного автомобиля не будет превышать 1 160 000 рублей. Перечень банков, предоставляющих обязательства по госпрограмме представлен более чем 100 финансовыми структурами. Также имеется практика в качестве беспроцентного кредитования.

Процентная ставка по льготному автокредиту зависит от ставки рефинансирования Банка России и ставок выбранного вами коммерческого банка. Процент можно рассчитать по формуле:

$$\text{Ставка по автокредиту} = \text{Обычная ставка банка} - 2/3 * \text{Текущая ставка рефинансирования ЦБ}$$

Таким образом, максимальная ставка по льготному автокредитованию в России составляет 15%. На данный момент в государственной программе участвуют около 100 банков. Среди них: «Сетелем Банк» - ставки начинаются от 11,67%; «ВТБ» - 10,57% и выше; «Русфинанс Банк» - от 12,67%; «ЮниКредит Банк» - от 11,5% и т.д.

Таблица 1

Процентные ставки банков по автокредитованию [2]

Название банка	Условия			
	Процентная ставка(%)	Сроки	Сумма, руб.	Первоначальный минимальный взнос
ПАО «ВТБ»	от 14	до 5 лет	до 5 млн.	10-15%
ООО «Сетелем банк»	от 9 до 25	12-60 месяцев	100 000 – 4 млн.	20-90%
ПАО «УралСиб»	от 13-16	до 3 лет	80 000 – 3 млн.	15-20%
Совком банк	от 22,5 до 33	12-60 месяцев	100 000 – 400 000	10%
Газбанк	от 16,5	до 5 лет	50 000 – 2 млн.	15%
ОАО «Газпромбанк»	от 8 до 16	от 1 года до 5 лет	90 000 – 3 млн.	0-25% и более

Если говорить не о льготном, а об обычном автокредите, то здесь процентные ставки составляют 18-25%. Проценты выставляются для каждого клиента индивидуально в зависимости от его платежеспособности и других пара-

метров. Рассмотрим банки, предлагающие более выгодные условия по автокредитованию не относящемуся к льготной программе.

Условия при автокредите почти у всех финансовых учреждениях одинаковые: срок до 5 лет; первоначальный взнос от общей стоимости транспортного средства – 10-20%; страхование КАСКО (обязательно); документы, подтверждающий соответствующий требованиям кредита доход.

Минимально возможный срок автокредита в большинстве финансовых организаций составляет 6 месяцев. В редких случаях банки готовы выдавать целевые кредиты на машину на 1-5 месяцев, ведь при малом сроке погашения ссуды заработок финансовых организаций минимален. Чаще всего, срок автокредита по программам банков составляет от 3 до 5 лет. Всего 15% всех предложений на рынке – долгосрочные авто займы с периодом погашения до 6-7 лет [3].

Несмотря на преимущества современного автокредитования, также существуют некоторые проблемы препятствующие бурному развитию данного вида кредитования

Во-первых, это рост просроченной задолженности. Разбирательства по данному вопросу могут занять большое количество месяцев, что неблагоприятно отразится на деятельности банков.

Во-вторых, срок действия страховки автомобиля меньше срока предоставления кредита. В данном случае сильно возрастают риски банка. Чтобы предотвратить такие ситуации большинство банков прописывают в договоре наличие финансовых и нефинансовых штрафных санкций, вплоть до расторжения договора и изымания автомобиля, при условии, что клиент не будет продлевать страховку на авто.

В-третьих, существенным образом затруднена процедура взыскания долга с недобросовестных заёмщиков в следствии несовершенности законодательства. В данном случае банки используют различные методы для оценки платёжеспособности и законопослушности своих клиентов. Предпочтения отдаются клиентам, которые находятся в браке и имеют стабильный доход [5].

Таким образом, по материалам проведенного исследования можно сделать вывод, что условия российских банков все больше становятся стандартными; различия между банками в скором времени стираются; первоначальные взносы уменьшаются. Однако, на сегодняшний день банки предпочитают использовать другие, неценовые возможности для привлечения новых заемщиков: удлинение сроков кредитования и уменьшение размера первоначального взноса по кредиту на автомобили. Если сравнивать то, что происходило на рынке автомобильных кредитов, несколько лет назад, то можно с уверенностью сказать, что идет уверенный количественный и качественный рост и на сегодняшний день автокредитование становится самым популярным видом потребительского кредитования. Свидетельствами этому являются: увеличение числа банков, предлагающих кредиты частным лицам; совершенствование кредитных продуктов и их обилие; рост числа кредитных покупателей и объемов кредитования; значительное распространение предложения кредитов при продаже машин.

Список литературы:

1. Анализ портфеля автокредитов российских банков. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://studwood.ru/bankovskoe_delo/dinamika_rynka
2. Автокредитование. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://auto-lawyer.org/>
3. Автомобильное право. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://pravo-auto.com>
4. АвтоПравозащита.Ру. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://avtopravozashita.ru/avtokreditovanie/banki/rejting-bankov-po-avtokreditovaniju.html>
5. Проблемы и перспективы автокредитования. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://novainfo.ru/article/9518>
6. Кредитный вопрос. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://kredityvopros.ru>
7. Автоюрист. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://auto-lawyer.org/avtokreditovanie/procentnye-stavki-po-avtokreditu.html>

СОВРЕМЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ МАТЕРИАЛЬНО – ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ ЗАПАСАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

**Бухтиярова Ирина Игоревна,
Бородина Маргарита Сергеевна**

*студентки Российской академии народного хозяйства и
государственной службы при Президенте Российской Федерации,*

Среднерусский институт управления

научный руководитель: Кружкова Ирина Игоревна

кандидат экономических наук, доцент

Российской академии народного хозяйства и

государственной службы при Президенте Российской Федерации,

Среднерусский институт управления

В современных условиях непрерывность работы любой организации зависит от верно установленной необходимости в требуемых материально-производственных запасах. Оснащенность предприятия материальными ценностями приводит к снижению затрат и улучшению экономических характеристик. Правильное управление материально - производственными запасами является важным элементом, которые позволяют своевременно фиксировать данные о процессе их поступления, об использовании обязанностей поставщиками и получателями продукции, о пребывании товарных резервов, о процессе отгрузки и реализации, а так же о контроле за их сохранностью.

Исходя из определения материально-производственных запасов (МПЗ), которые представляют собой активы организации, предназначенные для производства продукции, работ, для управленческих и хозяйственных целей, а так же для дальнейшей перепродажи и могут использоваться в производстве различными: одни преобразуются в новые, вторые изменяют только свои размеры и форму, а третьи входят в изделия без каких-либо изменений .

Важно отметить организацию и ведение учета материально-производственных запасов[2, с. 364]:

- соответствие имеющихся запасов нормативам;
- осуществление контроля за сохранностью материальных ресурсов;
- рациональный анализ производственных резервов;
- правильное разделение цены, использованных МПЗ согласно объектам

калькуляции.

Выделяют следующую МПЗ, которая представлена на рис. 1.



Рис. 1. Классификация материально - производственных запасов

Учет материально - производственных запасов в РФ осуществляется согласно с нормативными и законодательными актами, имеющими разный статус и регулирование [1, с. 258]. Система нормативного регулирования материально-производственных запасов состоит из 4-х уровней, каждый из которых имеет свои отличительные черты (табл. 1).

На каждом предприятии основой материального учета являются первичные документы по поступлению производственных запасов, так как именно на их основе осуществляется текущий, подготовительный и последующий контроль за сохранностью, движением и использованием производственных материалов [3, с. 163].

Система нормативного регулирования МПЗ в РФ

Уровни системы регулирования	Нормативные документы
1. Законодательный уровень	1. ФЗ "О бухгалтерском учете" от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ 2. Гражданский Кодекс РФ от 26.01.1996 г. № 14-ФЗ (ч. 2) 3. Налоговый Кодекс РФ от 05.08.2000 г. № 117-ФЗ (ч. 2) 4. Трудовой Кодекс РФ от 30.12.2001 г. № 197-ФЗ
2. Федерально-нормативный уровень	1. ПБУ 1/ 2008 от 06.10.2008 г. № 106н "Учетная политика организации" 2. ПБУ 4/ 99 от 06.06.1999 г. № 43н "Бухгалтерская отчетность организации" 3. ПБУ 5/ 01 от 09.06.2001 г. № 44н "Учет материально-производственных запасов"
3. Методологический уровень	1. Приказ от 31.10.2000 г. № 94н "Об утверждении плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и инструкций по его применению" 2. Приказ Минфина РФ от 13.05.1995 г. № 49 "Методические указания по инвентаризации имущества и финансовых обязательств"
4. Организационный уровень	1. Документ по учетной политике предприятия 2. Рабочий план счетов 3. График проведения инвентаризаций имущества и обязательств 4. График документооборота

В условиях рыночной экономики на предприятии необходимо уделять большое внимание рациональному управлению материально- производственными запасами, так как при совершенствовании управления материальными ресурсами можно повысить качество выпускаемой продукции, снизить себестоимости, обнаружить резервы роста эффективности производства, а так же выявить потери и брак при производстве. В случае рационального использования материально-производственных запасов организация получит возможность эффективно управлять ими [4, с. 240].

Для оперативного управления материальными ценностями возможно осуществлять следующие мероприятия:

1. Наладить работу с поставщиками - заказ на приобретении материалов должен осуществляться только тогда, когда будет утвержден окончательный выбор поставщика. Как следствие, можно сформировать специализированные списки с перечнем поставщиков, самыми важными позициями которыми будут являться качество, цена и сроки.

2. Проверить качество материалов - предварительно необходимо сформировать

ровать нужные требования к приобретаемым товарам и утвердить их в приложении к учетной политике предприятия, чтобы в дальнейшем осуществлять контроль закупаемых МПЗ в соответствии с этими требованиями.

3. Автоматизировать бухгалтерский и складской учет - учет данных хозяйственных операций должен осуществляться бухгалтерией организации, что даст возможность упростить контроль над имуществом и материально-ответственными лицами.

4. Целесообразно использовать материалы - усилит личную ответственность руководителей, рабочих, а так же специалистов структурных подразделений в рациональном использовании данных ресурсов. Главным условием планирования поступления и расходования средств будет являться нормирование материальных затрат и складских запасов.

В целях повышения эффективности своей деятельности, предприятия должно осуществлять мероприятия, которые будут оказывать влияние на правильное использование материально-производственных запасов и создавать необходимые условия для их реализации.

Список литературы:

1. Агеева О.А. Бухгалтерский учет и анализ: Учебник для академического бакалавриата / О.А. Агеева, Л.С. Шахматова. - Люберцы: Юрайт, 2016.
2. Друри К. Управленческий и производственный учет - М.: Юнити-Дана, 2016
3. Каверина О.Д. Управленческий учет: Учебник и практикум для академического бакалавриата - Люберцы: Юрайт, 2016.
4. Николаева О. Классический управленческий учет / Ольга Николаева, Татьяна Шишкова. - М.: Красанд, 2017

СРАВНЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ МОЮЩИХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПОСУДЫ

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

В настоящее время в реализации находится множество моющих средств для посуды разных торговых марок. Однако мало кто из потребителей обраща-

ет внимание на то, что у нескольких торговых марок может быть один производитель. Так, например, компании АО «Нэфис Косметикс» принадлежат известные бренды и торговые марки «AOS», «BiMax», «Sorti», «Биолан», «Я родился» [4]. Компания «Henkel» поставляет моющие средства для посуды «Пемолукс» и «Pril» [3].

На выбор того или иного моющего средства для посуды особое влияние оказывают потребительские свойства товара. Потребительские свойства - совокупность свойств, удовлетворяющих потребности или ожидания индивидуальных потребителей. Примерами таких свойств служат функциональные, эргономические, эстетические свойства, надежность и безопасность [6, с. 124].

Таблица 1

**Результаты оценки маркировки моющих средств
для мытья посуды «AOS бальзам» и «Sorti бальзам с алоэ вера»**

Требования ТР республики Казахстан	Фактические данные	
	«AOS бальзам»	«Sorti бальзам с алоэ вера»
Наименование и обозначение продукции, включая торговое название, данные о составе продукции	Средство для мытья посуды жидкое «AOS бальзам»; состав: АПАВ, НПАВ, амфотерные ПАВ, соль этилендиаминтетрауксусной кислоты, ароматизирующая добавка, краситель, алоэ вера, регулятор pH, консервант	Средство для мытья посуды жидкое «Sorti бальзам с алоэ вера»; состав: АПАВ, НПАВ, соль этилендиаминтетрауксусной кислоты, ароматизирующая добавка, консервант
Сведения о заявителе продукции (наименование, полный адрес)	АО «Нэфис Косметикс», 420021, РФ, респ. Татарстан, г. Казань, ул. Г.Тукая, д. 152, тел.: (843) 570-42-08, факс: (843) 278-31-13, www.nefco.ru	АО «Нэфис Косметикс», 420021, Россия, респ. Татарстан, г. Казань, ул. Г.Тукая, д. 152
Назначение продукции	Средство для мытья посуды	Средство для мытья посуды
Меры по предупреждению опасности	Хранить в недоступном для детей месте	Хранить в недоступном для детей месте
Идентификационные данные партии продукции	Отсутствуют	Отсутствуют
Масса нетто	500 гр.	500 гр.
Срок годности с указанием даты изготовления	Годен 18 месяцев с 22.04.17	Годен 18 месяцев с 05/11/17
Условия хранения	Хранить в сухих помещениях, предохраняя от прямых солнечных лучей, вдали от нагревательных приборов	Хранить в сухих помещениях, предохраняя от прямых солнечных лучей, вдали от нагревательных приборов

Для сравнения потребительских свойств моющих средств для посуды различных торговых марок одного производителя были выбраны следующие

образцы: «AOS бальзам» и «Sorti бальзам с алоэ вера» компании «Нэфис Косметикс».

Основным критерием для проведения сравнения является определение соответствия маркировки образцов требованиям технического регламента Республики Казахстан «Требования к безопасности синтетических моющих средств и товаров бытовой химии» [1]. Результаты оценки маркировки моющих средств для мытья посуды «AOS бальзам» и «Sorti бальзам с алоэ вера» указаны в таблице 1.

Вывод: при анализе маркировки образцов «AOS бальзам» и «Sorti бальзам с алоэ вера» выявлено несоответствие требованиям технического регламента Республики Казахстан «Требования к безопасности синтетических моющих средств и товаров бытовой химии», поскольку у обоих образцов отсутствуют сведения по пункту - идентификационные данные партии продукции.

Также для образцов были проведены испытания на моющую способность (для оценки функциональных свойств) и на показатель активности водородных ионов (для оценки безопасности). В результате испытаний установлено:

- для «AOS бальзам»: моющая способность (пенообразование) составила - 93,48%, что соответствует нормируемому значению – не менее 80%; показатель активности водородных ионов равен 7,19, что соответствует нормируемому значению 3-11,5;

- для «Sorti бальзам с алоэ вера»: моющая способность (пенообразование) составила - 94,85%, что соответствует нормируемому значению – не менее 80%; показатель активности водородных ионов равен 7,69, что соответствует нормируемому значению 3-11,5 [2].

При сравнении потребительских свойств моющих средств для посуды «AOS бальзам» и «Sorti бальзам с алоэ вера» был проведен метод экспертной оценки. Результаты проведенной оценки указаны в табл. 2.

Экспертные методы – методы оценки, проводимой группой экспертов в условиях неопределенности или риска. Достоинства экспертных методов: позволяют принимать решения, когда другие методы неприемлемы; обладают вы-

сокой воспроизводимостью результатов, так как экспертная оценка складывается из мнений нескольких экспертов; достаточная точность оценки [5, с. 108].

Таблица 2

Результаты оценки потребительских свойств моющих средств для мытья посуды «AOS бальзам» и «Sorti бальзам с алоэ вера»

Потребительские свойства	«AOS бальзам»	«Sorti»
Функциональные свойства - моющая способность (пенообразование)	5	5
Безопасность: показатель активности воородных ионов (pH)	4,5	5
Эргономические свойства	4,5	4,75
Эстетические свойства	4,5	5
Итого:	4,63	4,94

Вывод: При сравнении потребительских свойств моющих средств для мытья посуды «AOS бальзам» и «Sorti бальзам с алоэ вера» видно, что по функциональным свойствам оба образца имеют одинаковые оценки. По остальным потребительским свойствам образец - «AOS бальзам» уступает образцу – «Sorti бальзам с алоэ вера». По результатам итоговой оценки наиболее высокую получил образец – «Sorti бальзам с алоэ вера».

В результате сравнения потребительских свойств моющих средств для мытья посуды «AOS бальзам» и «Sorti бальзам с алоэ вера» путем экспертной оценки установлено, что образец «Sorti бальзам с алоэ вера» имеет ряд преимуществ по сравнению с образцом «AOS бальзам». Однако при оценке маркировки у обоих образцов выявлено несоответствие требованиям технического регламента Республики Казахстан «Требования к безопасности синтетических моющих средств и товаров бытовой химии».

Список литературы:

1. Об утверждении технического регламента «Требования к безопасности синтетических моющих средств и товаров бытовой химии»
2. ГОСТ 32478-2013 Товары бытовой химии. Общие технические требования
3. Бренды и бизнес-подразделения [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.henkel.ru/brands-and-businesses>
4. Группа компаний «Нэфис групп» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.nefco.ru/>
5. Зонова Л.Н. Теоретические основы товароведения и экспертизы: учебное пособие для бакалавров / Л.Н. Зонова, Л.В. Михайлова, Е.Н. Власова -

- М.: Дашков и К, 2018.
6. Николаева М.А. Теоретические основы товароведения: учебник - М.: Юр.Норма, НИЦ ИНФРА-М, 2015.

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ УПАКОВКА

Ваулина Олеся Владимировна

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

научный руководитель: Мазунина Татьяна Александровна

кандидат фармацевтических наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

За последние десятилетия уровень загрязнения окружающей среды бытовыми отходами возрос в несколько раз. По данным Минприроды РФ, масштабы скопившегося на полигонах бытового мусора в России достигли запредельных размеров. Исследования показали, что в нашей стране одним из основных источников загрязнения окружающей среды является использованная полимерная упаковка, для которой еще не разработаны способы безопасной переработки и утилизации. Ее доля от общей массы всех отходов составляет в среднем 8,5 млн. т/год т.е. около 9%. Поэтому в настоящее время возникла острая необходимость в разработке и производстве экологичной т.е. биоразлагаемой упаковки для различных товаров с целью снижения объемов загрязнения [2].

В связи с этим целью написания данной статьи является изучение основных аспектов, касающихся разработки, производства и использования экологической упаковки не только в России, но и в других европейских странах.

Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи: рассмотреть современные материалы, из которых производят экологическую упаковку; изучить ее основные свойства и преимущества; провести общий анализ рынка экоупаковки в нашей стране и других странах Европы; сделать выводы о ее эффективности и целесообразности применения.

На сегодняшний день основным трендом в сфере производства упаковки, обладающей свойствами самоутилизации, является использование экологичных материалов. Это позволяет снизить негативное воздействие на природу. Под экологической упаковкой подразумевают упаковку, которая в процессе эксплуатации и утилизации не наносит существенного вреда окружающей среде. Ос-

новые требования, которые к ней предъявляются, это ее быстрое и бесследное самоуничтожение в природе, а также сохранение основных функциональных и потребительских свойств при эксплуатации [1].

В современных условиях потребность в упаковке, произведенной из биоразлагаемых материалов, достаточно велика. В 2017 году по всему миру потребление экологической упаковки по всему миру достигло 43 тысяч тонн. По статистическим данным объем отечественных упаковочных изделий в России ежегодно увеличивается более чем на 10%. На сегодняшний день, в нашей стране доля экологической упаковки на отечественном рынке растет достаточно быстрыми темпами. Связано это, прежде всего, с повышением уровня экокультуры российских потребителей и увеличением их интереса к натуральным продуктам. По прогнозам, рост рынка экологической упаковки в России продолжится, и к 2019 году он составит уже 47% всех товаров [5].

Между тем, проведенные в разных странах исследования показали, что с популяризацией здорового образа жизни люди все чаще стали отказываться от пластиковой и полиэтиленовой упаковки в пользу крафтовой бумаги и гофрокартона. Популярность картонно-бумажной и гофрокартонной упаковки обусловлена, в первую очередь, ее экологичностью, безвредностью, удобством в использовании, а также устойчивостью к механическому и температурному воздействию. В 2010 году Международным институтом исследования окружающей среды и энергии были проведены исследования. Они показали, что, по сравнению с другими видами упаковочных материалов, упаковка из бумаги и картона практически не загрязняет окружающую среду, так как в отличие от упаковок, изготавливаемых из пластмасс, почти полностью разлагается и самоуничтожается в природных условиях. Сегодня на долю картонно-бумажной и гофрокартонной упаковки приходится около 45-50% от всей производимой упаковки [3].

На сегодняшний день, с точки зрения экологичности, весомую конкуренцию бумажно-картонной упаковке составляет упаковка, произведенная из биоразлагаемых полимеров. Такие полимеры получают из возобновляемого расти-

тельного сырья — кукурузы, картофеля, пшеницы, древесины тополя и осины и т.д. Например, упаковка, произведенная из PLA-полимера, попадая в почву, способна разлагаться в течение 45 дней. Похожими свойствами обладает и экоупаковка из другого биоразлагаемого материала *Lean*. Доказано, что использование такой упаковки, в сравнении с другими упаковочными изделиями, произведенными из полимерных материалов, на 30-70% сокращает пагубное воздействие на окружающую среду [1].

В отличие от России, в большинстве развитых стран Европы и Соединенных Штатах Америки активно разрабатывается и пропагандируется применение экологичной упаковки во всех сферах общественной жизни. В связи с этим она становится особенно популярной среди обычных потребителей, что способствует поиску и появлению абсолютно новых видов экологической упаковки. Например, сотрудник бормунтского университета Великобритании создал упаковку, которая полностью состоит из экологичных и биоразлагаемых материалов. Главная ее фишка заключается в том, что внутрь были помещены семена растений. Таким образом, упаковка полностью разлагается и абсолютно безопасна для окружающей среды. Кроме того, не так давно в США разработали совершенно новую сверхэкологичную упаковку. В процессе ее производства применяется специально разработанное вещество *Mycobond*, которое имеет натуральную основу. Такая упаковка способна полностью разлагаться на безопасные вещества и может применяться в качестве удобрения. Сравнительно недавно фирмой *Deutsch W* была разработана пластмасса, которая способна к полному разложению под воздействием природных факторов на углекислый газ и воду, в течение 2-3 лет. В европейских странах такой материал, в настоящее время, используют для упаковки фармацевтической и косметической продукции [4].

Также все большую популярность приобретает экоупаковка на основе крахмалов полимолочной кислоты натурального зерна. В процессе эксплуатации она достаточно хорошо сохраняет внешний вид и способна к разложению после использования в течение 2-4 лет под воздействием на нее прямых лучей и

биобактерий. В России биоразлагаемую упаковку чаще всего создают на основе крахмало- и глюкозопродуктов, которые получают из крахмалосодержащих и глюкозосодержащих растений. В настоящее время такую упаковку активно используют производители молочной продукции, например, молочный комбинат «Воронежский» и «Политек». В последнее время в качестве упаковочного средства активно применяется биоразлагаемая пленка. Ее основой выступает растительное сырье и определенные полимерные материалы. Особенность такой пленки в том, что она достаточно хорошо сохраняет все физико-механические особенности полимерного пластика и обладает способностью к биоразложению в течение 3-5 лет [3].

По данным аналитиков, мировой спрос на биоразлагаемую упаковку в 2018 году достигнет 1,7 млн. тонн, что в денежном выражении составляет 2,8 млрд. долларов. Стимулирует такие процессы не только экологическая чистота производимой упаковки, но и возможность сокращения выбросов вредных веществ в атмосферу при ее утилизации [4].

Производимая в настоящее время экологическая упаковка имеет достаточно много преимуществ. В первую очередь это ее эмоциональная привлекательность для потребителей. Дело в том, что современные люди все чаще стремятся заботиться о природе, поэтому на подсознательном уровне думают, что использование такой упаковки абсолютно не нанесет никакого вреда окружающей среде. Также современная экологическая упаковка отличается достаточной функциональностью и экономичностью. Ярким примером является тот факт, что многие виды экологической упаковки создаются таким образом, чтобы можно было открывать и закрывать их несколько раз. За счет многократного применения конкретной упаковки сокращается количество потребительских отходов [6].

Таким образом, потребность в разлагаемых упаковках достаточно велика. Применение экологической упаковки способствует значительному сокращению потребительских отходов. Благодаря своим специфическим особенностям такая упаковка находит отклик у покупателей и с каждым годом становится все более

востребованной во всех областях. Хотя в нашей стране экологическая упаковка еще не достаточно популярна среди производителей и потребителей, как в странах Европы и США, но все же на данный момент активно ведутся исследования по разработке специальных биоразлагаемых упаковочных материалов, на основе различных видов крахмалов, крахмалосодержащих продуктов, технических лигнинов и белков.

Список литературы:

1. Локс Ф. Упаковка и экология: Учебное пособие / Пер. с англ. О.В. Наумовой под ред. В.А. Наумова. М: Изд-во МГУП, 1999.
2. Мусорная статистика в России. » [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.mnr.gov.ru/press/publication>
3. Самые перспективные виды экологической упаковки. » [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://tak-agency.com>
4. Экологическая упаковка-реальность или отдаленное будущее? » [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://article.unipack.ru/60316>
5. Экологические тенденции на рынке упаковки. » [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://studopedia.ru/12_133261_ekologicheskie-tendentsii-na-rinke-upakovki.html
6. Преимущества экологической упаковки. » [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://vbiznese.org/preimushchestva-ekologicheskoy-upakovki-s-uchetom-ee-psikhologicheskogo-vliyaniya-na-pokupatelya.html>

СОСТАВ ИНВЕНТАРИЗАЦИОННЫХ КОМИССИЙ КАК ИНДИКАТОР КАЧЕСТВА ПРОВЕДЕНИЯ ИНВЕНТАРИЗАЦИИ

Викторович Кристина Леонидовна

студент Полесского государственного университета

научный руководитель: Данилкова Светлана Анатольевна

кандидат экономических наук, доцент, DipIPFM (UK)

Полесского государственного университета

В процессе осуществления промышленными предприятиями финансово-хозяйственной деятельности возникают затруднения в сфере обеспечения безопасности активов, их рационального и экономичного использования, предотвращение непроизводительных расходов активов. С целью контроля за сохранностью активов, а также для обеспечения реальности и точности данных бухгалтерского учета, применяется инвентаризация. Качество проведения инвентаризации возлагается на инвентаризационную комиссию (далее - Комиссия).

Проблема состава Комиссии является актуальной, поскольку важным фактором качественного проведения инвентаризации выступает верность определения ее результатов и оформление соответствующих документов, что раскрывает цель Комиссии.

На крупных предприятиях создаются центральные и рабочие Комиссии. Такая необходимость вызвана тем, что при наличии только рабочей Комиссии на предприятии организация процесса инвентаризационных работ полностью возлагается на бухгалтерскую службу предприятия, что увеличивает спектр обязанностей ее работников, а также степень ответственности за выявленные результаты в ходе проведения инвентаризации активов, тем самым препятствуя должному исполнению непосредственных обязанностей работника бухгалтерской службы.

В целях решения поставленной проблемы автором предлагается распределения обязанностей между центральной и рабочими Комиссиями. В связи с этим, основные обязанности, которые необходимо выполнять членам центральной Комиссии представлены автором на рис. 1.

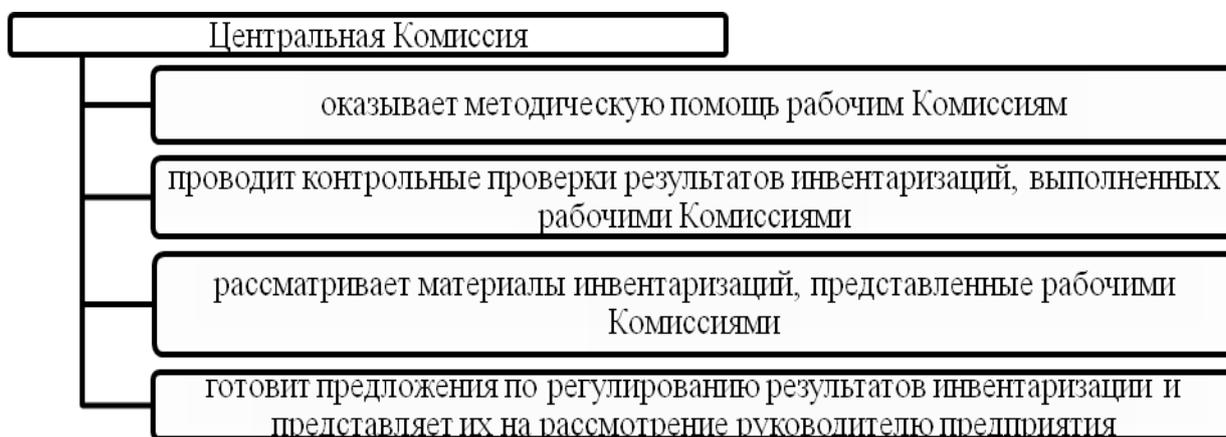


Рис. 1. Обязанности центральной инвентаризационной комиссии

Таким образом, по данным, представленным на рисунке 1, центральная Комиссия выполняет организационно-контрольные функции, а именно проводит плановые и выборочные инвентаризации, в том числе контрольные проверки в межинвентаризационный период. Стоит отметить, что выборочные инвентаризации данной Комиссией проводятся в том случае, если на предприятиях, имеющих большую номенклатуру активов.

В контексте данной темы необходимо представить перечень важнейших обязанностей, которые необходимы выполнять рабочими комиссиями при проведении инвентаризаций (рис. 2).

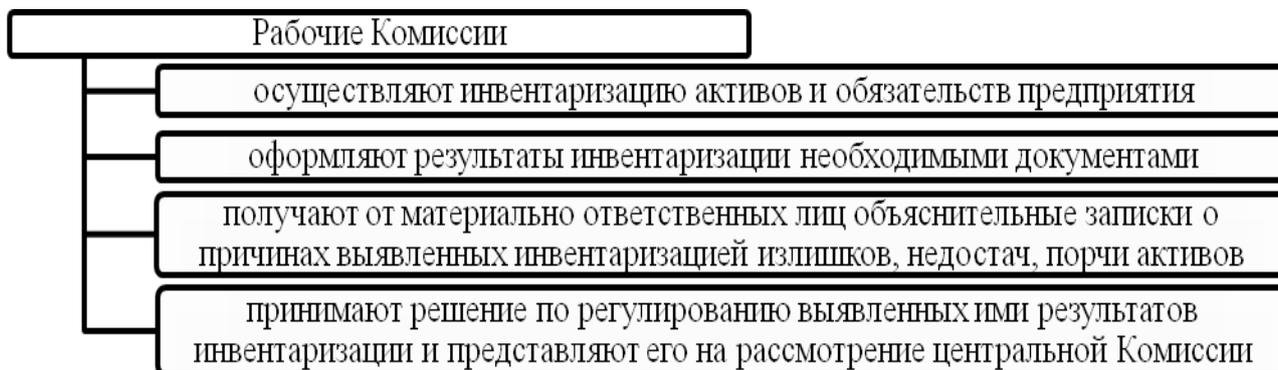


Рис. 2. Обязанности центральной инвентаризационной комиссии

Таким образом, по данным рисунка 2 можно сделать вывод, что рабочие Комиссии осуществляют плановые проверки активов предприятия, участвуют в определении результатов проверки. Такие Комиссии создаются обычно при больших объемах работ или при территориальной разобщенности активов в целях одновременного проведения проверки активов и финансовых обязательств. Стоит отметить, что рабочие Комиссии утверждаются на весь отчетный год и проводят разовые инвентаризации.

Необходимо упомянуть о том, что отличия между центральной и рабочими Комиссиями заключаются не только в перечне их обязанностей, но и в других факторах, представленных автором в таблице.

Таблица

Отличия и сходства инвентаризационных комиссий

Признак отличия либо сходства	Центральная комиссия	Рабочие комиссии
Состав комиссии	1) руководитель предприятия или его заместитель (или начальник структурного подразделения) (председатель комиссии) 2) главный бухгалтер или его заместитель (руководитель специализированного предприятия, ведущей бухгалтерский учет) 3) начальники структурных подразделений (служб) 4) работники предприятия	1) представитель предприятия, назначившего инвентаризацию (руководитель или его заместитель, начальник структурного подразделения - председатель комиссии) 2) специалисты: товаровед, инженер, технолог, механик, производитель работ, экономист, работник бухгалтерской службы и другие

Признак отличия либо сходства	Центральная комиссия	Рабочие комиссии
Продолжительность	На длительный срок (год, два или бессрочно) до момента увольнения одного из членов комиссии	Создаются для проведения инвентаризации, если на предприятии значительный объем инвентаризационной работы, который не может быть обеспечен центральной Комиссией
Наличие на предприятии	Создаются на каждом предприятии для целей инвентаризации	Не создаются, если на предприятии небольшой объем проведения инвентаризационных работ
Цель	Непосредственное проведение инвентаризации активов предприятия, участие в определении результатов проверки и оформление соответствующих документов	

Таким образом, по данным таблицы можно сделать вывод, что несмотря на наличие отличий между Комиссиями, их сущность объединяет общая цель, которая состоит в организации механизма проведения инвентаризационных работ на предприятиях. По мнению автора, существенным фактором качественного проведения инвентаризации является правильно сформированный состав Комиссий, поскольку наличие практического опыта, должных знаний и навыков специалистов влияет на достоверность результата инвентаризации.

Список литературы:

1. О бухгалтерском учете и отчетности: Закон Республики Беларусь от 12.06.2013 г. № 57-З. (в ред. Закона от 17.07.2017 г. № 52-З // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 ООО «ЮрСпектр». Минск, 2018.
2. Инструкция по инвентаризации активов и обязательств: утв. постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30.11.2007 № 180 (в ред. Постановления от 22.04.2010 № 50) // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000. ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ: УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМ ПРОЦЕССОМ

Владимирова Полина Владимировна
студентка Пермского агропромышленного техникума
научный руководитель: Мехоношина Ольга Владимировна
преподаватель профессиональных дисциплин
Пермского агропромышленного техникума

В инновационной деятельности решения проблем в последние время ста-

новятся всё более актуальными. Обычно это происходит из-за усиливающегося понимания компанией того, что инноваций во всех сферах жизни, не останется без новшеств в производстве, финансах и в управлении. Собственно инновации все ближе подходит к развитию экономического рынка, кроме совершенствования качества, так же увеличивается ассортимент товаров и услуг, производство современных методов производства, продажи продукции, росту выполнения управления.

Основной проблематикой в инновационном процессе на предприятии предполагается особая сложность четко поставленного процесса и немаловажная возрастающая востребованность в области менеджмента.

Инновационный менеджмент управления охватывает стратегию и тактику. В стратегии существует общее направления и способы применения новых средств для достижения назначенных целей. Стратегия позволяет сосредоточить стремление на вариантах решений, не противоречащих выбранной стратегии, оставив прочие варианты. После достижения назначенных целей стратегия перестает существовать. Новые цели устанавливают задачу разработки новой стратегии.

Тактика предполагает определенные методы и приемы для достижения назначенной цели в определенных соглашениях. Задача тактики в инновационном менеджменте состоит из искусства предпочтения наилучших решений и приемов результата таких решений, наиболее допустимых в данных хозяйственных условиях.

Инновационный процесс обуславливает технологические системы оценки всевозможных инновационных задач и правильность оценивания такого процесса. Само понятие инновационной задачи располагает конфигурацию нововведений, когда как производственная система причастна и готова к такому введению, или склоняется от инноваций, в то же время, когда как, они противоречат вниманию предприятия, или когда производственная система неподготовлена к такому введению, а у распоряжающейся подсистемы нехватка эффективных рычагов воздействия.

На сегодняшний день, в менеджменте инновационные процессы выдвигаются как непростые и востребованные для осуществления анализа развития. Для таких ситуаций нужны специалисты, выполняющие всевозможные организационно-экономические моменты инноваций – инновационные менеджеры.

Итоги изучения нестандартной инновационных работ на предприятиях, благодаря опыту инноваций в крупных мировых компаниях можно выделить главные проблемы социально-экономической адаптации инновационного развития:

1. Неизменяемое, формирование компаний, которое из-за несостоявшейся в этой системе управленческой деятельности инновациями и отвечающих за них организационных структур предприятия, не способны модифицироваться.

2. Значительный риск в области инноваций, который относится напрямую из-за шаткости в политической деятельности государства, а также из-за экономических условий в области инноваций. Проявляется благодаря сложности составления исследований маркетинга, установлении спроса на инновационную продукцию и охраняемого имущества.

3. Особое использование собственниками и топ-менеджерами холдингов, предприятий разовых реконструкций, компаний и реорганизаций взамен составления системных инновационных разработок. Выражается из-за наличия нужных квалификационных топ-менеджеров и собственников капитала по причине недостаточной организованности управленческими новыми методами на предприятиях.

4. Сильный отпор инновациям со стороны персонала организации. Проявляется в результате наличия феномена отпора инновациям, который содержится в боязни от смутных, характерных инновациям изъяна отчетливых формализованных функций и надлежащих им мотивации, квалификации, полномочий и ответственности.

5. Избыточный интерес от предприятий к инновациям, который определен внутри экономического рынка, вызванный тем самым избытком стимулов для инноваций у множества российских компаний, вырабатывающих продук-

цию для внутреннего экономического рынка. Компании, при этом вырабатывающие продукцию на вывоз, должны применять инновации для удержания своей конкурентоспособности.

6. Особая сохранность функционирующих технологий предварительно введенных новых инноваций владельцев капитала и менеджеров из-за отсутствия наличия утилитарного метода применения пропущенного убытка или альтернативных издержек, сверх рассмотрения технологических разрывов и определения предприятиями в практической части.

7. Низкая заинтересованность в области инновационных исследованиях как к единому процессу, охватывающему все направления производства предприятия, ограниченная оценка под инновационным развитием – научно-технического развития, а под инновациями только продуктовых и технологических нововведений. [1, с. 102].

Российским компаниям, в общей сложности выделяется малая часть заинтересованности вопросам подавления данной деятельности в области инноваций, не раз компании наталкиваются с трудноразрешимыми помехам в реализации инноваций.

Компетентность инновационно-управленческой деятельности предлагает другой анализ проблем в каждом положении креативного отбора, средств и технологий обновления объектов следующим образом: чувствительность к собственным нововведениям; возможность рассмотреть другие части в абсолютно устоявшемся; возможность посоветовать новые пути решения данной проблемы; согласие к работе управляющего; возможность объяснить наступающие соответствующий ответ на решение, а так же поступки в социально-образовательных учреждениях. Подобные решения напрямую объединены с личными характеристиками реформируемого предмета, то по характеру его обращенной модификации разрешается судить в обусловленной степени об уровне инновационно-управленческой компетентности субъекта руководителя.

Компетентность руководителей анализируется (рис. 1) на готовности и способности менеджера распоряжаться инновационными процессами. Сложная

и полифункциональная структура, в качестве деятельности, представляет как инновационный потенциал. Такой потенциал менеджера, как управляющего рассматривается приспособленность собственности к изменениям, чувствительности вместе с трудоспособностью на разных уровнях социально-образовательного взаимодействия, необходимая для осуществления результата в области управленческой и инновационной деятельности. Проблематика инновационного потенциала состоит из действий систем в области экономических положений и дефиците идей научно-технического развития.

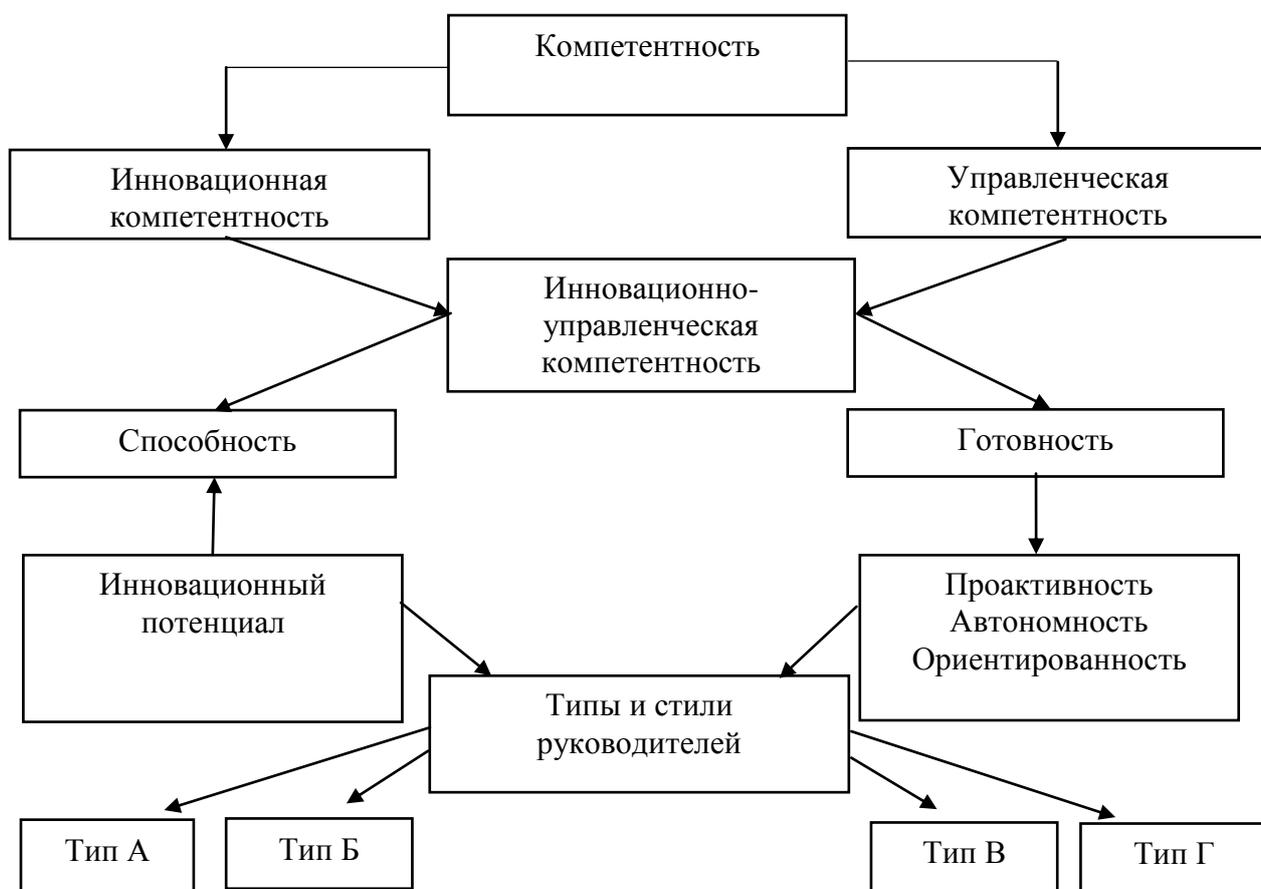


Рис. 1. Схема компетентность руководителей в инновационно-управленческой деятельности

К улучшению прогресса управления инновационным развитием предприятия представляется подходить системно, требуемое к принятию мер должны обладать все этапы инновационного процесса. Важно знать, что, если улучшить только один этап, независимо от других, подобные действия смогут привести к небольшим изменениям окончательных результатов.

Рассмотрение отличительные черты и тенденции, а также главные проблемы приспособления российских предприятий к инновационному формиро-

ванию позволяет разрабатывать назначения по управлению инновационным развитием различных процессов, обращенные на увеличение их конкурентоспособности, как и на рост эффективности инновационной деятельности предприятий.

Список литературы:

1. Дикарева В.А. Научно-технические и организационно-управленческие инновации – важнейший фактор ускорения социально-экономического развития реального сектора экономики // Проблемы современной экономики, 2009.

ОБЗОР РЫНКА ЧИСТЯЩИХ И МОЮЩИХ СРЕДСТВ

Власова Ксения Юрьевна

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

научный руководитель: Симанова Ирина Марковна

кандидат фармацевтических наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

В связи со стремительными темпами развития химической промышленности увеличился ассортимент товаров бытовой химии. Линейки предложений от изготовителей очень широки: они предлагают, как товары эконом класса, так и дорогостоящую продукцию с компонентами, которые являются экологически чистыми и имеют органическую составляющую. Современный быт человека уже нельзя представить без использования различных моющих и чистящих средств.

В настоящее время в России рынок чистящих и моющих средств представлен главным образом зарубежными производителями или же отечественными предприятиями с иностранным капиталом. На данные предприятия в нашей стране приходится примерно 65% продаж. На рисунке 1 представлен ассортимент синтетических моющих средств.

Согласно рис. 1 можно сделать вывод, что 53% ассортимента синтетических моющих средств приходится на стиральные порошки, 20% занимают ополаскиватели, кондиционеры и жидкости для замачивания и ароматизации. Доля средств для мытья посуды составляет 10%, в то время как на хозяйственное мыло и средства для ухода за сантехникой приходится 5%.

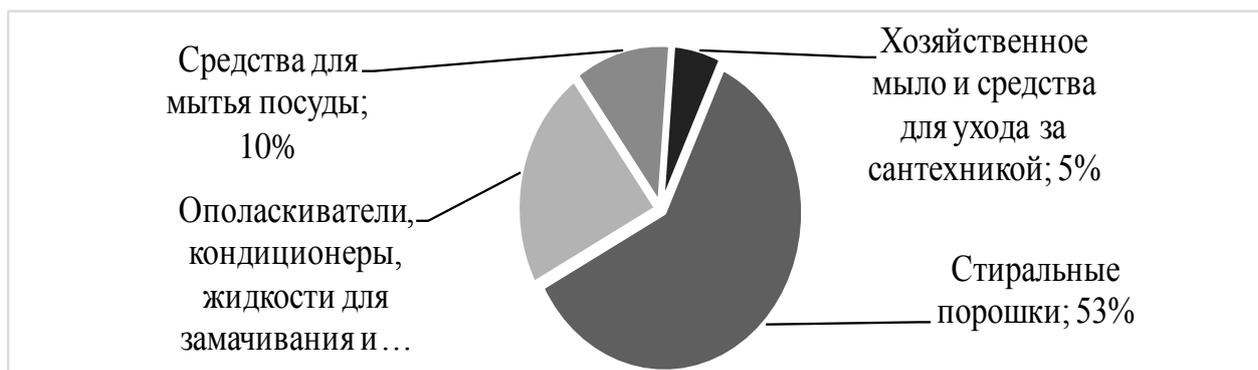


Рис. 1. Ассортимент синтетических моющих средств [2]

Стоит отметить, что за последний год продажи средств для мытья посуды снизились на 7,1% в натуральном выражении, тогда как годом ранее выросли на 4,4%.

Рассмотрим наиболее популярных участников рынка бытовой химии в России (рис. 2).

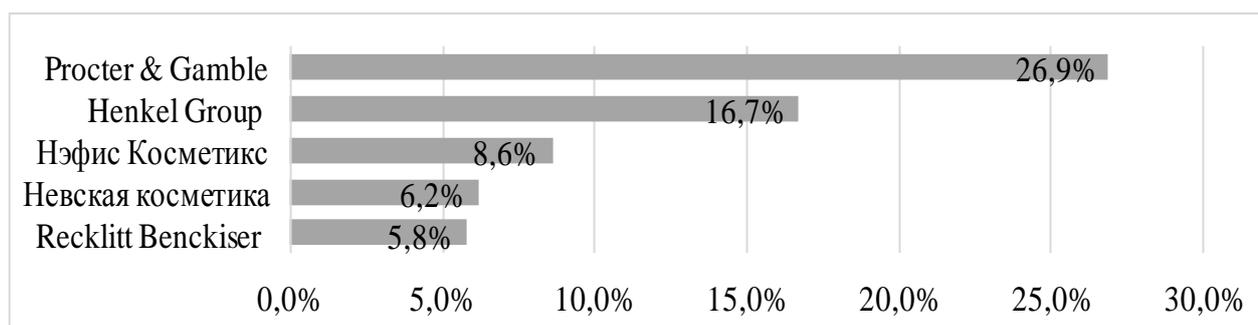


Рис. 2. Основные участники российского рынка бытовой химии в 2016 году, % [2]

Одна из известных компаний Procter & Gamble – это американская транснациональная компания – лидер рынка. Свою продукцию данная компания выпускает под следующими торговыми марками: Fairy, Tide, Ariel, Миф, Асе, Mr.Clean, Lenor, Comet, Mr. Proper, и др. Более 70 предприятий направлены на выпуск промышленно-бытовой химии разного назначения, большинство из них осуществляет свою деятельность в розничном секторе. Доля продукции компании Procter & Gamble от общего объема выпускаемой бытовой химии составляет около 26,3%.

Далее следует немецкая компания «Henkel Group», выпускающая следующие бренды: моющие и чистящие средства Persil, Pril, Bref, Vernel, «Пемолукс», «Пемос», «Дени» и др. Продукция этой фирмы в России занимает 16,7%

от общего объема производства бытовой химии.

Отечественное предприятие, производящие моющие средства и показывающие большие достижения в этой сфере демонстрирует ОАО «Нэфис Косметикс» г. Казань. Компания выпускает торговые марки - «BiMAX», «Биолан», «Sorti» и «AOS», именно они пользуются широким распространением и востребованностью. Производственная доля компании от общего объема производства бытовой химии в России составляет около 8,6%, а несколькими позициями ниже ЗАО «Невская косметика» - 8,2%.

Последним основным участником является компания «Recklitt Benckiser» (Великобритания) является довольно популярной. Она реализует торговые марки: Dosit, Cilit Bang, Vanish и др. Доля продукции компании от общего объема выпускаемой бытовой химии – 5,8% [2].

Частные марки средств по уходу за домом представлены не широко. Это связано с тем, что крупные бренды имеют довольно большой масштаб производства и во многом универсальны. Высокая доля частных марок отмечается в таких категориях, как освежители воздуха (24 % в натуральном выражении), средства для прочистки труб (18,3 %), отбеливатели (17,1 %). Наименьшее количество частных марок представлено в крупных категориях - стиральные порошки, чистящие средства и средства для мытья посуды (руками) [3].

Согласно исследованию, проведенному маркетинговой компанией Nielsen, в нашей стране рынок средств по уходу за домом с февраля 2016 г. по март 2017-го по отношению к тому же периоду годом ранее продемонстрировал рост продаж на 2,1% в денежном выражении, что значительно меньше показателя, зафиксированного в феврале 2015 года - марте 2016-го (+11,5%). Стоит отметить, что в натуральном выражении за продажи снизились на 2,5%, в то время как в 2016 г сокращались на 1,6%.

Темпы роста средней стоимости за единицу товара заметно снизились: с февраля 2016 года по март 2017-го цена возросла на 5% к тому же периоду годом ранее, тогда как год назад - на 18,3% [1].

Директор по работе с глобальными компаниями «Nielsen» Марина Ла-

пенкова считает, что отрицательная динамика связана со снижением покупательской способности, в виду роста цен население придерживается бережливой модели поведения и переключается на экономное потребление. Именно поэтому потребители покупают универсальные средства вместо специализированных. Но стоит отметить, что возрос интерес к жидким порошкам (гелям), которые имеют более экономный расход при пересчете на одну стирку.

Проведенное исследование установило, что средства для мытья посуды пользуются активным спросом весенне-летний период, когда во многих домах отключают горячую воду, а также в период дачного сезона [1].

Маркетологи отмечают постоянное расширение ассортимента моющих и чистящих средств с различными фруктовыми и цветочными запахами, но лидирующие позиции по-прежнему занимают традиционные ароматы – лимон, хвоя, морской бриз.

Отмечается, что популярностью у потребителей пользуются экологичные чистящие и моющие средства, такие марки как Eсо, Ecover, Synergetic, Ecoroom и др. Одним из главных достоинств является применение исключительно натуральных ПАВ в основном растительного происхождения [2].

Основные каналы сбыта средств по уходу за домом на рис. 3.

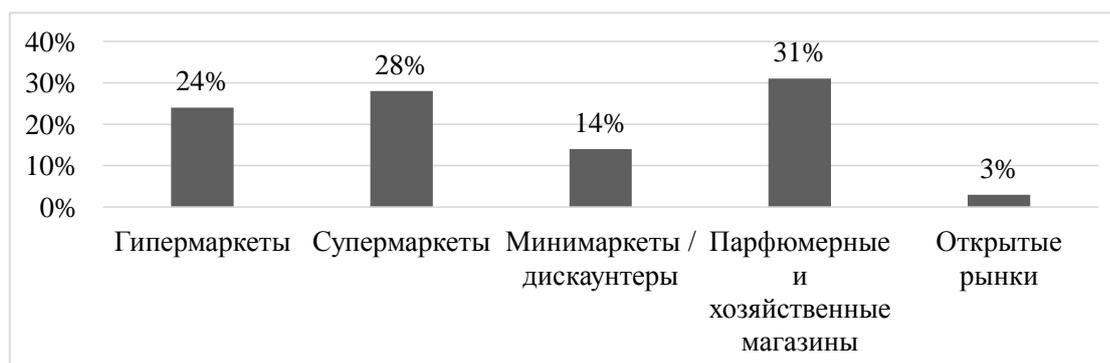


Рис. 3. Основные каналы реализации средств по уходу за домом

Согласно рис. 3, основным каналом сбыта являются парфюмерные и хозяйственные магазины они составляют 31% в продажах средств по уходу за домом в денежном выражении, далее следуют супермаркеты с долей 28% и гипермаркеты – 24%. Стоит отметить, что с февраля 2016 года по март 2017 г. в

денежном выражении был зарегистрирован рост в супермаркетах (+6,9%) и в гипермаркетах (+2,2%). Тем временем реализация в парфюмерных и хозяйственных магазинах уменьшилась по сравнению с прошлым годом на 0,7% в денежном выражении [3].

Таким образом, рынок товаров бытовой химии насыщен различными наименованиями чистящих и моющих средств, компании-производители которых продолжают совершенствовать и расширять ассортимент.

Список литературы:

1. Демидова А. Россияне сократили покупки моющих средств и бытовой химии / РБК. – 2017.
2. Зубарева И. Хлор ушел в отставку / Российская газета. - 2016. С.4.
3. Ситуация и тенденции: российский рынок средств по уходу за домом. [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.schott.com/pharmaceutical_systems/russian/news/press.html?NID=com4901
4. Тоболин А. Бренд бытовой химии: чтобы ни пятнышка! / Брендинговое агентство KOLORO. [Электронный ресурс] – Режим доступа: koloro.ru/blog/brending-i-marketing/dizayn-bytovoy-khimii-brendingovoe-agentstvo-koloro.html

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ В СФЕРЕ ТЕХНИЧЕСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ И РЕМОНТА ВОЗДУШНЫХ СУДОВ

Волкова Мария Николаевна

студент Московского авиационного института

научный руководитель: Калугина Галина Александровна

кандидат экономических наук, доцент

Московского Авиационного Института

В современном мире функционирование воздушной инфраструктуры является ключевой сферой жизни общества. Требования к процессам ТОиР регламентируются на международном уровне, национальными законодательствами и регламентами концернов-производителей. ТОиР включает в себя не только поддержание самолетов в состоянии летной годности, но и проведение модификаций и продление срока эксплуатации. Поэтому важно построить процесс, ориентированный на качество услуг. Определение содержится в ГОСТ Р ИСО 9001-2015: «Качество - степень соответствия совокупности присущих характеристик объекта требованиям» [1].

Периодичность и состав работ определяется регламентом ТО, который разрабатывается на основании стандартов трехсторонней группой: заводом-изготовителем, представителями авиационных властей и эксплуатантами судов. На международном уровне действует Приложение 6 к Конвенции о международной гражданской авиации «Эксплуатация воздушных судов» [2]. В России данный вопрос регулирует Управление поддержания лётной годности воздушных судов Федерального агентства воздушного транспорта [3].

Основным требованием является поддержание систем в состоянии целостности и соответствия функциональному назначению и сохранение ресурса производительности. Из этого следует совокупность измеримых величин – технологический аспект качества.

Кроме него, качество услуги включает в себя степень субъективной удовлетворенности конечного потребителя - социологический аспект [4, с. 16]. Чтобы уравновесить их, необходимо ввести еще один – экономический – ценность услуги для потребителя, соответствие ее цены реальной стоимости. И поскольку ТОиР - услуга, выполняемая в течение интервала времени – имеет смысл выделить временной аспект. Он является чрезвычайно важным – работы должны выполняться в заявленные сроки для минимизации простоев. Таким образом, качество услуг по ТОиР самолетов состоит из технического, временного, экономического и социологического аспектов. Для совершенствования услуги требуется одновременно улучшать все вышеназванные составляющие (рис. 1).

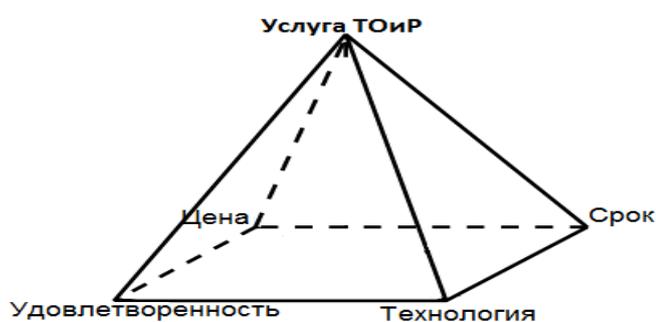


Рис. 1. Аспекты качества, составляющие услугу ТОиР

Для того чтобы задать правильное направление развития каждого аспекта качества, целесообразным видится рассмотреть Capability Maturity Model

Integration (СММІ) — набор моделей совершенствования процессов. Так, в любом процессе можно выделить пять градаций его зрелости [5]:

- выполняемый процесс – реализуемый процесс достигает явно идентифицированных результатов;
- управляемый процесс – выполняемый процесс осуществляется под определенным целевым управлением;
- устоявшийся процесс – управляемый процесс выполняется на основе стандартного процесса–модели;
- предсказуемый процесс – устоявшийся процесс выполняется в заданных количественных пределах;
- совершенствуемый процесс – предсказуемый процесс динамически адаптируется под бизнес-цели компании.

Таким образом, на основании данной методологии оценки зрелости процессов видится целесообразным по методу аналогии разработать схожий подход (рис. 2) для классификации зрелости процесса управления качеством в сфере услуг ТООР ВС.

	1) Хаотичное	2) Реактивное	3) Проактивное	4) Сервис-ориентированное	5) Адаптивное
 Технология	Низкая доля ИТ в сфере ТООР	Внедрение систем автоматизации обработки заказ-нарядов	Внедрение систем мониторинга, превентивное и прогностическое направления ТООР	Внедрение технологий бережливого производства	Интеграция с НИОКР, непрерывный выпуск бизнес-инноваций
 Сроки	Отсутствие структурированных процессов	Внедрение процессного подхода	Частичная автоматизация процессов	Процессы полностью автоматизированы и интегрированы с другими подразделениями	Динамическая оптимизация процессов ТООР в соответствие с изменениями рынка
 Цена	Высокие затраты на содержание и развитие услуг ТООР	Активное использование аутсорса и консалтинга	Проактивный мониторинг потребительского спроса	Внедрение системы управления активами для оптимизации затрат	Цепочка добавленной стоимости в услугах ТООР, трансфертное ценообразование
 Удовлетворенность	Отсутствие системы мотивирования и вознаграждения	Работающая модель карьерного роста	Управление на основе ключевых показателей эффективности (KPI)	Внедрение сервисной модели взаимодействия с бизнесом	Подразделение ТООР - партнер основного бизнеса, успешно предоставляющий услуги на внешнем рынке

Рис. 2. Модель зрелости процесса управления качеством в сфере ТООР ВС

Данная модель подразумевает деление управления качеством услуги по ТООР на 5 стадий зрелости в зависимости от рассматриваемого аспекта качества. Рассмотрим более подробно каждое направление совершенствования услуги.

Управление технологическим аспектом включает в себя развитие систем мониторинга для предугадывания поломок, например, с помощью вибрацион-

ного или термоанализа, а также внедрение технологий lean management с целью повышения КПД и отказоустойчивости систем. Финальная стадия зрелости – полная интеграция НИОКР и производства, позволяющая непрерывно выпускать инновации в промышленную эксплуатацию.

Управление временным аспектом подразумевает внедрение систем автоматизации процессов ТОиР и их интеграцию с другими подразделениями, например, объединение складских и производственных процессов.

Для управления экономическим аспектом необходимо понимать себестоимость услуги и детализировать статьи затрат. Сама услуга по ТОиР – составное понятие, в рамках которой оказываются разные сервисы. Соотношение услуг неравноценно – линейное ТО наименее трудо- и ресурсозатратно, ремонт двигателя и тяжелые проверки – наоборот [6]. Все статьи расходов должны быть пропорционально разделены по услугам. Для этого поможет построение сервисно-финансовой модели (рис. 3). На основе данной информации можно сделать следующие выводы: стоимостное выражение услуг и детализация расходов; определение наиболее затратных услуг; поиск путей оптимизации затрат по статьям расходов.

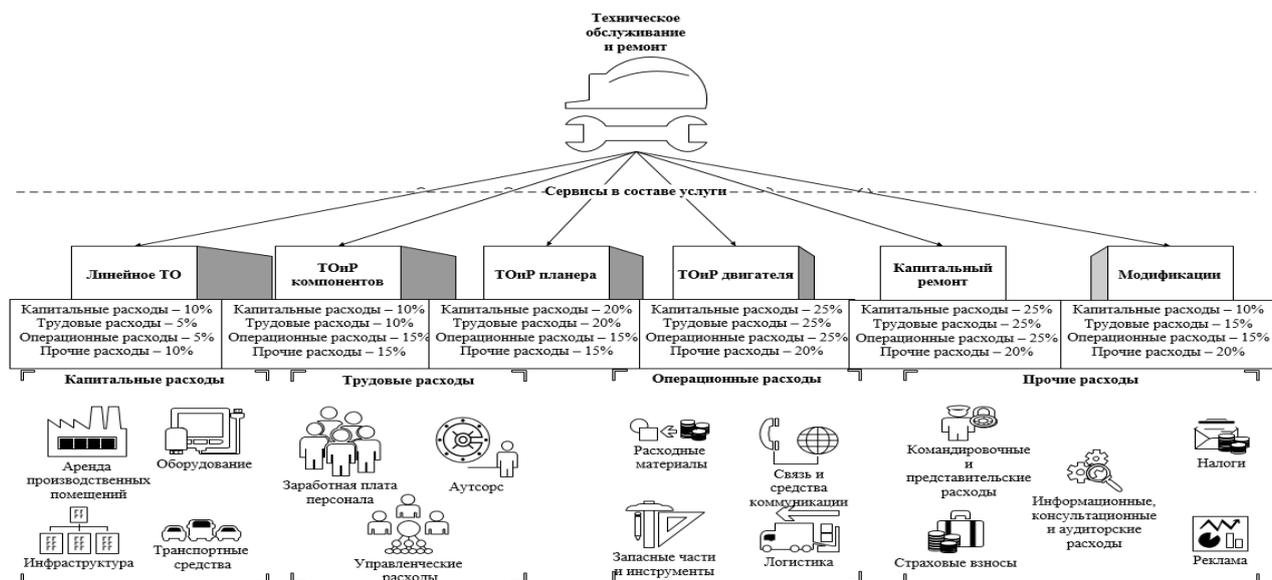


Рис. 3. Пример сервисно-финансовой модели услуг по ТОиР

Управление социологическим аспектом включает обработку жалоб, а также опросы потребителей, учет пожеланий и определение уровня удовлетворенности. Как правило, для этих целей действует отдельное подразделение, ко-

торое строит программу развития услуги с учетом потребительских предпочтений. Кроме того, сюда можно отнести мотивирование собственного персонала.

Таким образом, данная модель поможет задать вектор совершенствования процесса управления качеством услуг ТООИР ВС. Достижение последнего уровня по всем аспектам и будет являться идеальной системой управления качеством, в которой все составляющие качества развиваются сбалансировано. Тем не менее, даже находясь на последнем уровне процесс совершенствования не заканчивается - в ГОСТ Р ИСО 9001-2015 закладывается принцип непрерывного улучшения качества на основе модели PDCA.

Построение сбалансированной системы управления качеством – долгосрочная перспектива, однако она многократно окупится. Во-первых, улучшение данного процесса оптимизирует затраты внутри авиакомпаний на содержание и развитие услуг по ТООИР, а во-вторых – позволяет превратить подразделение ТООИР в самостоятельную единицу, продающую свои услуги внешним заказчикам.

Список литературы:

1. ГОСТ Р ИСО 9001-2015. Национальный стандарт Российской Федерации. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. | утв. Приказом Росстандарта от 28.09.2015 N 1391-ст (вместе с «Разъяснением новой структуры, терминологии и понятий», «Другими международными стандартами в области менеджмента качества и на системы менеджмента качества, разработанными ИСО/ТК 176»)
2. Эксплуатация воздушных судов // Приложение 6 к Конвенции о международной гражданской авиации, принятое Советом Международной организации гражданской авиации в июле 2010 г. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.aviadocs.net/icaodocs/Annexes/an06_p1_cons_ru.pdf
3. Положение об Управлении поддержания лётной годности воздушных судов Фед. агентства воздушного транспорта // Утверждено приказом Росавиации от 19.05.2010 № 176. [Электронный ресурс] – Режим доступа: favt.ru/public/materials//6/e/8/2/9/6e8295025500f2a657b313e090bc2b44.doc
4. Управление качеством / Под редакцией профессора Зекунова А.Г., Москва, Юрайт, 2013 год, стр. 16
5. CMMI for Services, Version 1.3 // Improving processes for providing better services, Software Engineering Institute, November 2010. URL: https://resources.sei.cmu.edu/asset_files/TechnicalReport/2010_005_001_1529

- 0.pdf
6. Global MRO Market // Economic Assessment, ARSA, January 2014 [Электронный ресурс] – Режим доступа: arsa.org/wp-content/uploads/2014/03/_ARSA-TeamSAI-EconomicReport-20140307.pdf

**ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ПРИМЕНЕНИЯ
СБАЛАНСИРОВАННЫХ ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ**

Вологжанина Юлия Андреевна

студентка Донбасской национальной академии строительства и архитектуры

научный руководитель: Ращупкина Валентина Никитична

доктор экономических наук, профессор

Донбасской национальной академии строительства и архитектуры

В современных условиях большое значение имеет непрерывное совершенствование системы управления финансовой деятельностью предприятия, поскольку только так субъект предпринимательской деятельности может успешно функционировать в условиях жесткой конкурентной среды. Объективная необходимость проведения анализа и оценки основных финансовых показателей деятельности предприятия обуславливает актуальность темы.

Цель работы – проанализировать основные финансовые показатели и определить способы улучшения финансовых результатов деятельности общества с ограниченной ответственностью (ООО) «Донспецпром», избранного в качестве базы исследования. Объектом исследования являются основные финансовые показатели деятельности предприятия, предметом – финансовые результаты деятельности ООО «Донспецпром».

Вопросам повышения эффективности финансовых результатов деятельности экономического субъекта посвящено множество научных трудов известных ученых, в том числе И.В. Зятковского, И.В. Аранчия, В.Д. Чумака, О.Ю. Смолянской, Л.В. Черненко, О.А. Терещенко, Ю.В. Демьяненко и т.д. В ходе работы использовались такие методы исследования – систематизация, обобщение, конкретизация, сравнение, факторный анализ, моделирование.

ООО «Донспецпром» является строительным предприятием, основными видами деятельности которого являются: производство изделий из бетона для использования в строительстве, производство сухих бетонных смесей, произ-

водство строительных растворов, оптовая торговля.

Анализ основных финансовых показателей предприятия определил основу оценки его финансового состояния. Текущее финансовое состояние предприятия определяет дальнейшие горизонты его развития, информируя о наличии у субъекта хозяйствования ресурсов и возможностей, необходимых для достижения его целей. Таким образом, оценка финансового состояния предприятия является базой финансового планирования [1].

В качестве методической базы анализа финансовых показателей предлагается использовать множество разработанных методик, среди которых:

- методика анализа основных финансовых показателей, ориентированная на выявление неплатежеспособности предприятия (методические рекомендации по выявлению признаков неплатежеспособности предприятия, признаков действий по сокрытию банкротства, фиктивного банкротства и тому подобное);

- методика анализа основных финансовых показателей, ориентированная на определение кредитоспособности (порядок формирования и использования резервов для возмещения возможных потерь по банковским операциям);

- методика анализа основных финансовых показателей предприятий, которые подлежат приватизации;

- методика анализа основных финансовых показателей, ориентированная на определение инвестиционной привлекательности (интегральная оценка инвестиционной привлекательности предприятий и организаций) [2, с. 12-16].

Среди перечисленных методик оценки финансового состояния предприятия была выбрана методика, ориентированная на выявление признаков неплатежеспособности. Она была разработана для применения контролирующими органами с целью выявления нарушений законодательства в вопросах неплатежеспособности и банкротства, поэтому затрагивает все основные группы финансовых показателей, что придает ей комплексность. Искомые показатели консолидированы в такие группы, как общие показатели деятельности предприятия, показатели ликвидности и показатели финансовой устойчивости предприятия [3, с. 62-69].

Таблица 1

Общие показатели деятельности ООО «Донспецпром» в 2017 году

Показатель	На начало года, тыс. руб.	На конец года, тыс. руб.	Абсолютное отклонение (+, -)	Относительное отклонение, %
Чистый доход от реализации продукции	587,00	769,00	182,00	31,01
Чистая прибыль (убыток)	-734,00	-578,00	156,00	-21,25
Собственный капитал	1332,00	1329,00	-3,00	-0,23
Необоротные активы	3897,30	3276,90	-620,40	-15,92
Долгосрочные обязательства	2590,50	2347,70	-242,80	-9,37
Текущие обязательства	2090,60	3803,00	1712,40	81,91
Дебиторская задолженность	462,00	415,00	-47,00	-10,17
Собственный оборотный капитал	-2760,00	-3143,00	-383,00	13,88

Анализируя общие показатели деятельности предприятия (табл. 1), следует обратить внимание на уменьшение в отчетном году оборотных активов предприятия на 620,4 тыс. руб. Это сопровождается одновременным сокращением собственного капитала, что фактически означает наращивание основных средств за счет заимствованных средств, а точнее, текущих обязательств, размер которых в отчетном году увеличился на 1712,4 тыс. руб. при одновременном снижении долгосрочных обязательств на 242,8 тыс. руб.

За отчетный период прослеживается снижение собственного оборотного капитала на 383 тыс. руб., что свидетельствует об углублении финансовой зависимости предприятия. Показатели чистой прибыли предприятия в 2017 году имеют тенденцию к увеличению, однако ООО «Донспецпром» остается убыточным предприятием: чистый убыток составляет 578 тыс. руб.

Таблица 2

Показатели ликвидности ООО «Донспецпром» в 2017 году

Показатель	На начало года	На конец года	Абсолютное отклонение (+, -)	Нормативное значение
Коэффициент текущей ликвидности	0,19	0,15	-0,04	> 1,0
Коэффициент быстрой ликвидности	0,16	0,12	-0,04	0,6 – 0,8
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,02	0,01	-0,01	0,2 – 0,35
Коэффициент покрытия запасов	1,27	2,97	1,70	> 1,0

Анализ показателей ликвидности (табл. 2) показывает, что из всех рассчитанных коэффициентов только коэффициент покрытия запасов соответствует нормативному значению: одним из видов деятельности ООО «Донспецпром»

является предоставление услуг предприятию достаточно небольших запасов. Значение коэффициента текущей ликвидности на конец отчетного года составляет 0,15, что не соответствует нормативному значению и свидетельствует о способности предприятия покрыть свои обязательства за счет оборотных средств лишь на 15,1%. Отрицательную динамику также демонстрируют коэффициенты быстрой и абсолютной ликвидности.

Таблица 3

**Определение типа финансовой устойчивости ООО
«Донспецпром» с помощью трехкомпонентного показателя в 2017 году**

Показатель	На начало года	На конец года
Источники собственных средств	1332	1329
Необоротные активы	3897	3277
Собственные оборотные средства	-2760	-3143
Долгосрочные кредиты и заемные средства	2591	2348
Собственные и долгосрочные заемные источники формирования запасов и затрат	-2760	-3143
Краткосрочные заемные средства	2091	3803
Общая величина основных источников формирования запасов и затрат	655	559
Общая величина запасов и затрат	102	102
Излишек (недостаток) собственных оборотных средств	-2862	-3245
Излишек (недостаток) собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов и затрат	-2862	-3245
Излишек (недостаток) общей величины основных источников формирования запасов и затрат	553	457
Трехкомпонентный показатель типа финансовой устойчивости	(0;0;1)	(0;0;1)

Для общей оценки финансового состояния была использована общеизвестная методика определения трехкомпонентного показателя финансовой устойчивости предприятия. Согласно полученным данным, для ООО «Донспецпром» (табл. 3) трехкомпонентный показатель типа финансовой устойчивости имеет значение (0;0;1), что говорит о неустойчивом (предкризисном) финансовом состоянии предприятия в течение отчетного года.

С целью повышения финансовой устойчивости предприятия целесообразно использовать антикризисную финансовую стратегию, основными направлениями которой являются:

- углубленный анализ структуры кредиторской задолженности в динамике с целью определения способов и источников ее погашения;

- анализ структуры задолженности по долгосрочным кредитам с целью выявить причины несвоевременности их погашения [4, с. 97-101];
- анализ эффективности долгосрочных финансовых вложений;
- обеспечение компенсации возможных финансовых убытков путем резервирования части финансовых ресурсов через формирование целевых резервных фондов, страхового фонда предприятия в соответствии с требованиями действующего законодательства.

Вывод. В ходе исследования была обоснована зависимость эффективности финансового планирования, ориентированного на повышение финансовой результативности, от качества оценки финансового состояния предприятия. Финансовое планирование, осуществляемое с учетом результатов анализа, дает возможность принять необходимые меры для улучшения финансовых результатов экономической деятельности предприятия ООО «Донспецпром».

Список литературы:

1. Анализ финансового состояния предприятия. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://afdanalyse.ru/publ/fnansovyj_analiz/1/1/11-1-0-46
2. Купчина Л.А. Анализ финансовой деятельности с помощью коэффициентов. // Бухгалтерский учет №2, 2016. С. 12-16.
3. Толпегина О.А. Система оценочных показателей платежеспособности в финансовой диагностике // Эффективное антикризисное управление. 2015. №1 (76). С. 62–69.
4. Golovko O.G., Gluhod G.S. Features of the financial services for diagnosis // Финансово-кредитная деятельность: проблемы теории и практики. 2015. №14. С. 97–101.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ ОСНОВА ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Воробьева Ольга Витальевна

*студентка Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

научный руководитель: Воробьева Елена Константиновна

кандидат экономических наук, доцент

*Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

На современном этапе каждому предприятию уже недостаточно переориентации на маркетинг, необходимо внедрение и использование стратегического

маркетинга, который в свою очередь является методологической основой обеспечения повышения конкурентоспособности предприятий. Стратегический маркетинг – это современный маркетинг, базирующийся на определенном видении предприятием окружающего мира и своей роли (миссии) в нем, на принципах глобализма, инноваций, интегрированности, предпочтения структурных исследований перспектив, потребностей рынка и мониторинга среды, активного использования связей с общественностью («public relations»). Основной целью стратегического маркетинга в системе управления конкурентоспособностью предприятия является разработка конкурентных маркетинговых стратегий (корпоративные, функциональные и бизнес-стратегии) для достижения стратегических конкурентных целей предприятий с учетом рыночных требований и возможностей предприятий [1, с. 50].

Цель статьи определить пути повышения конкурентоспособности предприятий на основе стратегического маркетинга. Объектом исследования выступает процесс управления конкурентоспособностью ООО ТД «Стимул Трейд».

Анализ эффективности управления конкурентоспособностью ООО ТД «Стимул Трейд» показал, что в основе стратегической деятельности предприятия лежит модель «*учебы на опыте*». ООО ТД «Стимул Трейд» работает на фрагментарном рынке, главную роль в конкурентной борьбе играют маркетинговые методы, применяет стратегию дифференциации и стратегию, основанную на цене (заключается в предложении такого же товара, что и конкуренты, но по низкой цене). ООО ТД «Стимул Трейд» использует стратегию «проникновения на рынок»; стратегию «ценовое лидерство», что позволяет предприятию минимизировать удельные издержки и снижать цены, привлекать потребителей, оперативно реагировать на рост себестоимости. Согласно матрицы Мак Кинзи ООО ТД «Стимул Трейд» находится в зоне роста.

Анализ эффективности управления маркетинговой деятельностью показал, что экономичность труда работников, занимающихся маркетинговой деятельностью в 2018 году увеличилась на 90,91% и составляет 4.2%; результативность труда работников, занимающихся маркетинговой деятельностью в теку-

щем году увеличилась на 39,66%; уровень затрат на управление маркетинговой деятельностью также увеличился на 93,33%, в то время как расходы на управление маркетинговой деятельностью в пересчете на одного работника уменьшились на 10,3%.

Стратегический маркетинговый аудит ООО ТД «Стимул Трейд», выявил сильные стороны маркетинговой деятельности: предприятие учитывает изменения в доходах, ценах, сбережениях и кредитовании потребителей; цели и задачи предприятия в целом и маркетинга в частности выражены четко; наблюдается адекватное обслуживание рынка предприятиями; слабые стороны маркетинговой деятельности: демографические изменения и тенденции (сокращение численности населения, низкие доходы населения) несут угрозы; в связи с блокадой со стороны Украины предприятие не в полном объеме удовлетворяет потребности покупателей; ассортимент продукции не в полной степени соответствует поставленным целям; на рекламу и СТИС используется недостаточно средств.

Руководству ООО ТД «Стимул Трейд» целесообразно использовать комбинированный подход к формированию маркетинговых стратегий. Возможными стратегическими альтернативами для ООО ТД «Стимул Трейд» является интеграционный рост, диверсификация в смежные отрасли или интенсивный рост. Наиболее оптимальной стратегией для предприятия является стратегия интенсивного роста (4,55). ООО ТД «Стимул Трейд» можно рекомендовать установить тесную взаимосвязь с потребителями, то есть обеспечить высокую ценность с помощью сегментирования рынка и приспособления своих товаров к потребностям целевых групп потребителей.

Согласно общей конкурентной матрице М. Портера конкурентное преимущество предприятия на рынке может быть достигнуто за счет низких издержек или дифференциации. Предприятию целесообразно сконцентрировать свои усилия на стратегии дифференциации, необходимо учитывать традиционные действия конкурентов в сфере изменения ассортиментной, ценовой и рекламной политики, а также политики стимулирования сбыта, целесообразно

использовать стратегию адаптации, т.е. использовать товары лидера как основу для совершенствования или приспособления к определенному рынку сбыта.

Для оценки и предупреждения реакции конкурентов ООО ТД «Стимул Трейд» рекомендуется использовать модель реакции конкурентов М. Портера. Руководству предприятия мы рекомендуем избрать опережающую превентивную стратегию (интенсификация маркетинговых усилий до начала конкурентной борьбы предприятия с сильной конкурентной бизнес - позиции на перспективном рынке). Активную стратегию – стратегию распыления внимания (получения преимущества над предприятием-лидером перспективного рынка за счет использования нескольких существенных конкурентных преимуществ в ходе конкурентной борьбы). Стратегию реагирования – стратегию обхода конкурентов (эксклюзивные действия предприятия, что имеет сильную конкурентную бизнес-позицию на перспективном рынке относительно предотвращения конкурентной борьбы (внедрение новых товаров, освоение новых рынков)).

ООО ТД «Стимул Трейд» рекомендовано следующие функциональные стратегии: стратегия в области НИОКР – традиционная инновационная стратегия – повышение качества существующих продуктов на существующей технологической базе; Стратегии в области финансов: стратегия кредитования; стратегия размещения акций; обоснование предложения для открытой продажи; стратегии управления персоналом – предусматривает создание отдела стратегического развития, проведения аттестации, мероприятий повышения квалификации персонала, управления персоналом на принципах маркетинга; стратегии маркетинга: стратегия управления ассортиментом и качеством – стратегия дифференцированного маркетинга; стратегия ценообразования. На новые товары – стратегия проникновения на рынок. На модернизированные товары – стратегия сохранения уровня цен при повышении потребительских свойств товара – устанавливается с целью защиты позиций предприятия на рынке. На традиционные товары: стратегия гибких цен – быстро реагирует на изменение в соотношении спроса и предложения на товар на рынке; стратегия договорной цены – гарантирует скидки по сравнению с обычной ценой при выполнении покупа-

телем определенных условий при покупке (за количество закупленных товаров), что создает иллюзию получения значительной выгоды. стратегия управления сбытом и распределением – стратегия вытаскивания, которая используется с целью убедить потребителей прийти в магазин и извлечь товар из канала сбыта.

Использование рекомендаций, в области стратегического маркетинга позволит ООО ТД «Стимул Трейд» эффективно функционировать в современных условиях рыночной экономики и достичь устойчивых конкурентных преимуществ.

Список литературы:

1. Балабанова Л.В. Стратегічне управління маркетинговою діяльністю: монографія / Л.В. Балабанова, Ю.М. Логвіна; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. - Донецьк: ДонНУЕТ, 2012

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КАТЕГОРИИ ФИНАНСОВАЯ СТРАТЕГИЯ

Вронская Оксана Сергеевна

*студентка Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

*научный руководитель: **Нефедова Юлия Витальевна,**
кандидат экономических наук, доцент*

*Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

В современных условиях становления и развития экономики государства финансовая стратегия является одним из основных инструментов управления деятельностью предприятия. Она должна согласовываться и соответствовать целям, направлениям, а также задачам формирования общей стратегии развития предприятия. Финансовая стратегия дает возможность сформировать финансовые резервы на предприятии с целью противостояния возможным изменениям внешней и внутренней среды, оценить результаты текущей работы, определить будущие направления деятельности субъекта хозяйствования.

Необходимо отметить, что финансовая стратегия – понятие относительно новое. В современной экономической науке не существует однозначного

определения данной категории. По общему мнению, зарубежных и отечественных исследователей, финансовая стратегия является частью общей стратегии развития предприятия и, соответственно, должна быть согласована с ее целями и направлениями [3].

Для развития сущности понятия «финансовая стратегия» необходимо проанализировать элементы, из которых состоит данное понятие, в частности категорию «стратегия». Несмотря на значительный объем литературы, связанной с проблемами определения «стратегия», не существует единых подходов к ее определению. На основании исследованной литературы некоторые дефиниции ученых-экономистов представлены в табл. 1.

Так, согласно суждению К. Боумэна, А.А.Томпсона, А.Дж. Стрикленда, определение стратегии неразрывно связано с действием. Они предлагают несколько определений понятия «стратегия»: в одном случае действия способствуют достижению целей, в другом – это модель действий для достижения целей, в третьем – действия и подходы управленческого персонала к достижению показателей деятельности, в четвертом – запланированные и незапланированные действия [3].

Таблица 1

Теоретические подходы к определению категории «стратегия» [3, 8]

Автор (источник)	Определения категории «Стратегия»
Боумэн К.	Обобщающая модель действий, необходимых для достижения поставленных целей путем координации и распределения ресурсов компании. Стратегия есть набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности.
Виханский О.С.	Долгосрочное качественно определенное направление развития организации, касающееся сферы, средств и форм ее деятельности, системы взаимоотношений внутри организации, а также позиции организации в окружающей среде.
Томпсон А.А, Стрикленд А. Дж.	Образ действий руководителей, стремящихся достичь целей организации.
Ковалева А.М.	Постановка среднесрочных и долгосрочных целей, заключающихся в максимизации выгоды (прежде всего дохода и прибыли).
Чандлер А.	Модель возможностей, целей, задач, политики и планов компании по достижению этих целей, которые определяют, что компания есть на самом деле и чем она хочет быть в будущем.

Единство взглядов отмечается в поисках причин и подоплеки долгосрочных различий в достижении успеха субъекта хозяйствования (объектами

познания), обеспечивающие конкретный курс действий.

Так, по нашему мнению, целесообразно в качестве основного фактора, определяющего любую стратегию, выделять план как конкретный инструмент реализации целей стратегии, что отображает взаимосвязь определений «стратегия» и «стратегическое планирование».

Рассмотрим сущность стратегического планирования и его основную составляющую – финансовую стратегию. Стратегическое планирование представляет собой набор действий и решений, принятых руководством, которые ведут к разработке специфических стратегий, предназначенных для того, чтобы помочь организации достичь своих целей. Процесс стратегического планирования является инструментом, помогающим обеспечивать основу для управления предприятием. Его задача заключается в том, чтобы в достаточной мере обеспечить нововведения и изменения в организации предприятия. По нашему суждению, наиболее точной является трактовка П. Лоранжа, который выделяет четыре основных вида управленческой деятельности в рамках процесса стратегического планирования: - распределение ресурсов (фонды, управленческие таланты, технологический опыт и др.); - адаптация к внешней среде (действия стратегического характера, которые улучшают отношения компании с ее окружением); - внутренняя координация (координация стратегической деятельности для отображения сильных и слабых сторон фирмы); - организационное стратегическое предвидение (систематическое развитие мышления менеджеров с учетом стратегических ошибок в прошлом) [3, 4]. Таким образом, стратегическое планирование предполагает комплексную программу развития направлений деятельности предприятия в целом.

Таблица 2

**Теоретические подходы к определению категории
«Финансовая стратегия» [1, 2, 6, 7]**

Автор	Определения категории «Финансовая стратегия»
Бланк И.А. [1, с. 114]	Один из важных видов функциональной стратегии предприятия, которая обеспечивает все основные направления развития его финансовой деятельности и финансовых отношений путем формирования долгосрочных финансовых целей, выбора наиболее эффективных путей их достижения, адекватной корректировки направлений формирования и использования финансовых ресурсов при изменении условий внешней среды.

Автор	Определения категории «Финансовая стратегия»
Власова К.Э. [2, с. 49]	Долговременный курс целенаправленного управления финансами для достижения общих организационных стратегических целей.
Петрова А.И. [6, с. 6].	Сложная многофакторная ориентированная модель действий и мер, необходимых для достижения поставленных перспективных целей в общей концепции развития по формированию и использованию финансово-ресурсного потенциала.
Хоминич И.П. [7, с. 95].	Обобщающую модель действий, которая необходима для достижения поставленных целей в рамках корпоративной миссии путем координации, распределения и использования финансовых ресурсов компании.

В разделах экономической науки и в областях практической деятельности содержание понятия «финансовая стратегия» имеет свои особенности. Некоторые определения исследуемой категории представлены в табл. 2.

Необходимо отметить, что в современной литературе понятие «финансовая стратегия» неразрывно связано также с понятиями «финансовая политика», «финансовая деятельность», «финансовое решение». Согласно суждению П. Вернимема, ...»к сфере финансовой политики относит все решения, меняющие структуру деятельности предприятия. Напротив, все решения, осуществленные в определенных структурных рамках предприятия и не меняющие его структуру, относятся к управлению финансовой деятельностью» [3]. Таким образом, понятие финансовой стратегии полностью отсутствует. Согласно суждению экономиста, к финансовой стратегии следует отнести оба типа решений: меняющих структуру деятельности предприятия и не меняющих, что служит примером отсутствия конкретного определения дефиниции «финансовая стратегия».

Согласно суждению П. Консо «...финансовую стратегию следует отождествлять с принятием финансового решения, определяя последнее как выбор между обладанием теми или другими видами ценностей. Существует четыре типа ценностей, между которыми в процессе принятия решений можно сделать выбор: имущество, материальные и нематериальные ценности; финансовые ценности; деньги; долги (дебиторская и кредиторская задолженность)» [3]. Данное понятие является примером трактовки стратегии с точки зрения принятия решения.

Необходимо выделить, что формирование «финансовая стратегия»

неразрывно связано с использованием определений, методов, инструментария бухгалтерского учета, права, экономики, статистики, математики, информатики, маркетинга, менеджмента и т.д. В данном случае её необходимо рассматривать с методологической точки зрения как сочетание в себе элементов выше перечисленных наук.

Таким образом, определение «финансовая стратегия» имеет не всегда точное и одностороннее объяснение, что связано с разными подходами ученых-экономистов, их пониманием базовых категорий, точкой зрения на экономические процессы, происходящие в обществе.

Учитывая все выше изложенное, можно сформировать следующее определение: «финансовая стратегия» – обобщающая ориентированная модель действий и мер, которые необходимы для достижения общих организационных стратегических целей и поставленных перспективных целей, в рамках избранной миссии управления финансами, путем координации, распределения и использования финансовых ресурсов предприятия.

Эффективность финансовой стратегии предприятия гарантируется, когда стратегические цели соответствуют реальным финансовым возможностям предприятия, когда четко централизованное финансовое управление, а методы его воплощения являются гибкими и адекватными изменениям финансово-экономических параметров развития предприятия.

Целью дальнейших исследований является изучение направлений формирования программ по реализации финансовой стратегии, а также разработка модели ее формирования.

Список литературы:

1. Бланк И.А. Финансовая стратегия предприятия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://klex.ru/iaa>
2. Власова К.Э. Финансовая стратегия: теоретические основы и методики разработки – М.: Проспект, 2014.
3. Жаворонкова Ю.В. Определение понятия «Финансовая стратегия». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docplayer.ru/27193588-Ekonomichna-teoriya-yu-v-zhavoronkova-doneckiy-nacionalnyy-universitet-g-doneck-opredelenie-ponyatiya-finansovaya-strategiya.html>

4. Лоранж П. Новый взгляд на управленческое образование: задачи руководителей. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.livelib.ru/>
5. Основные виды управленческой деятельности в рамках процесса стратегического планирования. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://socioline.ru/_seminar/exams/mans/man_2_q2.php
6. Петрова А.И. Финансовая стратегия как инструмент управления стоимостью предприятия в современных экономических условиях. / А.И. Петрова, А.И. Заруднев // Современные научные исследования и инновации. – 2013. – № 10. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2013/10/26684>
7. Хоминич И.П. Финансовая стратегия компании – М.: Российская экономическая академия, 2010.
8. Chandler A.D. Strategy and Structure. Cambridge; MIT Press., 1962. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mitpress.mit.edu/blog/1962-strategy-and-structure-1988-theory-industrial-organization>.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПЛОДОВ АЙВЫ В ПРОИЗВОДСТВЕ МУЧНЫХ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

Габилова Камила Камаловна

*студентка Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

*научный руководитель: Полякова Алла Вениаминовна
кандидат технических наук, доцент*

*Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

Употребление в значительных количествах хлебобулочных и мучных кондитерских изделий населением (около 20-25% от общей массы пищи при суточном потреблении) позволяет считать их одним из основных продуктов питания. Такие изделия являются источниками углеводов и жиров, вследствие чего являются высококалорийными и хорошо утоляют чувство голода, но содержание в них важных нутриентов таких, как витамины, минеральные вещества и пищевые волокна является недостаточным. К тому же высокое содержание в мучных кондитерских изделиях легкоусвояемых углеводов, что при избыточном потреблении и малоподвижном образе жизни, может способствовать развитию ряда заболеваний, связанных с нарушением обмена веществ в организме и работой желудочно-кишечного тракта. Поэтому разработка технологий и ре-

цептур функциональных мучных кондитерских изделий, доступных по стоимости и гарантированно безопасных, является достаточно актуальной.

Целью работы является исследование возможности использования в производстве мучных кондитерских изделий плодов айвы.

В качестве обогатителя традиционных кондитерских изделий была рассмотрена добавка из плодов Айвы обыкновенной, сорта которой успешно культивируются и произрастают в Донецком регионе. Плод айвы – ложное яблоко с пятью многосемянными гнёздами, волосистое, почти шарообразное или грушевидное, лимонного или тёмно-жёлтого цвета, иногда с красноватым односторонним пятном, вначале войлочно-опушённое, при созревании гладкое и твёрдое, диаметром до 15 см. Мякоть очень ароматная, малосочная, жёсткая [1, с. 175-187].

Плоды айвы обладают множеством полезных свойств, которые могут быть переданы готовому изделию: отсутствие жиров, холестерина и натрия являются составляющей сбалансированного питания; дубильные вещества – катехины и эпикатехины, содержащиеся в плодах айвы, обладают антиоксидантными свойствами и защищают слизистые организма от размножения раковых клеток; пектиновые вещества и клетчатка способствуют эффективному очищению стенок кишечника от вредных веществ, а так же усилению желчегонных свойств, что способствует понижению уровня холестерина в крови. Благодаря высокому содержанию витаминов и минеральных веществ, плоды айвы обладают хорошими диуретическими свойствами, что полезно для людей, страдающих гипертонией, отёками, почечной недостаточностью. Наличие в айве легкоусвояемого железа придают ей хорошие кроветворные свойства, особенно необходимые беременным женщинам в период дефицита железа [2].

Известно, что употребление в пищу свежей айвы имеет непродолжительный характер, так как созревшие плоды сохраняются не более четырёх месяцев после сбора урожая. К тому же айву редко употребляют в свежем виде из-за её терпкости, твёрдости и специфичности вкусовых качеств. В связи с этим возникает проблема подбора способа переработки, в результате которого будет со-

хранена пищевая и биологическая ценность перерабатываемого сырья, а также его последующего использования в технологии продуктов.

В качестве возможных вариантов использования плодов айвы в технологии мучных кондитерских изделий были рассмотрены: порошок из высушенных плодов айвы и натуральное пюре из свежих плодов айвы без сахара. Но, так как процесс высушивания айвы является более дорогостоящим, энерго- и трудозатратным, то было принято решение использовать плоды айвы в виде натурального пюре без сахара.

Технологический процесс производства айвового пюре состоит из следующих этапов: мойка айвы → механическая кулинарная обработка → нарезка (ломтики) → припускание ($t=90...95^{\circ}\text{C}$, $\tau = (15...20) \cdot 60\text{с}$, гидромодуль 4:1) → диспергирование до пюреобразной массы → охлаждение до $t=0...2^{\circ}\text{C}$ → хранение при $t= -18^{\circ}\text{C}$. В результате припускания достигается разрушение ферментов и тем самым продукция предохраняется от потемнения и ухудшения качества. При этом повышается проницаемость клеток и эластичность сырья, что облегчает извлечение сока, замедляются окислительные процессы, стабилизируется натуральный цвет продукта. Химический состав полученного пюре айвы приведён в таблице 1.

Таблица 1

Химический состав айвового пюре (в 100 г продукта)

Наименование показателя	Значение показателя	Суточная потребность, %	Наименование показателя	Значение показателя	Суточная потребность, %
Энерг. цен., ккал	48	2%	Витамин С, мг	23	26 %
Белки, г	0,6	1%	Витамин Е, мг	0,4	3 %
Жиры, г	0,5	1%	Витамин РР, мг	0,2	1%
Углеводы, г	9,6	3%	Калий, мг	144	6 %
Пищ. волокна, г	3,6	18%	Кальций, мг	23	2 %
Витамин А, мкг	33	4 %	Магний, мг	14	4 %
Витамин В1, мг	0,02	1 %	Фосфор, мг	24	3 %
Витамин В2, мг	0,04	2 %	Железо, мг	3	2 %

Анализ данных показал, что потребление 100 г айвового пюре способно обеспечить 18% суточной потребности организма в пищевых волокнах, 26% – в витамине С, а также обогатить организм макро-, микроэлементами и витаминами.

Следующим шагом после получения айвового пюре с функциональными характеристиками, была обоснована рецептура и разработана технология бисквитного кекса «Айвовый». Введение в рецептуру 12% айвового пюре позволило изменить процентный состав традиционных рецептурных компонентов, а именно: уменьшить содержание яиц – на 6%, сахара-песка – на 24% и полностью исключить крахмал. Данные изменения в рецептуре позитивно влияют на химический состав готовых изделий (таблица 2) и не ухудшают их структурно-механических свойств, что подтверждает целесообразность использования пюре айвы в производстве бисквитного кекса.

Анализ химического состава разработанных кондитерских изделий указывает на уменьшение следующих показателей: жиры, углеводы, за счёт которых уменьшилась энергетическая ценность – на 17,25 ккал содержание холестерина – на 11,4 мг. Увеличилось содержание следующих веществ: белки, пищевые волокна, витамины В1, В2, В9, С, Е, РР, мин. вещества – К, Fe, Mg.

Таблица 2

**Химический состав разработанного бисквитного кекса «Айвовый»
(выход изделия – 70 г.)**

Показатели	Бисквитный п/ф (контроль)	Бисквитный кекс «Айвовый»	Показатели	Бисквитный п/ф (контроль)	Бисквитный кекс «Айвовый»
Энергетическая ценность, ккал	211,93	194,68	Молибден, мкг	2,1	1,98
Белки, г	6,28	6,52	Калий, мг	70,99	87,17
Жиры, г	4,24	3,85	Кальций, мг	24,55	24,29
Холестерин, мг	199,5	188,1	Магний, мг	6,92	8,93
Углеводы, г	37,21	32,9	Натрий, мг	47,88	46,17
Зола, г	0,47	1,26	Фосфор, мг	84,9	83,89
Крахмал, г	14,64	14,47	Железо, мг	1,14	1,43
Моно-, дисахариды, г	22,39	18,1	Кобальт, мкг	3,5	3,3
Пищевые волокна, г	0,66	1,1	Марганец, мг	0,01	0,01
Витамин А, мкг	89,25	87,45	Вода, г	29,13	36,64
Витамин В1, мг	0,04	0,062	Селен, мкг	0,01	0,01
Витамин В2, мг	0,16	0,164	Сера, мг	61,6	58,08
Витамин В5, мг	0,46	0,43	Хлор, мг	54,6	51,48
Витамин В6, мг	0,05	0,05	Йод, мкг	7	6,6
Витамин Н, мкг	7,07	6,67	Медь, мг	0,03	0,03
Витамин С, мг	0	2,65	Хром, мкг	1,4	1,32
Витамин D, мг	0,77	0,73	Цинк, мг	0,39	0,37
Витамин В9, мкг	2,45	3,21	Витамин РР, мг	2,04	2,16
Витамин В12, мкг	0,18	0,17	Витамин Е, мг	0,47	0,56

После изучения химического состава было проведено изучение органолептических показателей бисквитного кекса, как формирующих качество изделия, так как потребитель в первую очередь обращает внимание именно на них.

Для органолептической оценки были изготовлены образцы бисквитного кекса с добавлением айвового пюре по предложенной рецептуре, а также контрольный образец бисквитного полуфабриката, изготовленный по традиционной технологии [3, с. 12]. Оценку органолептических свойств проводили по разработанной пятибалльной шкале. Результаты исследования приведены в табл. 3.

Полученные данные свидетельствуют о том, что образец бисквитного кекса с добавлением айвового пюре по органолептическим показателям не уступает традиционному образцу, а по некоторым даже превосходит его. Так, добавление данного растительного компонента в рецептуру бисквитного теста способствует улучшению цвета поверхности и мякиша готового выпеченного изделия, а также улучшает его вкус и запах.

Таблица 3

Органолептические показатели опытных образцов

Наименование показателя	Бисквитный полуфабрикат (контроль)	Бисквитный кекс «Айвовый»
Внешний вид	Верхняя корочка – гладкая, тонкая; форма – правильная, прямоугольная круглая или овальная	Верхняя корочка – гладкая, тонкая; форма – правильная, соответствует форме, в которой выпекалось изделие
<i>Баллы</i>	5	5
Цвет	поверхность – светло-коричневая; мякиш – жёлтый	поверхность – от светло-жёлтого до светло-коричневого; мякиш – светло-жёлтый
<i>Баллы</i>	4	5
Вкус и запах	свойственный изделиям из бисквитного теста	свойственный изделиям из бисквитного теста с лёгким айвовым привкусом и ароматом
<i>Баллы</i>	4	5
Консистенция	мякиш пористый, эластичный	мякиш не липкий, слегка влажный на ощупь, пористость хорошо выражена, равномерная
<i>Баллы</i>	4	4
<i>Средний балл</i>	4,5	4,75

Исходя из вышеизложенного, можно утверждать, что добавление пюре из плодов айвы в качестве рецептурного компонента в производстве мучных кон-

дитерских изделий из бисквитного теста оказывает положительное влияние на органолептические показатели готовых изделий, улучшает их химический состав, а значит, может использоваться в технологии изделий из бисквитного теста в качестве поставщика пищевых и биологически ценных веществ для организма человека.

Список литературы:

1. Гладкова В.Н. Семейство розовые, или розоцветные (Rosaceae) // Жизнь растений. В 6 т. – М.: Просвещение, 1981. - Т. 5. Ч. 2. - С.175-187.
2. Польза и вред айвы [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://dobro.pw/polza-i-vred-ajvy/>
3. Павлов А.В. Сборник рецептур мучных кондитерских и булочных изделий для предприятий общественного питания. - СПб: Гидрометеиздат, 1998. – С. 12.

ЭЛЕМЕНТЫ ПИТАНИЯ ДЛЯ ЭЛЕКТРОНИКИ И МЕЛКОЙ ТЕХНИКИ: ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Галка Татьяна Александровна

*студентка Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

научный руководитель: Васильева Ирина Ивановна

кандидат технических наук, доцент

*Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

Функциональные возможности электроники и мелкой техники находятся в прямой зависимости от совершенства ее элементной базы. Основным элементом питания для них являются батарейки и аккумуляторы (гальванические элементы питания) различных типов.

Область применения гальванических элементов обширна. Вот неполный перечень устройств, где их используют: в пультах ДУ, настенных и наручных часах, фототехнике, радио, детских музыкальных и светящихся игрушках, электробритвах, аудиоплейерах, фонариках, электронных записных книжках, слуховых аппаратах, тонометрах [2].

Батарейки имеют ограниченный ресурс работы и восстановлению в бытовых условиях не подлежат. Таким образом, в итоге они представляют собой разновидность весьма опасных отходов: батарейки содержат тяжёлые металлы

(свинец, кадмий, ртуть, литий и т.п.), которые могут нанести вред здоровью человека.

Свинец и его соединения высокотоксичны, накапливаясь в костях, печени, почках вызывают их постепенное разрушение, также вызывают нервные расстройства и заболевания мозга. Особую опасность представляет для детей – он способен вызывать умственную отсталость и хронические заболевания мозга при длительном воздействии.

Кадмий – канцероген, провоцирующий рак. Накапливается в щитовидной железе, костях, почках и печени, негативно влияет на работу всех органов, его токсическое действие проявляется даже при невысоких концентрациях.

Ртуть – одно из самых опасных ядовитых веществ для человека, воздействует на печень и почки, нервную систему и мозг, вызывая заболевания дыхательной системы, нервные расстройства, нарушения двигательного аппарата, ухудшение слуха и зрения.

Литий, попадающий в организм, действует как мощный токсин, проявляющийся в виде дерматита и сильной аллергической реакции, также нарушается работа почек и сердца (аритмия), значительно ухудшается зрение.

Никель – является сильным аллергеном, при длительной интоксикации способен вызвать астму, может накапливаться в поджелудочной железе, вызывая сахарный диабет.

Марганец накапливается в костях, мозге, легких и костях. Наиболее чувствителен к марганцу головной мозг детей. Даже минимальных количеств этого ядовитого соединения достаточно для замедления развития детей и ослабления их здоровья или развития онкологических и репродукционных заболеваний у взрослых.

Губительный эффект может стать очевидным для человека через несколько лет, поскольку тяжелые металлы оказывают негативное воздействие лишь достигая определенной концентрации.

Конечно, один элемент питания содержит совсем немного этих вредных веществ, но, учитывая, что ежегодно таких изделий выбрасывается десятки, ес-

ли не сотни миллионов, то их утилизация представляет собой серьезную проблему. К примеру, даже один разрушенный элемент питания может испортить до 400 литров воды, загрязняет 20 квадратных метров почвы, а в лесной зоне это территория обитания двух деревьев, двух кротов, одного ёжика и нескольких тысяч дождевых червей.

К тому же, на многих мусорных полигонах отходы по прежнему продолжают сжигать. При этом в атмосферу попадают диоксины, образующиеся из содержимого батареек при высоких температурах. Поэтому вопрос сбора и последующей утилизации бытовых гальванических элементов весьма актуален.

В связи с этим остро встает вопрос незамедлительного решения данной экологической проблемы. И в настоящее время предлагается несколько вариантов её решения.

Так переработка батареек в странах Европейского Союза является обязательной. С 26 сентября 2008 года все батарейки, аккумуляторы и их упаковка должны быть маркированы специальным символом (перечеркнутый мусорный ящик на колесиках) (рис. 1) – на самой батарейке или же на упаковке, в зависимости от размера. Этот специальный символ сбора сообщает потребителям, что батарейки нельзя выбрасывать вместе с домашними отходами. Вместо этого батарейки нужно сдавать в специальные пункты на переработку.



Рис. 1. Экомаркировка «Отдельный сбор»

Оптимальным вариантом для потребителей является сдача батарейки с истекшим сроком годности на переработку в центр для утилизации. Это касается не только батареек: все продукты, которые отмечены значком перечеркнутой урны, стоит сдавать в соответствующие пункты сбора.

Один из вариантов решения проблемы – это и рециклинг. Рециклинг за-

ключается в том, что после переработки из батареек, отслуживших свой срок, выделяются вещества, которые в дальнейшем применяются в косметологии, при производстве пластика, электрооборудования и минералов. То есть, если перерабатывать все батарейки, то можно существенно экономить на сырье для новых элементов питания или других отраслей. Так, сульфат марганца используют как микроудобрение для профилактики хлороза листьев, сульфат цинка является лекарственным средством, при наружном применении он оказывает антисептическое и противовоспалительное действие, свинец можно использовать повторно, в том числе и для новых элементов питания, серную кислоту после переработки используется в стиральных порошках, стекло- и текстильной промышленности, в красках, пластмассах, медикаментах и для изготовления новых батареек.

Щелочные, цинковые, никель-кадмиевые, никель-металлогидридные и литий-ионные батареи перерабатываются полностью. Из них получают цинк, кадмий, марганец, сталь, а также бумагу и пластик, их тоже можно повторно использовать в различных отраслях.

Заслуживают внимания и набор батареек «Mi Rainbow» [1], японской компании Hitachi Maxell, которые являются полностью атоксическими, за счет отсутствия в составе ртути и кадмия. Xiaomi выпускает не только внешние портативные аккумуляторы для смартфонов, планшетов, но и обычные «пальчиковые» батарейки Mi Rainbow для домашней техники.

Учеными из Университета Мэриленда и Американского национального научного фонда разработана инновационная технология изготовления деревянных элементов питания, которые способны хранить большой объем энергии. Деревянные батарейки не наносят вреда окружающей среде, так как основой аккумулятора является дерево с добавлением химических элементов олова и натрия. Они способны выдержать до четырехсот циклов заряда и разряда, а гибкость дерева по сравнению с хрупкими материалами, которые служат основой для обычных аккумуляторов, делает новое изобретение еще более привлекательным для производителей и потребителей. Также заслуживает внимания и

тот факт, что себестоимость таких элементов питания значительно ниже цены обычных батареек. Но стоит отметить, что у технологии есть и минусы, основным из которых является сложность производства такого экологического аккумулятора, поэтому массовое производство в ближайшее время вряд ли предвидится, однако, в будущем ситуация может кардинально поменяться.

Таким образом, использование гальванических элементов как автономных источников электрической энергии не теряет своей актуальности и в наши дни. Но батарейка – изделие, которое, несмотря на свои небольшие размеры, опасна. И при том, что сегодня они стали неотъемлемой частью нашей жизни, вред от них многие не осознают.

Из всего вышеизложенного следует, что среди множества проблем современности особенно актуальной остаётся проблема утилизации элементов питания для электроники и мелкой техники. Однако, на сегодняшний день таких пунктов очень мало или совсем нет, следовательно, вопрос об утилизации элементов питания электроники и мелкой техники остается открытым.

Список литературы:

1. Батарейки Xiaomi ZI5 AA Mi Rainbow [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://batareykin.com.ua/batarejki-xiaomi-aa-mi-rainbow.html>
2. Виды батареек [Электронный ресурс]. – Режим доступа: womanadvice.ru/vidy-batareek

ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕХОДА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ К МЕЖДУНАРОДНЫМ СТАНДАРТАМ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Гапон Мария Александровна

студентка Гродненского государственного университета им. Я. Купалы

научный руководитель: Авдейчик Ольга Васильевна

кандидат экономических наук, старший преподаватель

Гродненского государственного университета им. Я. Купалы

Переход на международные стандарты финансовой отчетности является одним из факторов сближения экономик разных стран мира, фактором, влияющим на глобализацию экономических процессов. Современная ситуация в белорусской экономике характеризуется все большей потребностью предприятий в инвестиционных ресурсах. Кроме того, формируется институт инвесторов,

основная цель которых – получение достоверной информации об организациях с целью выбора объекта инвестирования. Названные обстоятельства определяют необходимость реформирования белорусского бухгалтерского учета.

Международные стандарты финансовой отчетности представляют собой стандарты и интерпретации правил составления финансовой отчетности. Применение МСФО преследует своей целью унификацию подходов и трактовки финансовой отчетности, чтобы сократить различие в предоставлении информации [1].

Республика Беларусь уже 20 лет стоит на пути перехода к международным стандартам учета. Работа по их внедрению была начата еще в 1998 году с принятием постановления Совета Министров РБ от 04.05.1998 г. №694 «О государственной программе перехода на Международные стандарты бухгалтерского учета в РБ». Однако разработанная программа не была выполнена. А разработанные в ходе реализации программы нормативные и правовые акты имели в большей степени декларативный характер, а не практический. Об этом свидетельствует, в частности, и тот факт, что значительная часть разработанных документов впоследствии была отменена.

В 2011-2014 годах деятельность по гармонизации национальной системы бухгалтерского учета с МСФО резко активизировалось. Так, с 1 января 2012 года введены в действие новая редакция Типового плана счетов бухгалтерского учета и Инструкция о порядке его применения, новые инструкции по составлению и представлению бухгалтерской отчетности, учету отложенных налоговых активов и обязательств, доходов и расходов, безвозмездной помощи и государственной поддержки. С 1 января 2013 года начали применяться гармонизированные с МСФО новые инструкции по учету основных средств, нематериальных активов, инвестиционной недвижимости и другого. В 2014 году были приняты первые национальные стандарты по бухгалтерскому учёту и отчётности. Тогда же несколько активизировалась работа по трансформации отчетности крупных национальных компаний в формат МСФО. В целом, МСФО начали действовать в Беларуси с 1 января 2017 года. Тогда начали применяться 42

стандарта и 26 разъяснений для отчетности [2].

Однако следует отметить, что не все организации обязаны составлять отчетность по МСФО. В таблице 1 можно увидеть различия в категориях организаций, обязанных формировать отчетность по МСФО в Республике Беларусь и ряде других стран.

Таблица 1

Категории организаций ряда стран, обязанных формировать отчетность в соответствии с МСФО

Страна	Организации, обязанные формировать отчетность по МСФО
Беларусь	Общественно значимые организации, банки и НКФО
Молдова	Субъекты публичного интереса (финансовое учреждение, организация коллективного инвестирования в ценные бумаги, страховое общество, негосударственный пенсионный фонд, коммерческое общество, акции которого котируются на фондовой бирже)
Россия	Кредитные и страховые организации, негосударственные пенсионные фонды, управляющие компании инвестиционных, паевых инвестиционных и негосударственных пенсионных фондов, клиринговые организации, федеральные государственные УП, перечень которых утверждается Правительством, АО, акции которых находятся в федеральной собственности и перечень которых утверждается Правительством, иные организации, ценные бумаги которых допущены к организованным торгам путем их включения в котировальный список
Таджикистан	Субъекты публичного интереса (критерии устанавливаются Правительством)
Туркменистан	Кредитные учреждения, экономические субъекты (с учетом постепенного перехода)
Украина	Публичные акционерные общества, банки, страховщики, предприятия, осуществляющие хозяйственную деятельность по видам, перечень которых определяется Кабинетом Министров Украины

Источник: Составлено автором на основе данных официальных сайтов министерств финансов анализируемых стран

Рассматривая Республику Беларусь, следует отметить, что в качестве положительных аспектов принятия МСФО ожидалось повышение прозрачности, информативности отчетности, улучшение сопоставимости показателей и, как следствие, облегчение доступа к международным рынкам капитала. Однако внедрение МСФО в экономику РБ не могло и не может произойти моментально. Это объясняется особенностями уже сложившейся национальной системы финансовой отчетности, а также принятыми ранее законодательными актами, обязательными к применению.

Изучив вопросы перехода Республики Беларусь к МСФО, можно выде-

лить несколько основных проблем, затягивающих данный процесс.

Во-первых, большие затраты, связанные с внедрением стандартов в РБ.

Затраты на формирование отчетности по МСФО, как правило, включают: оплату услуг консультантов (обучение сотрудников, поиск новых сотрудников), обладающих соответствующими компетенциями; замену (модернизацию) программного обеспечения; дополнительные издержки на сбор информации; организацию системы внутреннего контроля [3].

Однако данные затраты не относятся абсолютно ко всем предприятиям и организациям. Также можно выделить пути снижения, либо обхода некоторых расходов. Отметим следующие контраргументы:

- обязанность формирования отчетности по МСФО устанавливается не для всех организаций, а исключительно для функционирующих на финансовом рынке, в том числе международном, с целью привлечения иностранных инвестиций;
- Республика Беларусь одна из немногих стран, где организации, которые уже сейчас составляют отчетность в соответствии с МСФО, несут двойные затраты, формируя два пакета финансовой отчетности (по МСФО и национальным стандартам). Очевидно, что отмена обязанности по формированию отчетности по национальным стандартам позволит обеспечить экономию временных, трудовых и финансовых издержек.

В-вторых, еще одной немаловажной проблемой, связанной с переходом к МСФО является тот факт, что западный капитал по-прежнему зачастую не понимает белорусской отчетности и учета.

В них нет того, что есть в зарубежных системах и международных стандартах, а именно желаемой прозрачности, реальных принципов оценки и методологии переоценки активов, непредвзятости ведения бухгалтерского учета и составления отчетности, беспристрастного отражения в учёте и отчетности финансового положения и результатов деятельности предприятия, отражения хозяйственных операций в соответствии с их экономической реальностью, правдивого отражения хозяйственных операций и событий

То есть, в реальности, в учетной или отчетной информации белорусских предприятий имеются пропуски, изменяющие смысл этой информации, зачастую и данные, представляющие собой ложную информацию, что делает отчетность дезориентирующей и несовершенной (особенно в части затрат).

В-третьих, одной из главных проблем, на наш взгляд, выступает отсутствие квалифицированных специалистов по ведению бухгалтерского учета в соответствии со стандартами.

В РБ необходимы профессионально подготовленные кадры, которые обладали бы достаточными знаниями для составления отчетности и трактовки операции в рамках МСФО. Подобрать квалифицированные кадры – всегда непростая задача. Профессионалы стоят дорого, а их количество ограничено. Сейчас все чаще можно встретить требование о наличии квалификационного диплома международного образца (ДипИФР или АССА) при найме персонала в крупные компании.

Для решения этой проблемы, на наш взгляд, необходимо организовать обучение бухгалтеров и руководящих кадров навыкам формирования и чтения финансовой отчетности по МСФО. Необходимо осуществить введение в каждый университет нашей страны, готовящих бухгалтеров и экономистов, углубленного изучения международных стандартов ориентированных на практическое применение. Ведь неоспоримым является тот факт, что гораздо эффективнее сегодня инвестировать в кадры, обучая их ведению учета и трансформации финансовых результатов в отчетность, составленную по МСФО, так как в последующем это позволит избежать дополнительных расходов.

Как мы выяснили, переход на МСФО потребовал от компаний выделения дополнительных трудовых, финансовых и временных ресурсов. Не смотря на это, полный переход Республики Беларусь на МСФО будет важным шагом в процессе построения взаимного доверия между нашей республикой и международным сообществом. Качественное повышение прозрачности финансовой отчетности будет означать снижение рисков инвестиционных вложений, а, следовательно, и снижение стоимости на их привлечение. Тем не менее, переход бу-

дет реально закончен лишь тогда, когда каждый бухгалтер будет профессионально владеть основами МСФО, а руководители компаний – будут действительно заинтересованы в предоставлении достоверной и объективной информации.

Список литературы:

1. РwС АССА ДипИФР / Материал для подготовки к экзамену АССА ДипИфр. – 2018. [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.pwc.ru
2. Кожарская Н.В. Перспективы внедрения МСФО в Республике Беларусь / Бухгалтерский учет и анализ. – 2010. - №4. – С. 27-31.
3. Юзефальчик И.А. МСФО и возможности их применения при совершенствовании национальной системы учета и отчетности // Банковский вестник. – 2017. – №6. – С. 16-26.

ВОЗДЕЙСТВИЕ ПРИНЯТОЙ ПЕНСИОННОЙ РЕФОРМЫ НА МОЛОДЁЖЬ

Гафаров Тимур Аликович

*студент Уфимского филиала Финансового университета
при Правительстве Российской Федерации*

*научный руководитель: Бакирова Рамзиля Ринатовна,
кандидат экономических наук, доцент*

*Уфимского филиала Финансового университета
при Правительстве Российской Федерации*

Актуальность темы обуславливается тем, что Россия строит масштабные цели на будущее для улучшения уровня жизни и подъема страны по всем показателям. Именно поэтому Госдума в третьем чтении приняла законопроект о пенсионной реформе, который должен положительно повлиять на всю страну.

В связи с этим, необходимо уделить особое внимание воздействию принятого законопроекта на государство в частности на молодёжь и их желание официально (неофициально) работать. Ведь именно они представляют в долгосрочной перспективе наибольшую ценность для государства.

Неофициально трудоустроенными считаются сотрудники, которые работают, получают за свой труд деньги, но по документам являются безработными; работодатель и они сами не платят налоги, взносы в социальные фонды и т.д. [5].

РосБизнесКонсалтинг проводил исследования в трёх регионах по данно-

му вопросу: Ивановская область - дотационный регион, Новосибирская - средний, Свердловская - лидирующий. Результаты этой работы представлены на рис. 1.



Рис. 1. Причины неформальной занятости [7]

В анкетировании участвовала городская молодежь в возрасте от 18 до 30 лет. Были опрошены примерно 1,8 тыс. респондентов. Из них 25,4% неофициально трудоустроенных молодых людей заявили, что возможности устроиться на работу официально не было. Еще 17,1% опрошенных сообщили о нежелании работодателя устраивать их официально, 32,9% - об обоюдном нежелании их и работодателя. Сами оформляться официально на работе не захотели 21,4% опрошенных [7]. По данным Росстата численность населения от 18 до 30 лет в данных регионах составляет: Ивановская область - 168512 человек (16%), Новосибирская - 628558 человек (23,6%), Свердловская - 591847 человек (14%), что является значительной частью налогоплательщиков, и не получать от них выплаты в Федеральную налоговую службу является не выгодным для государства [9].

По данным Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации неофициально трудоустроенная молодежь в данных регионах имеет разный уровень образования: 43% только окончили школу, 31% - имеют среднее профессиональное образование, 26% - высшее. Среди тех, кто окончил вуз, самая распространенная специальность - учителя (почти 18%), следом идут инженеры (14%) и юристы (11%) [8].

Данная ситуация объясняется тем что была высокая несогласованность действий рынка, государства и системы высшего образования, которая привела к «перевыпуску» специалистов в ряде отраслей.

В совокупности проанализированных данных по неофициальной занятости молодежи можно выделить следующие основные сферы, представленные на рис. 2.

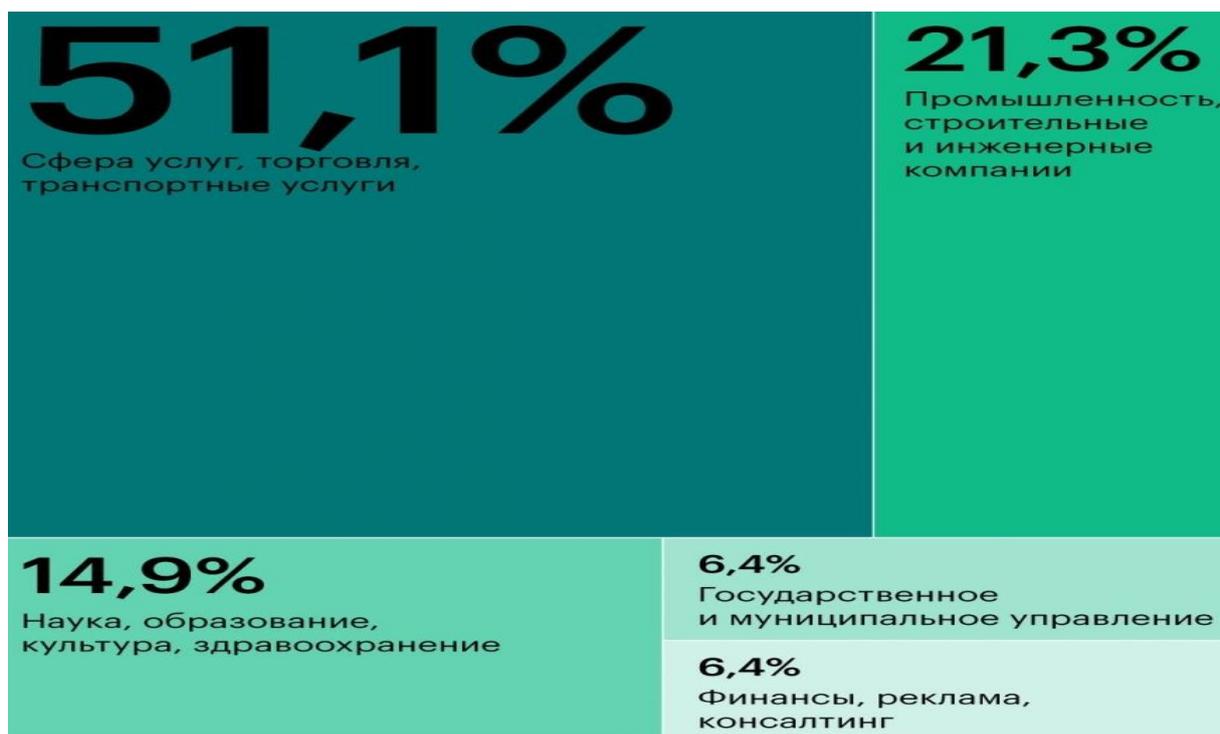


Рис. 2. Сферы неофициальной работы [4, 6, 7]

Из всех сфер неофициальной занятости молодежи около 63% работает на малых предприятиях, в связи с тем, что из-за маленького денежного оборота не проводят проверки. 11% работают сами на себя, не регистрируясь официально, потому что это сложная и затратная процедура. И 16% работают на крупных и средних предприятиях. Хотели бы быть официально трудоустроенными в дальнейшем меньше половины опрошенных - 24,3%; 25,7% респондентов затруднились ответить на этот вопрос [4, 7].

Чтобы узнать плюсы работы от неофициального оформления Российской академией народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации был проведен опрос, результаты которого представлены в табл. 1.

Плюсы неофициального оформления

Вариант ответа	Доля опрошенных, %
Возможность получать большие деньги	43
Возможность сократить налоги	33,3
Возможность быстрой смены видов деятельности	32,3
Никаких плюсов нет	21,5
Возможность не подчиняться требованиям трудовой дисциплины	6,5
Другое	3,2

Таким образом, видно, что 43% опрошенных считают, что основной плюс - это возможность получать большие деньги, ведь не факт, что будет возможность получить их при достижении пенсионного возраста (после 60/65 лет) [8].

Из проделанной работы можно сделать вывод, о том, что неофициально трудоустроены более 30%. Согласно опубликованному в 2017 году исследованию РАНХиГС, доля не оформленных на основной работе россиян достигла максимума - 13,6% россияне трудятся на своей основной работе неофициально, это доказывает, что данная проблема возросла в 2 раза. Также в 2017 году в теневую экономику вовлечены 44,8% граждан [8]. Рост этих показателей продолжится вследствие экономической нестабильности, принятой пенсионной реформой и рядом других факторов. Чтобы такого не происходило необходимо поддерживать и стимулировать молодёжь различными видами поощрения, мотивации и т.п. Чтоб человек сам захотел устроиться официально и платить налоги.

Список литературы:

1. Бакирова Р.Р., Некрасова Я.А., Абрамова М.Н. Статистический анализ динамики средней заработной платы отдельных категорий работников социальной сферы и науки // Статистические методы исследования социально-экономических и экологических систем региона: материалы I Междунар. НПК: вып. 1 в 2 т. / отв. Ред. Г.Л. Попова; ФГБОУ ВО «ТГТУ». – Тамбов: Изд-во ФГБОУ ВО «ТГТУ», - Вып. 1. – Т. 1. - 2017. - С. 213-217
2. Попкова И.С. Статистический обзор занятости населения / Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2018. №1. С. 112-119.
3. Салимова Г.А. Исследование заработной платы в экономике Российской Федерации // Актуальные проблемы и перспективы развития государственной статистики в современных условиях. - Саратов: Саратовский социально-экономический институт (филиал) «РЭУ им. Г.В.

- Плеханова», 2018. - С. 154-156.
4. Тарасова Т.В. Региональный рынок труда молодёжи: проблемы и перспективы / Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2018. № 6. С 53-62.
 5. Щавель А.И. Основные особенности и проблемы современного рынка труда в Российской Федерации / Современные научные исследования и инновации. 2018. № 10. С 35-41.
 6. Экономика торговли [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ru.tradingeconomics.com>
 7. РАНХиГС зафиксировала нежелание молодежи в регионах работать вбелую // РосБизнесКонсалтинг. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/society/17/10/2018/5bbdb02d9a79479a79d49c30>
 8. Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.ranepa.ru/>
 9. Численность населения // Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.gks.ru/

ПОВЫШЕНИЕ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОСРЕДСТВОМ БЕСКОНТАКТНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Гильфанов Дмитрий Альбертович
студент Финансово-экономического колледжа
Желтовских Елена Валерьевна
преподаватель, председатель Цикловой комиссии
Финансово-экономического колледжа

На современном этапе развития общества, сложилась ситуация, когда реализовать товар на рынке сложнее, чем его производить, поэтому основой бизнеса и ведения хозяйства для получения максимальной и эффективной прибыли, в плане реализации своего продукта, становятся технологии и инновации в сфере коммерческих с клиентами организации.

Современная экономика немыслима без жизненно важных, успешно внедренных нововведений, которые помогают оставаться организации на стабильном уровне развития. Инновации не только помогают жить организации, но и увеличивать её эффективность, как предприятия направленного на достижения максимально возможной прибыли в условиях мощной конкуренции.

Потребители ежедневно, посещая магазины, сталкиваются с циклическими рутинными проблемами выбора и ожидания. Когда они находятся в магазине, то сталкиваются с трудностью выбора товара из такого большого ассортимента,

который сейчас предложен и представлен на наших прилавках. Также потребители сталкиваются с проблемой ожидания в очереди перед кассой, отбиванием через скан каждого товара, купленного ими, на что затрачивается большое количество времени. Сейчас появилась возможность оплатить товар просто приложив карту к терминалу кассы, но время ожидания чека и время, когда кассир выберет оплату наличным или безналичным способом не сократилось.

Задумайтесь, может ли кто-то еще знать, что вы хотите купить и когда, а самое главное, что этот, кто-то готов самостоятельно изучать Вас, помогая решить проблему выбора товара и экономии времени, не вторгаясь в ваше личное пространство. Этим, кто-то становятся новые магазины без касс и кассиров, основанные на максимальном сокращении момента выбора и покупки товара. С помощью различных методов сбора и анализа данных, с помощью новых инновационных технологий магазины могут помочь Вам определиться с выбором и заранее, еще до того, как Вы надумали пойти в магазин, определить наиболее необходимые Вам товары и предложить их в тот же момент, когда Вы зайдете в магазин.

Шопинг в магазине бесконтактного обслуживания организован в точности так, каким он должен быть в идеальном самообслуживании, то есть быстрым и удобным. Вы ходите по магазину, выбираете нужные товары или товары, предложенные Вам магазином, складываете их в пакет, в рюкзак или просто рассовываете по карманам. Затем выходите из магазина через специальные турникеты - и сумма покупки автоматически списывается с вашего счета. За счет такого способа оплаты время ожидания в очереди сводится к нулю. Британские исследователи подсчитали, что среднестатистический человек проводит в очередях магазинов в среднем около года, что непозволительно в век, где самый ценный ресурс - время. Также, по данным опросов общественного мнения, более 40% современных покупателей признаются, что именно наличие очереди в магазине может стать веской причиной для того, чтобы «пройти мимо» предприятия торговли и изменить свое намерение совершить в нем покупку. Магазин без касс решает эти проблемы, и проблему человеческого фактора.

Все мы знаем, что пик посещаемости магазина приходится на вечернее время, когда кассир, отработав свою смену, в силу своих физиологических возможностей, не может предоставить необходимый уровень качества и скорости обслуживания, подвергая риску репутацию магазина.

Разберем поподробнее процесс взаимоотношения клиента и магазина. Перед входом в магазин, где покупатель сразу должен авторизоваться, стоят специальные турникеты, отслеживающие сигнал телефона. Авторизация осуществляется через QR-код в мобильном приложении на смартфоне. На входе в магазин следует показать сканеру код на экране. Люди просто показывают штрих-код - и заходят. В дальнейшем мобильное приложение на смартфоне работает в фоновом режиме и отслеживает список покупок, которые вы положили к себе в корзину или в карманы, как Вам удобно. Механизм трекинга или слежения основывается на использовании RFID-метки и видеокамер. Система наблюдения отслеживает местоположение каждого покупателя в магазине, а сканеры RFID-меток на полке определяют, когда товар взяли с полки. Система сочтает информацию из двух каналов - и делает вывод о том, что определённый покупатель взял конкретный товар. Если покупатель передумал, то может положить товар обратно на полку - и вещь будет удалена из списка покупок. При выходе из магазина мобильное приложение автоматически осуществляет транзакцию. Выход осуществляется через те же самые турникеты, на этот раз вообще без авторизации или каких-либо действий с вашей стороны. Отсутствует также какой-либо звуковой или световой сигнал. Просто идёте на выход - и уходите по своим делам. Никаких очередей, никаких кассиров, куча сэкономленного и свободного времени для клиента.

Такая организация вместе с инфраструктурой складов и продвинутой логистикой позволит компании эффективно заменять людей роботами и на складах. В торговом зале та же стратегия позволит сократить издержки и увеличить пропускную способность магазинов. Здесь экономия не только на зарплате, но и на инкассации наличных, на работе кассовых аппаратов и платёжных терминалов. Всё это позволит в перспективе уменьшить накладные расходы и сни-

зять стоимость товаров в магазине по сравнению с магазинами старого типа, где работают живые кассиры.

Ещё один немаловажный момент заключается в том, что упрощение процедуры расчёта в магазине увеличивает размер среднего чека. Чем проще расстаться с деньгами - тем больше товаров человек купит в магазине. Статистика подтверждает, что с деньгами на карте человек расстается на 20-30% охотнее, чем с наличными. В некоторых же случаях внедрение эквайринга с терминалами бесконтактной оплаты или просто терминалы оплаты без процентов позволяло компаниям увеличивать выручку наполовину, а с помощью системы сбора данных о вашем поведении в магазине, о времени которое вы затратили на выбор какого-либо товара, о том, что вы покупаете и по каким дням, о каких вкусах Вы предпочитаете, какие скидки, ценники работают на Вас больше всего, позволит магазину обладать сверхликвидным товаром. Таким образом, заказывая товар у поставщиков, магазин уже на 90% уверен, что Вы купите его в пятницу вечером с 3 полки в молочном отделе со скидкой в 4%. Все эти собранные данные о каждом покупателе создают систематизированный клиентоориентированный сервис, что повышает лояльность нашей аудитории и увеличивает объём продаж.

Как и у любой системы, у этой существуют свои недостатки. Первым на ум сразу приходит вопрос с решением проблемы воровства. Полные прилавки и отсутствие охранников, заставляют задуматься о мысли «бери и иди». Новые эксперименты показывают, что для решения проблемы достаточно правильно настроить систему безопасности. Расположение камер по всему магазину, позволит следить за товарами и покупателями с точностью 99%. Даже если кто-то спрячет товар под одежду, камера отметит этот момент и всё равно добавит покупку к общему счету. А оставшийся процент, технологии распознавания лиц с легкостью определит человека, которые не оплатил за товар, и автоматически, как это сейчас происходит с автоштрафами, отправит заявление в отдел полиции, при этом заблокирует двери на выходе из магазина. Второй проблемой являются технологичность и единоразовые крупные затраты на закупку и уста-

новку оборудования. С развитием технологий и конкуренции, оборудование становится всё дешевле и лучше, что позволяет вместе с наработками уже существующих систем, а также установкой оборудования на массовое производство, максимально уменьшить сложность и стоимость эксплуатации. С внедрением технологий автоматического обслуживания мы вычеркиваем строку «заработная плата» из списка издержек предприятия, что позволяет нам экономить и перераспределить финансы в другие счета, например, погашение кредита за первоначальную закупку оборудования. Таким образом, стоимость современного оборудования окупается за 2 года.

С помощью внедрения системы бесконтактного обслуживания можно решить действительно важные социальные проблемы общества и при этом увеличить эффективность организации, что подтверждает постоянную потребность введения современных инноваций в деятельность коммерческих предприятий для их роста и развития.

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В СООТВЕТСТВИИ С РОССИЙСКИМИ И МЕЖДУНАРОДНЫМИ СТАНДАРТАМИ

Гладких Екатерина Алексеевна

студентка Новосибирского государственного аграрного университета

научный руководитель: Давыдова Елена Юрьевна

старший преподаватель

Новосибирского государственного аграрного университета

Одним из условий создания стабильной финансовой инфраструктуры субъектов хозяйствования в Российской Федерации является эффективная, понятная и общепризнанная система бухгалтерского учета и отчетности, принципы которой могут быть истолкованы и применимы на постоянной основе.

Из многочисленных проблем учета основных средств можно выделить главную – это непосредственное приведение системы бухгалтерского учета и отчетности в соответствие с требованиями международных стандартов финансовой отчетности, к которым сейчас стремится вся российская ученая система.

Основным нормативным документом, регламентирующим порядок и правила формирования в бухгалтерском учете информации об основных средствах

организации, в соответствии с российскими стандартами учета, является Положение по бухгалтерскому учету 6/01 «Учет основных средств», принятое Министерством финансов РФ 30.03.2001 № 26н [1]. Кроме того, на территории действует МСФО (IAS) 16 «Основные средства», введенный в действие приказом Минфина России от 28.12.2015 N 217н.

Между ПБУ 6/01 «Учет основных средств» и МСФО (IAS) 16 «Основные средства» существуют существенные различия. Для того чтобы понять весомую разницу содержания положений необходимо выделить ключевые моменты, касаемые учета объектов основных средств, таких как (рис. 1).

Характерным отличием от МСФО принято считать наличие стоимостного критерия признания актива как основного средства. В соответствии с российским положением можно отражать активы стоимостью до 40000 рублей за единицу в бухгалтерском учете и бухгалтерской (финансовой) отчетности в составе материально-производственных запасов [1].

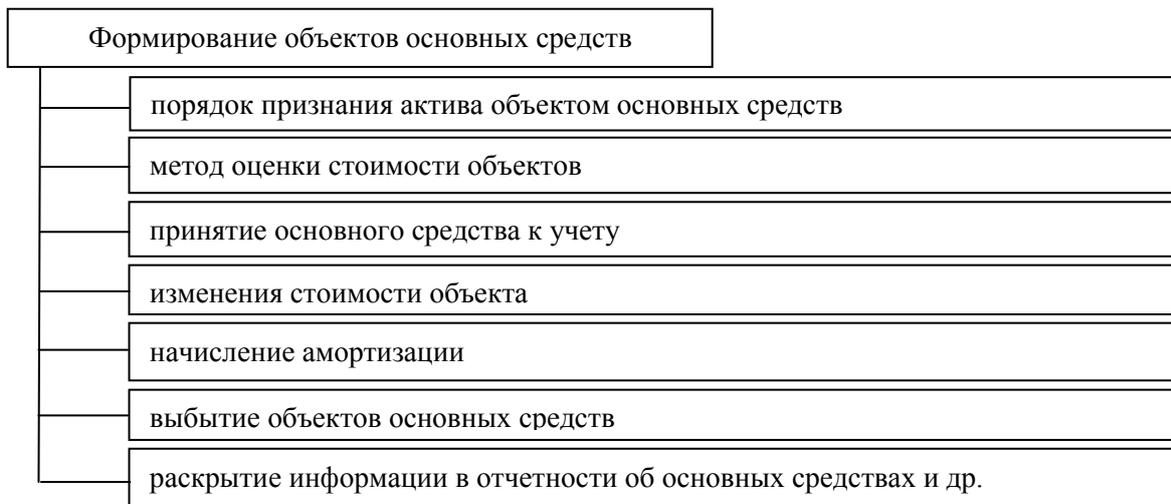


Рис. 1. Компоненты формирования объектов основных средств

В свою очередь, в международной практике нет ограничений по стоимости. Наряду с этим, отличительным фактом признания актива по МСФО принято считать то, что объект может быть признан в качестве актива, в том случае если существует вероятность того, что предприятие получит экономические выгоды, которые никак не связаны с данным объектом [2].

Учетной единицей бухгалтерского учета основных средств, в соответствии с ПБУ 6/01 «Учет основных средств», принято считать инвентарный объ-

ект, а МСФО 16 «Основные средства» не определяет единицу измерения, т.е. не указывается из чего именно состоит объект основных средств. Необходимо обратить особое внимание на то, что правила определения первоначальной стоимости основных средств в ПБУ 6/01 достаточно близки и схожи к требованиям МСФО. В общем сильно похож и перечень затрат, которые могут включаться и не включаться в первоначальную стоимость объекта. В обоих документах в первоначальную стоимость объектов основных средств включаются: покупная цена; импортные пошлины; невозмещаемые налоги; затраты на доставку; стоимость профессиональных услуг и т.д. Не включаются административные и другие общие накладные расходы, если данные ресурсы не относятся непосредственно к приобретению объекта или его доведению до рабочего состояния.

Отличительным признаком можно назвать то, что в первоначальную стоимость, по ПБУ 6/01, не включаются расходы по демонтажу оборудования и восстановлению земель, а в МСФО – уточняются требования по включению в себестоимость объекта предварительной оценки затрат на демонтаж и ликвидацию объекта основных средств, а так же восстановление природных ресурсов на занимаемом участке, в отношении которых организация принимает обязательство при приобретении этого объекта, либо вследствие его эксплуатации на протяжении определенного периода времени в целях, не связанных с созданием запасов в течение этого периода.

Установление срока полезного использования так же различно: если в России на практике он устанавливается согласно утвержденным стандартам, то в международной – определяется организацией самостоятельно и может быть изменен.

Что касается амортизации основных средств, то по российским и международным стандартам основные средства, потребительские свойства которых не изменяются со временем (например, земля), не подлежат амортизации. По МСФО (IAS) 16 организация распределяет сумму, первоначально учтенную в составе объекта основных средств, между его значимыми компонентами и амортизирует каждый объект по отдельности; начисление амортизации не пре-

кращается, даже если объект основных средств находится в ремонте и временно не используется. Согласно ПБУ 6/01, объект основных средств амортизируется полностью, распределение сумм амортизации по отдельным компонентам не предусматривается. По российскому законодательству, в результате введения объекта основных средств в консервацию на длительный срок (более 3 месяцев) амортизация не начисляется по решению руководителя организации. Так же, не стоит забывать об обесценении объектов основных средств.

В соответствии с международным стандартом учета объекты основных средств подлежат обязательной проверке на обесценение. В российской практике проверка основных средств по данному признаку не проводится.

В отношении раскрытия информации об основных средствах в финансовой отчетности в российском ПБУ 6/01 имеется наиболее узкий список информации об объектах ОС, необходимых для их раскрытия в отчетности. В то же время, сведения, требуемые по российскому законодательству, включены в перечень МСФО (IAS) 16. Не смотря на это, в МСФО запрашивается более широкий перечень показателей для более точного определения стоимости основных средств.

Изучение учета объектов основных средств на практике, в соответствии с российскими и международными учетными стандартами, позволяет сделать вывод о том, что наиболее отличительной чертой является разница в конечных целях использования отчетности.

Таким образом, финансовая отчетность по ПБУ используется органами государственного управления и статистики. А отчетность, составленная в соответствии с МСФО – широко используется инвесторами и иными организациями, а так же финансовыми институтами. В связи с этим можно сделать вывод о том, что приведенные группы пользователей имеют различные интересы и потребности в финансовой информации организаций.

В настоящее время активно идет процесс реформирования российского бухгалтерского учета и установленные законодательством правила бухгалтерского учета в значительной степени корректируются из года в год. Российский

учет становится ближе к международным стандартам. Данная тенденция весьма эффективна с точки зрения отражения основных средств. Как известно, реформа законодательства, по отношению к бухгалтерскому учету, направлена на совмещение внутренних норм с международными стандартами, для того, чтобы упростить понимание и восприятие информации зарубежных партнеров в финансовом положении отечественных компаний [3].

По информации Министерства финансов РФ, в данный момент обсуждается проект нового ПБУ «Учет основных средств» с существенными корректировками, ответственными за который являются разработчики Фонда развития бухгалтерского учета «Национальный негосударственный регулятор бухгалтерского учета «Бухгалтерский методологический центр». Предполагаемой датой вступления стандарта в силу для обязательного применения считается 2020 год.

Согласно новому пункту в ПБУ 6/01 «Учет основных средств» организации, которые ведут упрощенный учет, могут определять первоначальную стоимость приобретенных ОС по цене поставщика и затрат на монтаж, а при их сооружении – в сумме, уплачиваемой подрядчикам. Другие затраты, непосредственно связанные с покупкой или созданием основных средств, можно включать в состав расходов по обычной деятельности в момент их несения [3].

Самым главным и важным новшеством признается то, что теперь у организаций будут иметь полномочия для начисления годовой амортизации основных средств единовременно на 31 декабря отчетного года или по периодам, которые определяются каждым самостоятельно. А производственный хозяйственный инвентарь можно будет списать на затраты в полном объеме единовременно при его принятии к бухгалтерскому учету в размере первоначальной стоимости.

Список литературы:

1. Приказ Минфина России от 30.03.2001 N 26н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01» (Зарегистрировано в Минюсте России 28.04.2001 N 2689). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/>
2. «Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 16 «Основные

средства» (введен в действие на территории Российской Федерации приказом Минфина России от 28.12.2015 N 217н). [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_193590/

3. Минфин России: Организация разработки стандартов. [Электронный ресурс]. URL: www.minfin.ru/ru/performance/accounting/development/setup/

МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ

Гоменюк Лариса Григорьевна

*магистрант Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

научный руководитель: Руденок Оксана Юрьевна

кандидат экономических наук, доцент

*Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

Невозможно представить себе существование и развитие любого государства без инвестиций. На современном этапе как внешние, так и внутренние инвестиции являются одним из важных факторов развития государства и его экономической политики. Характер инвестиций, их интенсивность и эффективность зависит от инвестиционного климата, который сформирован в государстве. Инвестиционную привлекательность определяют такие факторы как правовые, финансовые, социально-экономические и другие.

Одним из важных критериев для принятия инвестиционного решения является инвестиционный климат. По мнению многих авторов, инвестиционным климатом является совокупность экономических и правовых, политических и других факторов, которые определяют рискованность вложения средств.

Как известно, благоприятный инвестиционный климат на макроуровне формируется под влиянием положительных изменений в политической, экономической и социальной сферах в таких направлениях, которые максимально дадут гарантию сохранности капитала, а также не будут препятствовать выгодному экономическому применению.

На микроуровне инвестиционный климат проявляется на уровне взаимовыгодных отношений фирмы-инвестора и субъектов территории-реципиента (государственных органов, хозяйственных субъектов, поставщиков, покупателей, банков, а также профсоюзов, трудовых коллективов). На этом уровне про-

исходит конкретизация обобщенной оценки инвестиционного климата в ходе реальных экономических, юридических, культурных контактов инвестирующей фирмы с новой для нее средой. Эти два уровня реализуются как единое целое.

Таблица 1

Методики оценки инвестиционной привлекательности

Методика	Описание	Преимущества	Недостатки
Методика рейтингового агентства «РА Эксперт» [1]	Оценка по двум параметрам: инвестиционный потенциал и инвестиционный риск. Вклад каждого частного показателя в итоговый индикатор оценивается на основе анкетирования представителей экспертного, инвестиционного и банковского сообществ.	Доступность и открытость, а также аргументированность мнений экспертов, недостатками же являются субъективное мнение экспертов	Субъективное мнение экспертов, недостаточная адаптация к современной ситуации в экономике
Методика Национального рейтингового агентства (НРА) [2]	Оценка 52 показателей, которые формируют 7 групп факторов: обеспеченность природными ресурсами, инфраструктуру, финансовую устойчивость, производственный потенциал и другие. Исходные показатели преобразуются в расчетные индикаторы.	Открытость и доступность результатов для инвесторов, в широком круге респондентов и аргументированности суждений экспертов	Субъективное мнение экспертов, отсутствие реально определить дистанцию между участниками рейтинга
Методика Агентства стратегических инициатив [3]	Оценка по 4 направлениям, таких как регуляторная среда, институты для бизнеса, доступности ресурсов и поддержки малого и среднего бизнеса	Открытость результатов, аргументированность суждений экспертов, популярности рейтинга конечным результатов и широкого круга респондентов	субъективность мнений, возможность определить реальную дистанцию между участниками рейтинга, отсутствие вектора инновационного потенциала региона, ограниченное число регионов-участников
Методика Смаглюковой Т.М. [4]	В основе методики лежит расчет сводного интегрального показателя инвестиционной привлекательности, который формируется под влиянием множества частных факторов, измеряемых соответствующими показателями. Данные показатели включаются в состав факторов инвестиционной привлекательности, отражающих все стороны инвестиционного процесса. Совокупность сформированных показателей затрагивает внешние и внутренние факторы функционирования регионов как экономических систем и объектов инвестирования.	Может быть проанализирована рискованность вложений на территориальном уровне.	Включение одних и тех же показателей в состав факторов как территориальной, так и отраслевой инвестиционной привлекательности
Методика балльно-рейтинговой системы оценки инвестиционной привлекательности Л.С. Валинуровой [5]	Включает в себя 55 экономических параметров, которые характеризуют экономическую привлекательность предприятия, основными факторами являются финансовые, инвестиционные, производственные и кадровые.	Отображение показателей, имеющих количественное значение, коэффициенты корреляции.	

Анализ известных подходов к оценке инвестиционной привлекательности и инвестиционного климата показывает, что международные организации в своей практике используют макроэкономические показатели в качестве основных параметров, таких как динамика роста и финансовый рынок, выплаты по внешним и внутренним долгам и пр.

В современной научной литературе предлагаются различные подходы к оценке инвестиционной привлекательности стран, регионов, отраслей. Кроме того, подобные методики разрабатываются и ведущими рейтинговыми агентствами мира. В табл. 1 обобщены наиболее распространённые методики.

Обратим внимание на то, что все рассмотренные методики имеют ряд серьезных недостатков и не учитывают в полной мере специфику развития и особенности регионов России, а также факторы, влияющие на уровень их инвестиционной привлекательности.

Так, инвестиционные рейтинги агентств «РА Эксперт», Агентства стратегических инициатив, Национального рейтингового агентства, не учитывают такие важные характеристики инвестиционную привлекательность, как, например, отраслевая структура экономики региона, реальный уровень инвестиционной активности в регионе не всегда соответствует присвоенному инвестиционному рейтингу, что свидетельствует о его недостаточной обоснованности. Таким образом, утрачивается главное назначение рейтинговой позиции – выступать в роли индикатора для потенциального инвестора.

Инвестиционная привлекательность предприятий особо важны в настоящее время из-за ограничения инвестиционных ресурсов, отсутствия эффективной государственной поддержки и необходимости внешних инвестиционных ресурсов.

Многие специалисты приравнивают инвестиционную привлекательность с оценкой эффективности инвестиционных проектов. Поскольку наиболее эффективные проекты должны быть включены в инвестиционный портфель. Однако на ранних этапах его формирования инвестор может оценить каждый из исследованных проектов. Расчет эффективности инвестиций – сложный про-

цесс, который требует значительной информации, когда потенциальный инвестор не всегда может получить первичное исследование крупной совокупности проектов.

Э. Шилов, О. Кухленко и А. Гойко под инвестиционной привлекательностью компаний и фирм понимают «целесообразность реализации капитальных вложений в расширение и техническое перевооружение действующих предприятий, которые рассматриваются как потенциальные объекты инвестирования» [6]. Определение ориентировано к реальным проектам. Оно не учитывает действия инвестора, направленные на поиск перспективных проектов финансовых инвестиций и не координирует требования и возможности инвестора. Достаточно полно эту концепцию раскрыл экономист И. Бланк, по мнению которого отдельные компании являются привлекательными объектами будущего инвестирования, если рассматривать перспективы ее развития, объем и перспективы реализации продукции, а также эффективность использования активов и состояние платежеспособности и финансовой стабильности [7].

Самое широкое понимание инвестиционной привлекательности является совокупность внешних и внутренних факторов, которые способствуют или препятствуют процессу инвестирования. Оценка инвестиционной привлекательности – это система действий потенциального инвестора, направлена на выбор к инвестиционному портфелю наиболее эффективных проектов, которые имеют отношения к финансовым ресурсам. Также принимаются попытки провести оценку, анализ финансового предложения и инвестиционную привлекательность в определенных отраслях в современной экономике.

Также стоит отметить, что в мировой практике разработан ряд методов оценки и анализ инвестиционной привлекательности субъектов экономической деятельности, основанных на финансовых индексах.

Важно отметить, что их основными функциями являются такие как:

- основание на многих индексах, объединённых в определенные группы и направления анализа;
- индексы, характеризующие прибыльность, финансовое состояние объ-

екта инвестирования;

- множество методов включают анализ индексов инвестиционного риска;
- объединения различных индексов в универсальную систему оценки посредством определения одного или нескольких интегральных индексов.

Для повышения рейтинга предпринимательства важно иметь объективную оценку инвестиционной привлекательности предприятия. Такая оценка может быть проведена путем тщательного изучения экономической деятельности, анализа условий их собственности, оборот капитала, рентабельность и финансовая стабильность, ликвидность активов на рынке. И их ранжирование по уникальному интегрированному индексу позволит выявить наиболее привлекательные для инвестиции предметы.

Список литературы:

1. Инвестиционный климат регионов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://raexpert.ru/ratings/regions>
2. Рейтинговая шкала инвестиционной привлекательности регионов [Электронный ресурс] - <http://www.ra-national.ru/ru/node/55229>
3. Методология расчета показателей Национального рейтинга Агентства стратегических инициатив [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://asi.ru/regions/rating/methodology/>
4. Смаглокова Т.М. Методика оценки инвестиционной привлекательности региона // Экономические науки. – 2010. – № 4. – с. 117-119.
5. Валинурова Л.С., Казакова О.Б. Управление инвестиционной деятельностью: учебник для вузов. – М.: КноРус, 2005.
6. Шилов Є.Й., Кухленко О.В., Гойко А.Ф. Інвес (тиційне забезпечення розвитку продовольчого підкомплексу АПК / Економіка України. 2002. № 6
7. Бланк И.А. Основы инвестиционного менеджмента. В 2-х т. Спб: Ника-Центр, 2001.

МОЛЕКУЛЯРНАЯ КУХНЯ

Гордеева Анна Константиновна

*студентка Чайковского техникума промышленных технологий и управления
научный руководитель: Кузнецова Татьяна Владимировна
преподаватель
Чайковского техникума промышленных технологий и управления*

Молекулярная кухня – это особое направление в кулинарном искусстве, которое связано с изучением физико-химических свойств пищи, использование

новейших открытий в различных научных областях для создания необычных рецептов.

Актуальность - повышенный интерес к новым разработкам в области кулинарии.

Цель работы: исследовать новое направление в кулинарии, развеять ложные представления о молекулярной кухне, и донести информацию до других.

Задачи работы:

- Собрать и изучить информацию об истории развития данного направления;
- Рассмотреть основные принципы и технологии молекулярной кухни;
- Ознакомиться с оборудованием, необходимым для приготовления молекулярных блюд;
- Провести эксперимент по приготовлению молекулярных блюд в домашних условиях.

Объект исследования: молекулярная кухня и ее секреты.

Предмет исследования: основные принципы, технология и оборудование.

Гипотеза: В будущем молекулярная кухня станет обыденной и привычной для каждой семьи.

Методы исследования: Справочно-информационный, поисковый, творческий поиск, экспериментальный метод.

Основоположником молекулярного направления считают парижского гастронома-химика и автора кулинарных томов Эрве Тиса.

В России молекулярная кухня тоже нашла свое место – в московском ресторане Анатолия Комма. Кухня Анатолия Комма отличается отсутствием каких-либо химических препаратов. Изначально его блюда готовятся в обычном и привычном виде, а уже потом сливочное масло становится хрустящим, а хлеб – жидким.

В Санкт-Петербурге направление молекулярной кухни тоже нашло своих почитателей. Так, Ронен Доврат Блоч, глава консалтинговой компании, разработал первое питерское меню молекулярной кухни в ресторане-бутике «Гу-

ашь».

Особенность молекулярной кухни заключается в том, что попробовать можно ее в виде специально составленных сэтов, которые включают в себя 6-8 блюд. Крайнее проявление высокой гастрономии: искусство переработки любого продукта до полной неузнаваемости. Это изобретение химиков, которые применяют различные вещества и способы приготовления блюд и раскладывают пищу на молекулы. Одни из ярких примеров - жидкость становится тестом, оливковое масло - карамелью, мясо - зефиром, а икра или чай с лимоном - пеной.

Самые эффектные и доступные приемы креативной кулинарии - сферификация, эмульсификация, желатинизация и сгущивание.

Цена на молекулярное меню достаточно высока. Например, цена для группы до 20 человек от 15 до 55 тысяч рублей. Это связано, в первую очередь, с ценами на оборудование и текстуры или же из-за оригинальности кухни. Оборудование не дешево, и главное – знания, которые на тук уж и легко получить. Чем же отличается классическая кухня от молекулярной? В классической кухне «непрерывной» температурой или обработкой продуктов можно не только испортить натуральный вкус, но и «лишить» их полезных свойств, микроэлементов и витаминов.

Молекулярная кухня помогает сохранить эти свойства, опираясь на научные факты и подтверждая действительность на практике

На западе много последователей такой кухни. Кулинары-профессионалы давно имеют у себя в меню изысканные блюда этого направления. В России единицы ресторанов могут предложить блюда молекулярной кухни. Например, российский ресторан Анатолия Комм «Варвары» предлагает молекулярную кухню в качестве кулинарного шоу, заказ которого обязателен для каждого стола.

Практическая часть. Среди разнообразных гастрономических открытий далеко не все требуют сложной аппаратуры. Вот, скажем, не так уж сложен рецепт куска нежнейшего сочного мяса. Для того чтобы его отведать, нужно все-

го лишь несколько часов держать мясо в духовке при температуре 55°C. При 70°C мясо перестает удерживать кислород и принимает серый цвет; а при 100°C из него начинает испаряться вода, и создаваемое при этом давление разрушает как мясо, так и его соки. То же самое касается и рыбы. Только ее «предел» – это 40°C, при которых белок начинает сворачиваться, а рыба пересыхает. Чтобы получить желаемую поджаристую корочку (по-научному это называется реакция Мейнарда), в ресторанах для ее создания используют обычную паяльную лампу. Так же можно использовать раскаленную сковороду для быстрого достижения результатов. А чтобы сохранить овощам их природный зелёный цвет, «молекулярные» повара и технологи научились использовать минеральную воду с содержанием кальция.

Мы решила провести эксперимент с шоколадом «Шантильи».

Для приготовления понадобится 225 гр. горького шоколада хорошего качества, стакан воды 200 гр. и колотый лёд.

Разламываем шоколад и высыпаем в кастрюлю с водой. Нагреваем на умеренном огне, помешивая, до полного растворения шоколада. Далее подготавливаем две миски – большую и маленькую. В большую миску добавляем немного колотого льда и заливаем холодной водой. Одну миску устанавливаем в другую и добавляем растопленный шоколад, затем взбиваем венчиком. Что происходит? Смесь загустела и стала похожей на взбитые сливки. Блюдо молекулярной кухни готово, можно подавать.

Молекулярная кухня еще только в начале своего развития. Да, о ней говорят, но чаще как о шоу химических реакций на кухонном столе. На самом деле, речь идет о глобальном подходе к приготовлению пищи.

На основании знаний разрабатываются новые материалы для кухонной посуды и приборов, чтобы простая домохозяйка могла использовать эти знания в быту.

Сторонники молекулярной кухни смело утверждают, что каждое приготовление еды происходит на молекулярном уровне. Так что молекулярная кухня – повсюду.

БУХГАЛТЕРСКАЯ ОТЧЕТНОСТЬ: НАЦИОНАЛЬНЫЕ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ

Гордей Татьяна Александровна

студентка Полесского государственного университета

научный руководитель: Данилкова Светлана Анатольевна

кандидат экономических наук, доцент, DipIPFM

Полесского государственного университета

В современной экономике идет непрерывный процесс глобализации и интеграции, пример тому международные стандарты финансовой отчетности (далее МСФО), так как основная цель создания данных стандартов – улучшение и сближение финансовой отчетности на международном уровне. В свою очередь Республика Беларусь не остается в стороне, и уже рассматриваются изменения законодательства Республики Беларусь бухгалтерском учете и отчетности по сближению с МСФО [4].

В настоящее время существует ряд сходств и различий в принципах составления отчетности Республики Беларусь и МСФО. Одним из главных отличий является цель составления отчетности. Если же целью белорусской бухгалтерской отчетности является отражение достоверной итоговой информации о непрерывной деятельности хозяйствующих субъектов, то цель МСФО – составление финансовой отчетности для того, чтобы предоставить информацию о финансовом положении компании для широкого круга пользователей, в том числе инвесторов.

Далее следует рассмотреть основные принципы, касающиеся именно составления отчетности. Одним из таких принципов является отчетный период. В соответствии с законодательством Республики Беларусь для годовой отчетности отчетный период – календарный год (с 1 января по 31 декабря), за исключением создания организации или же, наоборот ликвидации. Промежуточная отчетность должна составляться нарастающим итогом с начала отчетного года по отчетную дату (месяц, квартал, полугодие). В промежуточную отчетность Республики Беларусь входят: бухгалтерский баланс и отчет о прибылях и убытках. МСФО подразумевают составление годовой отчетности ежегодно, не обязательно с 1 января, только в случае уменьшения или увеличения отчетного пе-

риода, а именно 1 года, организация должна объяснить причину изменения периода. Промежуточная отчетность в соответствии с МСФО подразумевает отчетный период меньше, чем финансовый год и состоит из тех же форм, что и годовая отчетность, только в краткой форме [2].

Если же рассматривать состав бухгалтерской (финансовой) отчетности, то в МСФО не существует определенных форм, в то время, как в Республике Беларусь установлены следующие формы [5]:

- бухгалтерский баланс;
- отчет о прибылях и убытках;
- отчет об изменении собственного капитала;
- отчет о движении денежных средств;
- примечание к бухгалтерской отчетности.

Основным документом для анализа денежных потоков служит отчет о движении денежных средств, который может быть составлен как прямым, так и косвенным методом, в соответствии со стандартами МСФО. В Республике Беларусь используется только прямой метод. Прямой метод представляет информацию об общей сумме оборота денежных средств предприятия в результате его операционной, инвестиционной и финансовой деятельности, суть которого заключается в преобразовании выручки в чистую денежную прибыль. Косвенный метод раскрывает различие между чистой прибылью и чистым денежным потоком.

Следует отметить, что отчет о движении денежных средств, составленный прямым способом, не раскрывает взаимосвязи величины финансового результата и изменения абсолютного размера денежных средств, в частности, не показывает, почему возникает ситуация, когда прибыльное предприятие является неплатежеспособным. В то время как косвенный метод расчета чистого денежного потока наглядно показывает различие между чистым финансовым результатом и чистым денежным потоком предприятия. С помощью ряда корректировочных процедур финансовый результат предприятия преобразуется в величину чистого денежного потока. Он более предпочтителен и с аналитиче-

ской точки зрения, так как позволяет объяснить причины расхождения между финансовыми результатами и свободными остатками денежной наличности. С помощью косвенного метода можно выявить наиболее проблемные места в деятельности предприятия, установить, куда ушли деньги, и почему при наличии прибыли денег нет.

Следующим отличием, является сфера применения принципов составления отчетности. Международные стандарты применяются лишь у коммерческих компаний, в то время как регламентирующие документы составления бухгалтерской отчетности Республики Беларусь в соответствии с законодательством используются как коммерческим, так и к некоммерческим организациям.

Таким образом, основными отличиями составления бухгалтерской отчетности Республики Беларусь от международных стандартов финансовой отчетности являются:

- ориентир МСФО на удовлетворение информационной потребности финансового состояния организации широкого круга пользователей, а именно инвесторов для привлечения дополнительного капитала;
- точное соответствие отечественной практики правовым и документальным требованиям утвержденным законодательством.

Для улучшения условий рыночной экономики большинство стран стали переходить на международные стандарты финансовой отчетности. Так как МСФО в некоторых странах имеет обязательный и (или) рекомендательных характер, то это позволяет большинству пользователей разных стран мира понимать и правильно читать финансовую информацию разных стран мира, что дает толчок к процессу интеграции и глобализации [4].

Также следует отметить, что реформирование национальной бухгалтерской отчетности Республики Беларусь проходит по ранее составленной государственной многоступенчатой программе, которая соответствует международной стандартизации, в которую входят такие шаги, как изменение национального законодательства, членство в международных организациях, подготовка специалистов по МСФО, контроль и соблюдение МСФО.

Список литературы:

1. Бровкина Н.Д. Международные стандарты финансовой отчетности: учеб. пособие / Н. Д. Бровкина. – Москва, 2012.
2. Гордей Т.А. Бухгалтерская отчетность: сравнительный аспект государственного регулирования и составления // Научный потенциал молодежи – будущему Беларуси: сб. статей / ПолесГУ. - Пинск, 2018. - Вып. 12. - С. 64 – 66.
3. Данилкова С.А. Аудит: учеб. пособие. – Минск: Новое знание, 2016.
4. МСФО [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://fb.ru/article/155822/msfo-cto-eto-takoe-msfo-otchetnost-standartyi>
5. О бухгалтерском учете и отчетности: закон Республики Беларусь от 12.07.2013 г. № 57-3 (с изм. и доп.) // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология Проф. 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь. – Минск, 2018.

РОЛЬ МАРКЕТОЛОГА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Городилова Тамара Александровна

*студентка Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

*научный руководитель: **Попова Анна Александровна***

*ассистент Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

Актуальность темы обосновывается тем, что на данном этапе развития сети Интернет можно с уверенностью сказать, что все большее количество пользователей проводит в виртуальном мире максимальное количество времени. По прогнозам экспертов к 2021 году число пользователей сети достигнет 4,1 млрд. человек. Это около 60% населения планеты. И значительная часть населения пребывающих в Интернете ищут достойный способ заработка.

Всё чаще в рейтингах касающихся востребованных в ближайшем будущем профессий на верхних позициях фигурирует маркетолог социальных сетей (SMM-маркетинг).

Что конкретно делает маркетолог социальных сетей? «Короткий ответ: много!» - говорит, довольно известный, редактор социальных сетей, Сюзанн Самин, где она отвечает за аккаунты Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, Snapchat и Google Plus. Она объясняет, что SMM-маркетологи несут ответственность за изучение социальных каналов бренда. Они контролируют, а

также стремительно быстро реагируют на комментарии аудитории; прилагают все усилия для того, чтобы добиться партнёрства в социальных сетях с другими брендами; создают и публикуют видео и изображения. Они также проводят стратегию и проводят цифровые маркетинговые кампании, а ещё собирают и анализируют результаты данных этих кампаний [1].

Какие умения и знания необходимы для SMM-маркетолога? Современному человеку ориентироваться в социальных сетях не вызывает затруднений. По крайней мере, вы должны знать Facebook, Twitter и Instagram, как пять пальцев собственной руки. Вы также должны понимать, в чём именно каждая интернет платформа отличается от другой. Также важны первоклассные навыки общения и письма. Маркетолог социальных сетей должен хорошо владеть языком и возможностью выразить себя в письменной форме. В то время как маркетолог социальных сетей может не писать записи в блоге, он или она будет ежедневно общаться с клиентами - и 99% этого сообщения будут в письменной форме. Может ли он ясно передать идею в письменной форме? Способно ли он поддерживать постоянный голос при письме от имени компании? Может ли он передать страсть и волнение для бизнеса или продуктов через его/её письмо? Необходимо поддерживать профессионализм в общении и конечно, грамматические или орфографические ошибки не допустимы.

Отслеживайте посты в блогах. Читая посты в тематических блогах можно почерпнуть необходимые знания в маркетинге социальных сетей как для начинающих, так и для опытных специалистов. Ежедневное отслеживание постов должно стать вашей привычкой. Также полезно будет подписаться на электронную рассылку интересующих вас сайтов [2].

Читайте книги. Польза чтения книг очевидна. Полезное чтение (чтение хороших книг) расширяет кругозор человека, обогащает его внутренний мир, делает умнее и положительно сказывается на памяти. А еще важно читать книги, потому что: чтение книг увеличивает словарный запас человека, способствует выработке более чёткого и ясного мышления, что позволяет

формулировать и выражать мысли яснее. Убедиться в этом каждый может на собственном примере. Стоит только вдумчиво прочесть какое-нибудь классическое произведение. Тот, кто раньше и «двух слов связать не мог», заметит, как стало проще с помощью речи выражать собственные мысли, изъясняться и подбирать нужные слова, заметит, что из лексикона исчезают слова-паразиты [2].

Участвуйте в тренингах. Сейчас в широком доступе представлены видео – курсы по социальным сетям для всех желающих. Но будьте осторожны в выборе тренинга. Одновременно с профессиональными существуют и любительские курсы, созданные людьми, которые никогда не занимались SMM-маркетингом.

Вкладывайте в инструменты социальных сетей. Работая SMM-маркетологом, вам необходимо иметь доступ к определенным инструментам в социальных сетях. Они сэкономят ваше время и помогут лучше понимать желания клиентов. Инструменты позволяют планировать публикацию постов, быстро отвечать на комментарии, проводить аудит, разрабатывать различные SMM-стратегии и многое другое. Такие сайты, как Hootsuite, Buffer и Agorapulse, предлагают широкий ассортимент доступных инструментов для работы в социальных сетях [3].

Таким образом, все выше перечисленные навыки могут выступать весомым инструментом для ускоренного развития и продвижения разных социальных сфер и отраслей. Для этого требуется всего лишь следовать этим простым истинам, а именно уметь правильно и ясно излагать свои собственные мысли, как на письме, так и в разговоре. Это первооснова, без которой в данной специальности обойтись никак нельзя, так как маркетолог социальных сетей, в первую очередь ведёт диалог, а уже после пытается прийти к максимальному результату, исходя из потребностей клиента.

Также нельзя забывать и о важности концентрации в Интернете. Работа на качество, а не на количество. Большой отклик будет стопроцентно у само-бытной информации, в которой есть то, что действительно интересует пользо-

вателей, а не просто-напросто обывденные новости на повестке дня.

Помимо ориентации в Интернете - чтение книг, в свою очередь, играет немаловажную роль, так как согласно многочисленным исследованиям, начитанные люди зачастую выигрывают. Люди, читающие более интересные собеседники, они много чего знают, с ними интересно вести диалог.

Следующее, что следует учесть и запомнить это то, что маркетолог социальных сетей всегда должен идти вперед, в одну ногу в Интернетом, никогда не стоять на месте. Черпать всё более новую и усовершенствованную информацию, посещать различного рода тренинги. Узнавать многое, но впитывать лишь то, что посчитаете нужным.

И ведущий навык, который играет определяющую роль в маркетинге это вкладывание в себя и в ресурсы, которые в будущем принесут нам знания, а знания доход. Как сказал Бенджамин Франклин, американский политический деятель: «Самые лучшие инвестиции - в знания». Правильно подобранный план – это ваш успех. При соблюдении вышеупомянутых пунктов, вы непременно достигнете результата!

Список литературы:

1. Энди Серновиц «Сарафанный маркетинг. Как умные компании заставляют о себе говорить» Москва. 2012 г.
2. Дэн Кеннеди «Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум», 2017г.
3. Интернет – ресурс [Электронный ресурс] – Режим доступа: mediasat.info/2017/01/26/how-to-become-a-successful-manager-of-social-media/

ПРИЗНАНИЕ И ОЦЕНКА ЖИВОТНЫХ НА ВЫРАЩИВАНИИ И ОТКОРМЕ ПО МЕЖДУНАРОДНЫМ СТАНДАРТАМ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ (МСФО)

Гредюшко Татьяна Владимировна

студентка Новосибирского государственного аграрного университета

научный руководитель: Давыдова Елена Юрьевна

старший преподаватель

Новосибирского государственного аграрного университета

В настоящий период времени сельское хозяйство имеет немаловажное значение в экономике России. Сельскохозяйственная продукция пользуется высоким спросом у потребителей как на российских рынках, так и на междуна-

родных. Это следствие того, что общество желает использовать в своем рационе только чистые биологические продукты, которые несут в себе полезность и повышают жизнедеятельность человека. Также и многочисленные товаропроизводители различных отраслей стремятся использовать в своем производстве чистые биологические активы, чтобы производить более качественные продукты.

Российским организациям для выхода на международный рынок, необходимо проводить аудит финансовой отчетности как по правилам российских стандартов бухгалтерского учета (РСБУ), так и согласно международным стандартам финансовой отчетности (МСФО).

Наибольшую актуальность в настоящее время приобретают вопросы перехода российских компаний на МСФО, которые являются методологической базой для развития российской системы аудита. При сложившихся обстоятельствах переходной ситуации предстает потребность в наиболее подробном анализе проблем, которые затрагивают аудит животных на выращивании и откорме.

Согласно МСФО животные на выращивании и откорме – это биологические активы, которые представляют собой живущее растение или животное [1].

Биотрансформация содержит в себе процессы вырождения, роста, продуцирования и размножения, в результате чего в биологическом активе происходят количественные или качественные изменения.

Группа биологических активов представляет собой совокупность живущих растений и животных со сходными характеристиками. Сбором сельскохозяйственной продукции является отделение продукции от биологического актива или прекращение жизнедеятельности биоактива.

Организации необходимо признать биологический актив только тогда, когда:

- существует высокая вероятность получения организацией будущих экономических выгод, которые связаны с данным активом;
- данная организация производит контроль актива вследствие прошлых

событий;

- справедливую стоимость или фактическую стоимость актива можно надежно оценить [1].

Продукция сельского хозяйства, которая получена от биоактивов организации должна оцениваться по справедливой стоимости за вычетом расходов на продажу, которые определяются в момент получения продукции. В результате такой оценки полученная величина представляет собой себестоимость на ту дату, когда начинает применяться МСФО (IAS) 2 «Запасы» или иной применимый стандарт [2].

Процесс определения справедливой стоимости животных на выращивании и откорме можно облегчить путем группировки биологических активов в соответствии с их основными характеристиками, к примеру, по качеству и возрасту. Организация сама выбирает основные характеристики, которые используются на соответствующем рынке в качестве основы для установления цен [3].

Организации зачастую заключают договоры на продажу своих биоактивов в какой-то момент в будущем. Договорные цены не обязательно считаются базой при определении справедливой стоимости, так как справедливая стоимость отображает текущую конъюнктуру цен того рынка, на котором заключили бы сделку продавец и покупатель, которые хотят совершить эту сделку.

Если же для сельскохозяйственной продукции в ее текущем состоянии и местоположении существует активный рынок, то цена, которая установлена на этом рынке, является подходящей базой для определения справедливой стоимости данной сельскохозяйственной продукции. В случае если организация имеет доступ к нескольким активным рынкам, то используется цена более уместной из них в контексте организации.

При отсутствии активного рынка, организация использует для определения справедливой стоимости следующие показатели:

- рыночные цены на подобные активы, которые скорректированы с учетом отличий;
- цену последней сделки на рынке при условии, что в момент времени

между датой совершения сделки и концом отчетного периода не произошло значительных изменений хозяйственных условий;

- надлежащие отраслевые показатели, к примеру, стоимость крупного рогатого скота в расчете на килограмм мяса, стоимость садовых насаждений в расчете на один экспортный лоток [3].

При присутствии некоторых обстоятельств рыночные цены или стоимостные показатели для биологического актива в его текущем состоянии могут отсутствовать. В данных обстоятельствах для определения справедливой стоимости сельскохозяйственной продукции организация рассчитывает приведенную стоимость чистых потоков денежных средств, которые ожидаются от этого актива, путем их дисконтирования по ставке текущего рынка.

Расчет приведенной стоимости ожидаемых чистых потоков денежных средств выполняется для определения справедливой стоимости сельскохозяйственной продукции с учетом ее настоящего места расположения и текущего состояния. Организация предусматривает данные факторы при определении адекватной ставки дисконтирования и при расчете ожидаемых чистых потоков денежных средств. При определении приведенной стоимости ожидаемых чистых потоков денежных средств, организация содержит в своих расчетах чистые потоки денежных средств, которые будут генерироваться активом на наиболее уместном для него рынке.

Организация не содержит в своих расчетах денежные средства, которые связаны с налогообложением или восстановлением активов после сбора сельскохозяйственной продукции и финансированием активов.

При согласовании цены сделки, покупатели, которые желают совершить эту сделку и продавцы учитывают возможность изменение потоков денежных средств. Таким образом, справедливая стоимость отображает вероятность этих изменений. Поэтому организация предусматривает прогнозируемые колебания потоков денежных средств при расчете либо ожидаемых потоков, либо ставки дисконтирования или и того, и другого.

В некоторых случаях себестоимость может быть равна справедливой сто-

имости, если:

- не предполагается значительное влияние биотрансформации на цену;
- с момента осуществления первоначальных затрат не произошло существенной биотрансформации [3].

Исходя из МСФО, сельскохозяйственная продукция неразрывно связана с землей. Отдельный рынок для сельскохозяйственной продукции, которая связана с землей, может отсутствовать, но в это же время может существовать активный рынок для взаимозависимых между собой активов. Организация может использовать информационные данные, которые относятся к взаимозависимым между собой активам, для определения справедливой стоимости сельскохозяйственной продукции [1].

Из всего вышеизложенного можно сделать такой вывод: в настоящее время применение МСФО для учета животных на выращивании и откорме является актуальным, так как российские сельскохозяйственные организации стремятся вывести свою продукцию на международные рынки с целью получения наибольшей прибыли; дополнительного финансирования их организаций, с помощью привлечения иностранных инвесторов, которые будут заинтересованы в производстве и реализации более экологически чистых сельскохозяйственных продуктов.

Список литературы:

1. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 41 «Сельское хозяйство» // Система КонсультантПлюс [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_193593/
2. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 2 «Запасы» // Система КонсультантПлюс [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_193531/
3. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 13 «Оценка справедливой стоимости» // Система КонсультантПлюс [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_193740/
4. Николаева О.Е. Международные стандарты финансовой отчетности: учебное пособие / О.Е. Николаева, Т.В. Шишкова. – М.: Ленанд, 2016.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Гущин Данила Борисович

*студент Белорусского торгово-экономического университета
потребительской кооперации*

научный руководитель: Кривошеева Лариса Николаевна

*кандидат экономических наук, доцент
Белорусского торгово-экономического университета
потребительской кооперации*

Предпринимательство – это самостоятельная деятельность физических или юридических лиц, осуществляющаяся на свой страх и направленная на получении прибыли за использование имуществом, продажи товаров, выполнении работы или указанием услуг, а также это одна из самых главных сфер в социально экономическом развитии страны, которая играет важную роль, она способствует формированию конкурентной среды, созданию новых рабочих мест, росту производства потребительских товаров, расширению сферы услуг и в целом повышению уровня жизни белорусов.

Во-первых, малый бизнес обеспечивает необходимую мобильность в условиях рынка, создает глубокую специализацию, без которых немислима его высокая эффективность.

Во-вторых, он способен не только быстро заполнять ниши, образующиеся в потребительской сфере, но и сравнительно быстро окупаться.

В-третьих, - создавать атмосферу конкуренции.

В- четвертых, (и самое главное), он создает ту среду и дух предпринимательства, без которых рыночная экономика невозможна.

Мелкие и средние предприятия играют заметную роль в занятости, производстве отдельных товаров, исследовательских и научно-производственных разработках. Малые предприятия способны в больших масштабах обеспечивать работой незанятые трудовые ресурсы. Важность малых предприятий еще и в том, что, ведя ожесточенную конкурентную борьбу за выживание, они вынуждены постоянно развиваться и адаптироваться к текущим условиям рынка.

Перспективы развития малого предпринимательства в стране:

1) Создание благоприятных условий для устойчивой деятельности малых предприятий.

2) Преодоление административных барьеров на пути развития малого предпринимательства.

3) Проведение модернизации финансовых технологий для поддержки малого предпринимательства.

4) Создание новых рабочих мест.

5) Содействие созданию новых и эффективному развитию действующих субъектов малого предпринимательства, повышение престижа предпринимателей.

Что мешает развитию малого и среднего бизнеса?

Для успешного развития малого и среднего бизнеса больше всего мешает конкуренция. Вторым фактором по зловредности для развития малых и средних предприятий являются высокие арендные ставки. 56,7% респондентов ответили, что они «мешают» и «очень мешают» развитию. После обещанного уменьшения арендных ставок 48,9% респондентов отметили, что они выросли, 34,4% - что остались на старом уровне и только 7,8% МСП отметили их снижение. Это крайне негативная оценка предложенных властями изменений в порядок расчета арендных ставок. В этой сфере в условиях ужесточения конкуренции, роста цен на бензин, электроэнергию и ЖКУ, правительство для поддержки МСБ должно, как минимум, в два раза снизить арендные ставки. Для того чтобы рынок недвижимости быстро и адекватно реагировал на изменения внутреннего и внешнего спроса, нужно полностью приватизировать рынок офисных, складских и производственных помещений. В пятерку самых больших препятствий для развития частного бизнеса в Беларуси вошли также дороговизна кредитов, слабая защита прав собственности и высокие бюрократические барьеры. В общем, для поддержки МСП нужно существенно сократить арендные ставки, отменить лицензирование торговли и разного рода услуг, отпустить цены на свободу, упростить и удешевить стоимость прохождения административных процедур. Кризис доверия между бизнесом и властью говорит об отсут-

ствии в стране честно государственного партнерства.

Таким образом, малый и средний бизнес играет важную роль в экономическом развитии страны также определяющую роль играет в секторе торговли, услуг, агротуризма. Однако есть ряд причин, которые тормозят развитие. Это такие причины как конкуренция, высокие арендные ставки, дороговизна кредитов, слабая защита прав собственности, высокие бюрократические барьеры и ряд других причин. Недостаточным является участие бизнеса в таких сферах как ЖКХ, лесное хозяйство, связь, культура, социальное обеспечение, наука. Также можно отметить что предпринимательство в Беларуси наиболее активно развивается там, где государство не в состоянии обеспечить людей работой. Это подтверждают высокие места в рейтинге западных регионов (Брестской и Гродненской области), где промышленность развита слабее. В Минске столичные власти не заинтересованы развивать малый бизнес в торговле, и делают ставку на крупные формы. Как результат - ликвидация киосков, строительство гипермаркетов. А по количеству предпринимателей на тысячу человек столица занимает лишь пятое место (44,1% против 55,2% у лидера - Гродненской области). Одним из основных препятствий со стороны властей является ограничение по количеству наемных работников для ИП. В мире практически нет таких ограничений, за исключением нескольких стран (Узбекистан и Румыния). Поэтому можно сказать: что мировой опыт, на который ссылается правительство, неуместен.

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ В ПРОМЫШЛЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

*Дагиль Дарья Дмитриевна
студентка Полесского государственного университета
научный руководитель: Галкина Марина Николаевна
ассистент Полесского государственного университета*

Управленческой отчетности принадлежит особое место в системе отчетной информации о деятельности организации. Именно в управленческой отчетности, в отличие от бухгалтерской, налоговой и статистической, наиболее явно прослеживаются многосторонние потоки формирования информационного по-

ля хозяйственной деятельности организации. Налоговая и бухгалтерская отчетность предоставляется соответствующим пользователям в законодательно установленные сроки на унифицированных бланках, перечень показателей, представляемых в них, ограничен. По этой причине наиболее полным источником информации и, как следствие, наибольший интерес для руководителей представляют данные, которые призвана раскрыть управленческая отчетность.

Несмотря на то, что теории и практике ведения управленческого учета уделяется большое внимание в специализированной литературе, вопросы, связанные с внутренней управленческой отчетностью, ее содержанием, порядком формирования, являются слабо разработанными.

Чтобы справиться с существующими проблемами и решить возникающие вопросы, целесообразно разобраться в теории, определив сущность и содержание категории «управленческая отчетность». Теоретически обоснованный подход имеет большое практическое значение, позволяет более взвешенно принимать конкретные решения.

В нормативных и законодательных актах официальное определение управленческой отчетности отсутствует, поскольку она формируется по усмотрению хозяйствующего субъекта.

Таблица 1

**Подходы различных авторов
к определению сущности категории «управленческая отчетность»**

Автор	Определение
Ушаков Д.Н. [2, с. 23]	Управленческая отчетность – ведение учета операций по счетам, составление оправдательных документов об израсходованных и полученных средствах
Бреславцева Н.А. [1, с. 11]	Управленческая отчетность – это набор критериев и показателей, которые отображают положение либо отдельных участков функционирования предприятия, либо выполняемых (осуществляемых, продвигаемых) отдельных проектов, либо хозяйственной деятельности в целом
Шеремета А.Д. [3, с. 7]	Управленческая отчетность - средство информирования заинтересованных пользователей о деятельности структурных подразделений хозяйствующего субъекта

Источник: собственная разработка на основе анализа литературных источников.

Понятие «управленческая отчетность» можно охарактеризовать с различных сторон. Определение данного термина на основе различных источников

представлено в табл. 1.

Опираясь на вышеизложенное, предлагаем следующее определение: управленческая отчетность организации - это совокупность управленческих отчетов, отвечающих определенным запросам пользователей, которые являются информационной средой для принятия эффективных управленческих решений на стратегическом, тактическом и оперативном уровнях, направленных на улучшение деятельности организации.

Управленческая отчетность необходима для решения круга задач, представленных на рис. 1.

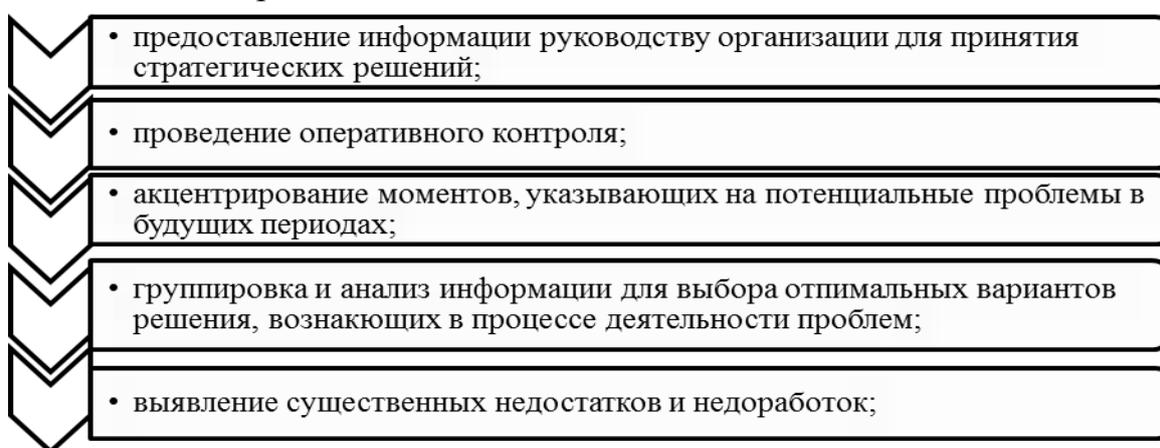


Рис. 1. Задачи управленческой отчетности

Требования к содержанию, видам, объемам и срокам представления управленческой отчетности формируют руководители организации или лица, ответственные и заинтересованные во внутренней управленческой информации.

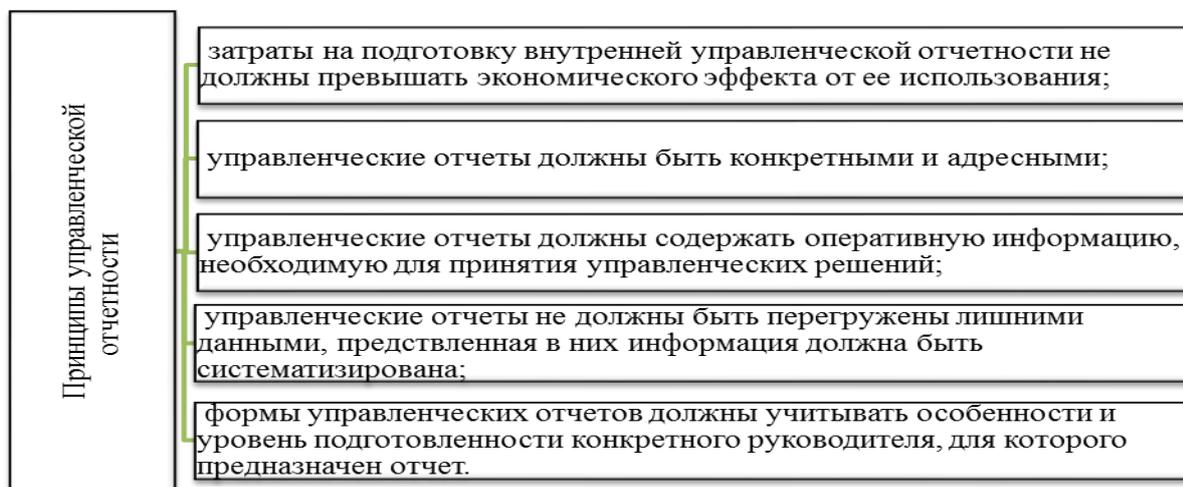


Рис. 2. Принципы управленческой отчетности

Считаем, что разработка форм управленческой отчетности должна осуществляться по следующим принципам (рис. 2).

Необходимо обратить внимание на то, что содержание управленческой отчетности находится в зависимости от специфики деятельности каждой организации в отдельности. Поскольку отчетность необходимо постоянно анализировать и контролировать с целью ее оптимизации, то для этого необходимо составление управленческой отчетности организации. Главной формой управленческой отчетности является управленческий баланс. Построение управленческого баланса опирается на форму стандартного бухгалтерского баланса, но при этом возможны варианты. При трансформации стандартного баланса необходимо включить следующие статьи (табл. 2):

Таблица 2

Статьи управленческого баланса

Активы	Собственный капитал и обязательства
I. Долгосрочные активы	IV. Долгосрочные обязательства
Основные средства (первоначальная стоимость), в том числе:	Долгосрочные кредиты и займы (первоначальная стоимость), в том числе:
амортизация основных средств	погашенная часть долгосрочных кредитов и займов
остаточная стоимость основных средств	остаточная стоимость долгосрочных кредитов и займов
Долгосрочная дебиторская задолженность	Долгосрочные обязательства по лизинговым платежам (первоначальная стоимость), в том числе:
в том числе просроченная	погашенная часть лизинговых платежей
II. Краткосрочные активы	обязательства по лизинговым платежам (остаточная стоимость)
Краткосрочная дебиторская задолженность, в том числе:	V. Краткосрочные обязательства
покупателей (в том числе просроченная)	Краткосрочные кредиты и займы
поставщиков (в том числе просроченная)	Краткосрочная кредиторская задолженность, в том числе:
прочая (в том числе просроченная)	поставщикам (в том числе просроченная)
Денежные средства	покупателям (в том числе просроченная)
в том числе расчетный счет	прочая (в том числе просроченная)

Источник: собственная разработка

В целом, следование рекомендациям по развитию управленческой отчетности будет способствовать повышению аналитичности и оперативности отчетности, повысит качество и достоверность ведения управленческого учета, а

также эффективному управлению в целом.

Список литературы:

1. Бреславцева Н.А. Управленческая отчетность: классификация, идентификация и императивы / Н.А. Бреславцева. – М.: Феникс, 2014.
2. Ушакова Д.Н. Толковый словарь русского языка – М.: ОГИЗ, 1940. - 4 т.
3. Шеремет А.Д. Управленческий учет – М.: ИНФРА-М, 2009.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ МОДЕЛИРОВАНИЯ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ БИЗНЕСА ОРГАНИЗАЦИИ

Дементьева Екатерина Евгеньевна

студентка Кузбасского института (филиала)

*Кузбасского государственного технического университета
имени Т.Ф. Горбачева*

*научный руководитель: Рейзенбук Кристина Эдуардовна
старший преподаватель Кузбасского института (филиала)
Кузбасского государственного технического университета
имени Т.Ф. Горбачева*

Информационные технологии – это процесс, который использует средства и методы сбора, обработки и передачи данных для достижения информации нового качества о состоянии процесса.

Множество компаний за последнее время, стремятся развиваться и вывести свои организации на новый уровень, чтобы повысить эффективность, начинают развивать порталы внутри компании. Корпоративный портал – это веб-интерфейс, который дает сотрудникам доступ к информации и сервисам компании [1]. Портал – это своего рода внутренний офис, где сотрудники обмениваются данными [2].

Внутренний портал нужен для повышения рабочей дисциплины, хранения большого количества информации, для ускорения взаимодействия сотрудников между собой, так же он позволит облегчить работу, повысить продуктивность, сэкономит рабочее время, снизит расходы.

Внутренний портал снабжают множеством функций, которые решают потребности компании. С помощью этих функций мы получаем систему хранения значимой информации. Если понадобится, какой либо документ, то не нужно будет обращаться к бумажным архивам, и тратить на поиски большое количе-

ство времени, всю информацию можно найти в портале, даже если эта информация пятилетней давности.

Так же с помощью корпоративного портала, сотрудники с легкостью будут общаться между собой, узнавать любую информацию друг о друге (номер рабочего телефона, номер кабинета, ФИО).

Так же одно из значимых – это система управление задачами и проектами [3]. Есть часто повторяющиеся действие, например, такие как последовательность подтверждения нормативных документов или согласование служебных записок с руководителями отделов, подписание на замещение сотрудников во время отпуска.

При наличии удобного и понятного интерфейса для контроля всех задач, сотрудники быстро будут справляться со всеми обязанностями, не придется печатать документ и идти по всем руководителям и согласовывать с каждым что-либо.

Например, в компании «Илва» есть свой внутренний портал, первоначально он предназначался для публикаций новостей, и, каких либо материалов, имелся форум для внутреннего общения, создавались базы документов. Сейчас же чтобы внутрикорпоративные коммуникации совершенствовались, было разработана системы управления задачами, календари, хранилища документов, возможность создать профиль с предоставляющими правами на доступ к документам, уведомления и многое другое.

Внедрение портала компании – это только начало большой работы. Только отслеживая реакции пользователей, можно понять, насколько продуктивно он работает.

Было решено внести еще больше изменений, чтобы помогать сотрудникам оптимизировать совместную работу. Был внедрен в раздел «Маршруты» подраздел «Управление маршрутами», где можно отследить, кто во время отсутствия сотрудника его замещает, так же когда ставится замещение, то автоматически тот сотрудник, который замещает отсутствующего, имеет права к его приоритетам в портале. То есть, может иметь доступ к определенным раз-

делам, или согласовывать служебные записки, которые сразу переходят по маршруту к замещающему лицу (рис.1).

Управление маршрутами Сделать эту страницу стартовой

Какие типы документов*	<input type="checkbox"/> Выделить все
	<input type="checkbox"/> Договоры
	<input type="checkbox"/> Резюме
	<input type="checkbox"/> Предварительное согласование
	<input type="checkbox"/> Информационные заявки
	<input type="checkbox"/> Служебные записки
	<input type="checkbox"/> Заявки на предоставление автотранспорта
	<input type="checkbox"/> Заявки на специальные условия
	<input type="checkbox"/> Обратные звонки по сайту
	<input type="checkbox"/> Заявки на списание ОС
Тот кого замещаем*	Администратор
Заместитель*	<input type="checkbox"/> Заместителя нет (временно пропустить в маршрутах)
Дата начала (включительно)*	<input type="text" value="11"/>
Дата окончания (не включительно)	<input type="text" value="11"/>
Замещение только по конкретной организации	<input type="text"/>
<input type="button" value="Создать этот документ"/>	

Рис. 1. Форма управление маршрутами

Так же была добавлена возможность увидеть действующие документы или те, которые находятся в архиве. На случай, если сотруднику понадобился, документ, который еще действует для него, он может просто перейти и посмотреть все, что ему нужно. Или же кто-то из сотрудников давно уволился, но есть необходимость в каком-то документе, который он согласовывал, можно зная или номер этого договора или фамилию или даже дату согласования найти этот договор.

В данном корпоративном портале имелся раздел служебных записок, но он был не достаточно расширен и функционален, поэтому, было решено добавить множество усовершенствований данной вкладки. Такие как доступ в здание в нерабочее время, или на просьбу отпустить с рабочего места, и, чтобы повысить контроль и аналитику компании, ведь с расширением компании, становится сложнее контролировать сотрудников, была введен тип записки: «отсутствовал на рабочем месте». Когда сотрудник опоздал, или по какой-то причине не появился на работе, он пишет записку с какого по какое время он отсутствовал, по какой причине, и отправляет на согласования, руководителям, это очень помогает следить за рабочей дисциплиной (рис. 2).

Служебные записки: **Добавить служебную записку** Сделать эту страницу стартовой

Автор	/ / (Веб-программист)
Подразделение Холдинга	ХК Кузнецкий Альянс (текущий)
Тип заявки*	Заявление
Тема служ. заявки	
Текст служ. заявки*	
Начальный маршрут	<input type="checkbox"/> (Руководитель отдела веб-программирования, Отдел веб-программирования, ХК Кузнецкий Альянс) <input type="checkbox"/> (Зам. генерального директора по персоналу, Отдел по работе с персоналом, ХК Кузнецкий Альянс) <input type="checkbox"/> (Исполнительный Директор ЗАО, Администрация, ЗАО Кузнецкий Альянс)
Приложенные файлы	Добавить новый файл
Ссылки на другие документы	Прикреплять можно только служебные записки, договоры, нормативные документы <input type="checkbox"/> Добавить связанный документ
Подписка	<input checked="" type="checkbox"/> Уведомить, когда будет согласовано или исполнено
<input type="button" value="Создать этот документ"/>	

Рис. 2. Форма добавления служебной записки

Так как иногда пользователи могут, что-то перепутать, согласовать или отменить документ, или возникла ошибка, и им нужно срочно исправить ее, они звонят программисту для решения, и, чтобы он смог быстро зайти к ним на страницу, была создана вкладка: «Войти как» (рис. 3).

Главное меню <ul style="list-style-type: none"> ▼ Договоры ▼ Контрагенты <ul style="list-style-type: none"> Список Добавить Список ИП Добавить ИП Список контрагентов отдела снабжения Список дублей ▶ Маршруты 	Войти как Войти как <input type="text" value=""/> (Администратор) <input type="button" value="Войти"/>
---	---

Рис. 3. Форма «Войти как»

В данной форме программист может зайти под фамилией сотрудника, понять, в чем проблема, и быстро ее решить.

Еще много внедрений находятся в разработке, благодаря всем этим изменениям компания будет становиться намного престижней и восходить на новый уровень.

Главный плюс от запуска всех новшеств – организационный. Люди будут работать гораздо продуктивнее, снизится количество бумажной волокиты.

Если в крупных компаниях, где работает большое количество людей, будет такая экономия времени, то это значительно снизит расходы. Поэтому чтобы был такой эффект от портала, нужно правильно и грамотно им пользоваться.

ся: внедрять, дорабатывать, уметь настраивать и конечно же отслеживать эффективность.

Благодаря корпоративным порталам бизнес компании будет совершенствоваться, и расширяться, организация станет узнаваемой и новые сотрудники будут быстрее адаптироваться с множеством возможностей и функций портала.

Список литературы:

1. Корпоративные порталы: функции, задачи и метрики эффективности [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.uplab.ru/blog/corporate-portals>
2. Корпоративный портал [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.aif.ru/boostbook/korporativnyi-portal.html>
3. Корпоративный портал. Что это? Зачем? Кому он нужен? [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://habr.com/post/326724/>

ВКЛАДЫ В БЕЛОРУССКИХ РУБЛЯХ

Денищик Ульяна Николаевна

студентка Гродненского государственного университета им. Я. Купалы
научный руководитель: Бедретдинова Елена Николаевна

старший преподаватель

Гродненского государственного университета им. Я. Купалы

Каждый знает: деньги не должны лежать без дела. Если у вас есть какие-то сбережения – их нужно заставить приносить доход. Наиболее простым и в то же время очень эффективным инструментом являются банковские вклады или, как их еще называют, депозиты.

Исторически так сложилось, что по причине высокой девальвацией белорусского рубля, вклады в национальной валюте всегда отличались своей большей ставкой по сравнению с другими вкладами. Однако Национальному банку Республики Беларусь, начиная с 2016 года, удалось сбалансировать значительное расхождение между процентными ставками депозитов в белорусских рублях и депозитов в иностранной валюте.

Ставки по вкладам и кредитам определенным образом связаны со ставкой рефинансирования и ожидаемой стоимостью рубля. Можно вспомнить какие проценты по депозитам обещали отечественные банки в период высокой инфляции 10-15 лет назад. В более стабильные времена все ставки снижались, хо-

тя никогда не имели столь малых величин как в банках Америки, Японии, Евросоюза, или по валютным вкладам внутри Беларуси.

Депозиты в белорусских рублях, также, как и депозиты в иностранной валюте, бывают отзывные и не отзывные, с возможностью пополнения и без возможности пополнения, краткосрочные и долгосрочные.

Что касается от выгоды вкладов в белорусских рублях, то можно отметить

преимущества рублевых депозитов в белорусских банках:

- широкая доступность и простота оформления. Такие вклады принимают все банки Республики;

- объем предложения может несколько улучшать его качество за счет конкуренции между банками. Значит – депозиты становятся привлекательнее для клиентов;

- не возникает необходимости покупать валюту. А такие операции в Республике Беларусь уже несколько лет находятся под особым контролем;

- процентная ставка выше, чем у валютных вложений. Но это остается преимуществом только в периоды низкой инфляции. Что касается рисков, то опасность при таких вкладах связана с возможным и внезапным падением курса рубля, которое неоднократно случалось в новейшей истории Беларуси.

В октябре 2018 г. ставки по новым депозитам населения в белорусских рублях увеличились на фоне дефицита рублевой ликвидности и оттока средств физических лиц из банков. В то же время, проценты по аналогичным краткосрочным вкладам юридических лиц снизились. В частности, средняя ставка по новым вкладам физических лиц на срок до 1 года в октябре увеличилась до 8,74% годовых по сравнению с 8,63% в сентябре (прирост оказался примерно в полтора раза больше). А средняя ставка по новым депозитам на срок свыше 1 года увеличилась в октябре до 10,94% годовых по сравнению 10,72% в сентябре, и это при том, что в сентябре месяце она не изменилась по сравнению с августом [2].

По поводу куда вкладывать деньги, нужно учитывать рейтинг банков Бе-

ларуси за 2018 год по надежности, который составлялся на основе информации об отзывах о них, активов, количеству депозитов физических лиц, их кредитов, а также общего уставного капитала банка.

Таким образом, в рейтинг банков по активам вошли следующие пять лучших банковских организаций, которые пользуются особой популярностью.

В таблице 1 перечислены банки Республики Беларусь, которые являются наиболее выгодными для вложения сбережений.

Таблица 1

Предложения банков Республики Беларусь

Название банка	Наименование вклада	Макс. ставка	Мин. сумма	Срок	Пополнение	Капитализация
Беларусбанк	Урожайный Безотзывный On-line	12,5%	150 р.	13 мес.	Нет	Да
Белагропромбанк	Линия роста 3.0 до года	7,9%	10 р.	35-280 дн.	Да	Нет
БПС-Сбербанк	Управляй Онлайн	8%	100 р.	175 дн.	Да	Нет
Банк БелВЭБ	Сберегательный вкл@д	4-10%	50 р.	1-24 мес.	Да	Да
Белинвестбанк	Наша поддержка безотзывный в BYN	12% (Ставка для держателей "Пенсионной карты"**) 12,5%	10 р.	2 года	Да (в течении первого года)	Нет

Примечание – собственная разработка

На территории Республики Беларусь банки России также имеют высокий рейтинг, например: Альфа-Банк, ФрансаБанк и Москва-Минск банк.

В таблице 2 рассмотрены предложения этих банков.

Таблица 2

Предложения российских банков

Название банка	Наименование вклада	Макс. ставка	Мин. сумма	Срок	Пополнение	Капитализация
Альфа-Банк	Альфа-Фикс	12,5 %	50 р.	До 60 мес.	Да	Нет
ФрансаБанк	"Верный расчет" безотзывный	12,5	1000 р.	735 дн.	Да	Нет
Москва-Минск банк	"Капитальный" (безотзывный)	10,30-12,5%	100 р.	12-24 мес.	Да	Да

Примечание – собственная разработка

При выборе банка для открытия своего депозита я просмотрела много разных банков и их предложений, и, на наш взгляд, самый выгодный из всех, это банк Москва-Минск. Потому что, я накопила 150 рублей и хочу открыть вклад на 12 месяцев. Банк Москва-Минск предоставляет открытие вклада на 12 месяцев с процентной ставкой 10,30, также я могу ежемесячно пополнять свой вклад. Я ежемесячно пополняю свой вклад на 50 рублей. Какую сумму я получу на руки через год?

В таблице 3 представлен отчёт за каждый месяц [3].

Таблица 3

Показатели вклада

Период	Кол-во дней	Остаток	Проценты	Пополнение (1-го числа месяца)	Остаток
19 ноября 2018	12	150	0.51		150.51
декабрь 2018		150.51		50	200.51
	31	200.51	1.75		202.26
январь 2019		202.26		50	252.26
	31	252.26	2.21		254.47
февраль 2019		254.47		50	304.47
	28	304.47	2.41		306.88
март 2019		306.88		50	356.88
	31	356.88	3.12		360
апрель 2019		360		50	410
	30	410	3.47		413.47
май 2019		413.47		50	463.47
	31	463.47	4.05		467.52
июнь 2019		467.52		50	517.52
	30	517.52	4.38		521.9
июль 2019		521.9		50	571.9
	31	571.9	5		576.9
август 2019		576.9		50	626.9
	31	626.9	5.48		632.38
сентябрь 2019		632.38		50	682.38
	30	682.38	5.78		688.16
октябрь 2019		688.16		50	738.16
	31	738.16	6.46		744.62
ноябрь 2019		744.62		50	794.62
	18	794.62	4.04		748.66
Проценты к выдаче			49		
Проценты с учетом инфляции			49		

Источник: собственная разработка на основе данных банка.

Таким образом, через год я получу 794,62 рублей.

Договор банковского вклада – это соглашение, в силу которого одна сторона, принявшая поступившую от другой стороны (вкладчика) или поступившую для нее денежную сумму (вклад), обязуется возвратить сумму вклада и выплатить проценты на нее на условиях и в порядке, предусмотренных договором. Как следует из определения договора банковского вклада, его предметом является денежная сумма (вклад), которая может быть выражена в российских рублях или иностранной валюте. Вклад может быть внесен как в наличной, так и в безналичной форме.

При заключении договора банковского вклада нужно учесть его продолжительность, так как с 1 апреля 2016 года доходная часть вкладов сроком до 365 дней облагается подоходным налогом. Однако если его срок превышает 365 дней, то доходная часть такого вклада не облагается подоходным налогом.

Что нужно знать про вклады в Республике Беларусь перед тем, как приступить к выбору продукта? Вклады в белорусских рублях отличаются высокими ставками – они устанавливаются такими для того, чтобы защитить ваши сбережения от инфляции. Вклады в иностранной валюте не принесут большого дохода, но порадуют стабильностью. Таким образом, процентные ставки по вкладам в рублях могут принести хороший доход, если подойти к делу с умом. А вклады в валюте защитят от любой девальвации.

Список литературы:

1. «Банковские вклады». [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.bestreferat.ru/referat-177640.html>.
2. «Ставки по рублевым депозитам населения продолжают расти от 21.11.2018». [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://select.by/news/stavki-po-rubleвым-depozitam-16028>.
3. «Депозитный калькулятор». [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://finance.tut.by/calcs/depozit/>.

ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В ДНР И ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Дзюбина Анастасия Александровна

*студентка Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

научный руководитель: Баранцева Светлана Михайловна

*кандидат экономических наук, доцент
Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

В современных условиях развития торговой деятельности в ДНР, понятие цены стало базовым. Оно регламентируется законом «Об утверждении порядка регулирования и контроля цен (тарифов) на территории Донецкой Народной Республики», в котором под ценой понимается - выраженный в денежной форме эквивалент единицы товара. При этом в экономической литературе под ценой понимается стоимость товаров в денежном эквиваленте, которая дает возможность вычислить объем времени, который был затрачен на производство товара.

Цена – это своеобразная связь производителя и потребителя, которая обеспечивает равновесие между понятиями предложения и спроса. При помощи неё измеряют затраты предприятия, результаты экономической деятельности предприятий, проводят анализ, наиболее выгодных капиталовложений, а так же стимулируют качество производимой продукции.

Основным фактором, влияющим на цену, являются издержки производства. Кроме этого, следует учитывать полезность товара, опираясь на которую конкретный продукт входит в сферу интересов потенциального потребителя. На сегодняшний день в экономической литературе имеются две концепции определения цены закупаемого продукта или услуги. Первая была создана К. Марксом [5], ее идея заключается в том, что любой товар имеет «стоимость» и «цену». Стоимость – это затраты труда, на создание того или иного товара. Так как любой товар есть результат труда, то это делает все товары качественно однородными. Цена - денежное выражение этой стоимости. Она имеет свойство колебаться в зависимости от разнообразных внешних факторов.

Вторая концепция [3] предполагает, что продажа и приобретение каких-либо товаров это признание их ценности для общества, следовательно - ценность формирует их значимость и стоимость. Во время формирования уровня цен главенствующую роль имеют такие показатели как: себестоимость товара, размер прибыли, цена товара конкурента, состояние уровня спроса и предложения на рынке, требования органов управления и других общественных институтов, уникальность определенных качеств товара.

Общеизвестно, что польза того или иного продуктом для общества имеет переменчивое состояние, следовательно и цена на любой продукт испытывает постоянные колебания. Спрос и предложение имеют непосредственное влияние на эти колебания, грубо говоря, они и формируют цену. Исходя из всего выше сказанного, базовыми условиями процесса ценообразования можно считать влияние закона стоимости и закона потребительной стоимости.

Политика ценообразования, это структурная часть общеэкономической политики государства. Она способствует формированию рыночных отношений и выступает как средство защиты разных форм собственности, оказывает положительное влияние на снижение уровня роста инфляции, а так же смягчение её негативных последствий, при всем при этом стимулирует развитие здоровой конкуренции и свободное перемещение товаров.

Выделяют два вида государственного воздействия на уровень цен: прямое и косвенное. Прямое влияние подразумевает под собой принятие участия государства в процессе формирования цен, посредством установления конкретных норм ценообразования.

Косвенное влияние проводится при помощи воздействия на обстоятельства, которые влияют на процесс формирования цен, имеется в виду система налогообложения, систему кредитования, регулирование гос. закупок, отладка государственной инвестиционной политики, управление нормами амортизации.

Государственное регулирование в сфере ценообразования ДНР, это совокупность законодательных, административных и бюджетно-финансовых мероприятий влияющих на уровень цен так, чтобы дать толчок для стабильного раз-

вития экономической системы государства в целом. Отдел регулирования тарифов и ценообразования - структурное подразделение Министерства экономического развития ДНР, осуществляет реализацию государственной политики в области регулирования цен и ценообразования на рынке товаров и услуг.

В пределах своих полномочий Отдел: вносит предложения по введению или отмене республиканского регулирования цен (тарифов) на товары, работы и услуги; участвует в согласовании проектов нормативных актов в сфере ценообразования и тарифного регулирования, в том числе относительно порядков предоставления услуг органами власти; взаимодействует с местными органами исполнительной власти по вопросам реализации республиканской политики по регулированию тарифов и ценообразованию; принимает участие в организационном обеспечении совещаний, семинаров по вопросам формирования, установления и применения цен (тарифов) на рынке товаров и услуг.

«В сферу регулирования ценовой политики входит хозяйственная деятельность, осуществляемая на территории Донецкой Народной Республики субъектами хозяйствования. Базой регулирования, является рынок товаров, работ или услуг. Основой образования цен являются рыночные отношения, возникающие из спроса и предложения на товары, работы и услуги. Основная цель деятельности республиканского регулирования в сфере ценообразования – это проведение сбалансированной ценовой политики, которая направлена на: ограничение негативного роста цен и тарифов в регулируемых отраслях; развитие отраслей - потребителей и динамику уровня жизни населения; создание и развитие инфраструктуры, необходимой для динамично развивающейся экономики республики.

Способы республиканского регулирования цен устанавливаются путем:

- 1) установления обязательных для применения фиксированных цен (тарифов), предельных цен и предельных надбавок;
- 2) внедрения процедуры декларирования изменения цен для производителей продукции. Не допускается создание искусственного давления, нарушающего принципы рыночных отношений, и способствующего завышению спро-

са и ограничению предложения.»[1]

По продуктам питания, указанным в перечне социально-значимых, согласно Постановлению о ценообразовании в ДНР № 10-41 от 03.06.2015 г. продовольственных товаров, и полуфабрикатам предельные надбавки от оптово-отпускной цены производителя (таможенной стоимости), при отсутствии подтверждения цены производителя от средней мониторинговой цены, устанавливаются в размере 10% для оптовой торговли и 15% для розничной торговли. Сумма предельных надбавок от оптово-отпускной цены производителя (таможенной стоимости) для всех субъектов хозяйствования, осуществляющих на территории ДНР торговлю детским питанием, не должна превышать 7 % для оптовой торговли и 15% для розничной торговли.

Цена имеет свойство оказывать свое влияние на характеристики товара, на его маркетинговую живучесть и методы реализации, так же как и все это в свою очередь влияет на цену. Предприятиям нелегко устанавливать единую цену на свои товары и услуги, оно формирует свою систему ценообразования, которая охватывает цены на различные товары их ассортимент, в то время как государство создает предпосылки для формирования цен и устанавливает нормы, в этом процессе опираясь на свои внутренние службы и органы.

Любое предприятие обязано знать цены на продукт соперников и характерные особенности их продуктов. С этой целью совершаются приобретения продуктов предприятий-соперников. Далее ведется сопоставительное исследование стоимости, продуктов и их свойств у соперников и этого предприятия. Предприятие может применять приобретенную информацию как базисную для ценообразования и определения собственного места среди предприятий соперников.

Список литературы:

1. Постановление о ценообразовании в ДНР № 10-41 от 03.06.2015г. «Об утверждении порядка регулирования и контроля цен (тарифов) на территории Донецкой Народной Республики»
2. Андерхилл Пако Место действия - торговый центр - М.: Альпина Паблшер, 2015.

3. Андреева Т.В. Цепочка создания стоимости продукта. Формирование и оценка эффективности - М.: Инфра-М, РИОР, 2016.
4. Баздникин А.С. Цены и ценообразование - М.: Юрайт, 2017.
5. Маркс К. Капитал. Т. 2 / К. Маркс, Ф. Энгельс; Т. 24. – М., 1961.

АНАЛИЗ ИНСТРУМЕНТОВ МЕРЧАНДАЙЗИНГА НА ПРЕДПРИЯТИИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ООО «ОБЛПРОД» Г. ПЕРМИ

Диева Ангелина Анатольевна

студентка Краевого колледжа предпринимательства

научный руководитель: Воеводина Наталья Анатольевна

преподаватель Краевого колледжа предпринимательства

Исследовательский центр «Ромир» выяснили, что 2/3 всех решений о покупке потребители принимают, стоя перед прилавком. Даже, если покупка определенного вида товара запланирована предварительно, 7 из 10 покупателей принимают решение о выборе в пользу той или иной торговой марки непосредственно в точке продаж. Используя инструменты мерчандайзинга, позволяет сфокусировать внимание покупателя на той или иной марке, виде товара на местах продаж, подталкивает к покупке товара, за счет чего происходит увеличение объема продаж, а, следовательно, и прибыли предприятия.

Целью исследовательской работы является анализ инструментов мерчандайзинга и разработка мероприятий по его совершенствованию на предприятии розничной торговли ООО «ОблПрод».

Для достижения поставленной цели были сформулированы следующие задачи:

- 1) изучить теоретические основы мерчандайзинга на предприятиях розничной торговли;
- 2) проанализировать использования мерчандайзинга на предприятии розничной торговли ООО «ОблПрод» г. Перми;
- 3) разработать мероприятия для усовершенствования мерчандайзинга на данном предприятии.

Объект исследования: предприятие розничной торговли ООО «ОблПрод» г. Перми.

Предмет исследования: мерчандайзинг на предприятиях розничной тор-

ГОВЛИ.

Методы исследования: подбор, анализ, обобщение используемых источников, наблюдение, опрос, обобщение.

В коммерческой деятельности существует множество способов воздействия на поведение потребителей в точках продаж. Один из таких инструментов является мерчандайзинг. Параманова Т.Н. определила, что слово «мерчандайзинг» происходит от английского merchandise - торговать, окончание - ing придает динамичность понятию, представляя процесс торговли как активное средство коммуникации [2, с. 11].

Основной целью мерчандайзинга, считали Канаян К., Канаян Р., является повышение уровня принятия решений покупателем непосредственно в магазине и увеличение объема продаж [1, с. 15.]

В экономической литературе единой классификации инструментов мерчандайзинга не существует. Каунова Н.Л., Гурская С.П., Канаян К. рассматривают и выделяют различные виды, средства, правила, мероприятия, подходы, принципы мерчандайзинга, выполнение которых помогают увеличить сбыт и объемы продаж в торговых точках.

Базой исследования является Общество с Ограниченной Ответственностью «Областная продовольственная компания» (далее ООО «ОблПрод») г. Перми представлена на рынке оптово-розничной торговли, функционирующая с 2002 г. Местоположение супермаркета «ОблПрод» г. Пермь, ул. Героев Хасана 98.

Для проведения анализа использования мерчандайзинга в супермаркете «ОблПрод» были взяты правила мерчандайзинга Киры и Рубена Канаян.

Рассмотрим первую группу правил «эффективный запас продукции»:

1. Правило торгового запаса - в данном магазине используют следующие методы управления товарным запасом ассортимента и закупками:

1) система с изменяющимся размером и периодичностью заказа, т.е. заказ на новую партию товаров осуществляется тогда, когда товар в магазине достигает критического уровня;

2) система с изменяющимся размером, но с фиксированным временем заказа, т.е. такие заказы характерны для товаров повседневного спроса, на данном предприятии к ним относятся хлебобулочные изделия, молочные изделия. Они поставляются каждый день, сколько было продано за день столько и поставляется на следующий день.

Товарным запасом магазина и закупками занимается заведующий магазином и менеджер по закупкам «ОблПрод», каждый день они проверяют наличие тех или иных товаров и формируют заказы поставщикам. Данные системы достаточны для непрерывного присутствия ассортимента на торговом предприятии.

2. Правило присутствия – весь ассортимент, поступающий в магазин, сразу выставляется на полки, в магазине имеется склад, где хранится продукция для фасовки: сухарики, печенье, рыба и т.д. Позиции, представленные на витрине всегда доступны к продаже.

3. Правило сроков хранения ротации товаров на полке – партии товаров, поставленные ранее в магазине продаются раньше, т.е. товар который поступил позже, выкладывается за последующим. Каждый день продавцы-кассиры проверяют сроки годности тех или иных товаров, особое внимание, уделяя скоропортящимся товарам.

Вторая группа «эффективное расположение товаров в магазине»:

1. Правило расположения – сопутствующие товары выкладываются рядом с основными. Кроме основного места продаж товаров на полках стеллажей, используется и дополнительные места, на которых выделены разные товары (конфеты, чай, кофе, акционные товары).

2. Правило выкладки товаров – выкладка товаров происходит на основе планировки магазина. Для каждой группы товаров выделено определенное место и площадь. Выкладывается товар от дешевого к дорогому. В основном супермаркет использует горизонтальную и вертикальную выкладку, но очень часто правильность выкладки не соблюдается. Например: продавцы не успевают выкладывать товар, так как нужно, из-за большого поступления товара или из-

за незнания правил выкладки. Так же товар может выкладываться не правильно из-за того что, в магазине каждый день большой покупательский поток и не всегда люди взявшие товар, которые, вследствие, передумали его покупать, кладут его так как было изначально.

3. Правило представления - в магазине имеется группировка товаров по назначению. Например: средства по уходу за волосами можно найти на одном стеллаже. Товары в данном магазине не выкладывают в корпоративные блоки.

4. Правило «лицом к покупателю» - в основном большинство товаров в магазине представлены фронтально, так чтобы всю информацию было видно сразу, но не на всех товарах легко читается основная информация, бывает, что они закрыты другими упаковками. Из-за этого потребители могут не купить этот товар.

5. Правило определения места на полке – места для товаров на полках определяются по прибыльности этого товара, например: если продажа хлебобулочных изделий составляет 15% от выручки магазина, то соответственно и место ему будет выделено 15% от выставочной площади.

6. Правило приобретенных мест – в магазине приобретенное место на стеллажах относится к некоторым видам товаров, которые имеет очевидную прибыльность и престижность, такие как Кофе Jacobs, MacCoffee, Джин, Astoria они расположены в хорошо видных для покупателя местах на уровне глаз, выделяются с помощью POS- материалов или дополнительных мест продаж.

Третья группа правил «эффективная презентация товаров»:

1. Принцип оптимальности – в супермаркете внутримагазинной рекламы используется не более 10% на продукты быстрого приготовления, кофе, семечки, приправы. В данном магазине используются 3 вида рекламы: воблеры, подставки и дополнительные места продаж.

2. Принцип помощи покупателю – дополнительной для товаров внутримагазинной информации, к сожалению, отсутствует (например, информация о конфетах на развес), но когда человек хочет что-либо узнать о товаре продавцы всегда могут помочь ему в этом и проконсультировать. Некоторые люди стес-

няются спрашивать, что-либо у продавцов, так что скорей всего они не возьмут данный товар из-за неадекватности информации.

3. Правила размещения ценников - ценники на товары распечатываются в магазине директором, размещаются, учитывая уровень глаз, чтобы цена была актуальной на данный момент, шрифт и форма ценников была удобна и понятна для покупателей. Продавцы стараются проверять наличие ценников на товары, выставляют новые цены или информацию об акциях. Бывает, что ценники стоят не на своих местах, это напрямую влияет на доход магазина, так как покупатели охотнее выбирают товары, цена на которые хорошо видна.

Общие правила для второй и третьей группы:

1. Правило комфорта восприятия – дискомфорт восприятия товаров у покупателей данного магазина может возникнуть при недоступности или труднодоступности информации о товаре, при не правильном расположении ценников, при расположении надписей под не правильным углом зрения. Использование этого правила может напрямую повлиять на выручку магазина, так как люди, не узнавшие информацию о товаре, могут его не купить.

2. Правило аккуратности и чистоты – чистоту в зале поддерживают уборщицы, которые убирают по определенному графику, так же один раз в два месяца при подсчете инвентаризации в магазине проводится генеральная уборка стеллажей.

Рассмотрев состояние мерчандайзинга в супермаркете «ОблПрод» были предложены следующие мероприятия по его совершенствованию:

1) введение в штатное расписание должности мерчандайзера. На данную должность требуется 1 человек при 8 часовом рабочем дне 5 дней в неделю, которых можно перевести с должности продавцов-кассиров или расширить обязанности продавцов. Данное мероприятие позволит решить ряд проблем с выкладкой товара, с размещением POS-материалов, с планировкой торгового зала и т.д.;

2) обучение персонала. Для сотрудников необходимо провести обучение в форме семинаров, тренингов по следующим темам: «Мерчандайзинг – искус-

ство продаж», «Выкладка товаров», «Новинки и деньги», «Я и время»;

3) ввести в обязанность одного работника из продавцов-кассиров, за контролем наличия ценника и его состояния. Проверять наличие ценника на товары, чтобы цена была актуальной; если товара нет в наличии, то ценник стоит убрать; так же ценники нужно своевременно ставить с размещением товара. Так как покупатели охотнее выбирают товары, цена на которые хорошо видна, а от этого зависит прибыль магазина;

4) разработать планограммы. Планограммы обеспечивают соблюдение стандартов выкладки: последовательности расположения наименований бренда, сегментации, деления на корпоративные блоки и так далее. Это увеличит эффективность работы мерчандайзера и продавцов, так как уменьшит время, затрачиваемое на оформление полок, выкладку товара;

5) установка прайс-чекера для определения цены товара по штрих коду. Если ценника на товары не окажется покупатель может поднести продукт к сканеру штрих-кодов и узнать его настоящую цену.

Если внедрить предложенные мероприятия, это позволит усовершенствовать торгово-технологические процессы в супермаркете, сократить расходы на информирование покупателей внутри магазина, увеличить сумму среднего чека и товарооборот.

Таким образом, мерчандайзинг помогает предприятиям розничной торговли удовлетворить потребности потребителей, обеспечить создание конкурентного преимущества магазину, увеличить объем продаж и прибыль розничного предприятия.

Список литературы:

1. Канаян К., Канаян Р. Мерчандайзинг. – М.: КНОРУС, 2013.
2. Парамонова Т.Н., Рамазанов И.А. Мерчандайзинг. – М.: КНОРУС, 2016.

ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА НА ПРИМЕРЕ КПСУП «ГРОДНЕНСКАЯ ПТИЦЕФАБРИКА»

Добрук Юлия Александровна
студентка Гродненского государственного аграрного университета
научный руководитель: Грудько Светлана Владимировна
магистр экономических наук, старший преподаватель
Гродненского государственного аграрного университета

Эффективность использования капитала характеризуется его рентабельностью – отношением суммы прибыли к среднегодовой сумме капитала [2].

Рентабельность собственного капитала позволяет определить эффективность использования инвестированного собственниками капитала и сравнить с возможным получением прибыли от сложения этих средств в другие ценные бумаги [1].

Рассчитывается рентабельность собственного капитала как отношение суммы чистой прибыли к среднегодовой сумме собственного капитала:

$$ROE = \frac{\text{Сумма чистой прибыли отчетного периода}}{\text{Средняя сумма собственного капитала за период}}$$

Для проведения факторного анализа рентабельности собственного капитала расширим данную модель следующим образом:

$$ROE = D_{\text{чп}} * \text{ФР} * K_{\text{об}} * R_{\text{об}}$$

где $D_{\text{чп}}$ – доля чистой прибыли в общей сумме брутто-прибыли;

ФР – финансовый рычаг ;

$K_{\text{об}}$ – коэффициент оборачиваемости совокупного капитала;

$R_{\text{об}}$ – рентабельность оборота (продаж).

Рентабельность продаж ($R_{\text{об}}$) характеризует эффективность управления затратами и ценовой политики предприятия. Коэффициент оборачиваемости капитала отражает интенсивность его использования и деловую активность предприятия, а финансовый рычаг (мультипликатор капитала) – политику в области финансирования. Чем выше его уровень, тем выше степень финансового риска предприятия, но вместе с тем выше доходность собственного (акционерного) капитала при положительном эффекте финансового рычага [3].

Для оценки влияния факторов на результативный показатель, проведем факторный анализ на примере данных КПСУП «Гродненская птицефабрика» (таблица).

Таблица 1

**Факторный анализ рентабельности собственного капитала
в КСУП «Гродненская птицефабрика»**

Показатели	2016 г.	2017 г.	Отклонение, +/-
1. Общая сумма брутто-прибыли, тыс. руб.. (Б-П)	2726	5063	+2337
2. Чистая Прибыль, тыс. руб.	1056	3400	+2344
3. Отношение чистой прибыли к брутто прибыли предприятия, (Д _{чп})	0,4	0,7	+0,3
4. Общая среднегодовая сумма капитала, тыс. руб. (KL)	30616	32126	+1510
5. Среднегодовая сумма собственного капитала, тыс. руб., (СК)	21560	24800	+3240
6. Рентабельность совокупного капитала (RTA)	3,4	10,6	+7,2
7. Финансовый рычаг (ФР)	1,4	1,3	-0,1
8. Коэффициент оборачиваемости капитала (K _{об})	0,3	0,7	+0,4
9. Рентабельность продаж (R _{об})	0,3	0,2	-0,1
10. Рентабельность собственного капитала (ROE)	0,0504	0,1274	+0,077
Изменение рентабельности собственного капитала, в т.ч. за счет факторов	+0,077		
А) изменения доли чистой прибыли в общей сумме брутто-прибыли	+0,0378		
Б) финансового рычага	-0,0063		
В) коэффициента оборачиваемости совокупного капитала	+0,1092		
Г) рентабельности продаж	-0,0637		

Источник – собственная разработка на основании годовых отчетов 2016 и 2017гг. КПСУП «Гродненская птицефабрика».

Данные таблицы свидетельствуют, что в целом рентабельность собственного капитала птицефабрики в 2017 году по сравнению с предыдущим годом выросла 7,7. Увеличению показателя в большей степени способствует увеличение коэффициента оборачиваемости совокупного капитала (на 0,1092 или 10,92% соответственно). Рост доли чистой прибыли в общем сумме валовой прибыли привел к увеличению рентабельности собственного капитала на 3,78%. Снижение финансового рычага и рентабельности продаж обусловили снижение показателя на 0,63% и 6,37% соответственно.

Таким образом, расчет рентабельности собственного капитала, а также оценка влияния факторов на результативный показатель позволяет проанализировать, какие из них оказывают наибольшее влияние на изменение уровня и

рентабельности и определить возможные направления его повышения.

Список литературы:

1. Гиляровская Л.Т. Экономический анализ – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.
2. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия – Москва: ИНФРА – М, 2009.
3. Савицкая Г.В. Экономический анализ – Москва: ИНФРА – М, 2017.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАПАСОВ

Дорошенко Яна Эдуардовна

студентка Полесского государственного университета

научный руководитель: Стахиевич Виктория Михайловна

ассистент Полесского государственного университета

По мнению многих авторов «запасы – это предметы труда, находящиеся на разных стадиях производства и обращения, а также изделия народного потребления и другие товары, ожидающие вступления в процесс производственного или личного потребления» [2, с. 304].

Запасы различного рода играют важнейшую роль при функционировании любой экономической системы и возникают практически во всех звеньях народного хозяйства. Ни одна производственная организация не может существовать без материально-производственных запасов. Основные результаты производственной деятельности организации любой формы собственности зависят от объёма и уровня производственных запасов. Они чутко реагируют на любые изменения рыночной конъюнктуры, и, в первую очередь, на отношение таких показателей, как спрос и предложение. Однако, не секрет, что иногда чрезмерное существование запасов не приносит их владельцам ничего, кроме затрат и убытков.

Запасы оказывают значительное воздействие на конкурентоспособность организации, её финансовое состояние и финансовые результаты её деятельности. Их отсутствие парализует деятельность организации и приводит к ухудшению его финансового положения. Поэтому одной из главных задач для успешной деятельности организации является обеспечить эффективное их использо-

вание.

Эффективность использования производственных запасов рассмотрим на примере организации ОДО «Светлана-Стиль».

Для начала рассмотрим структуру и динамику производственных запасов на ОДО «Светлана-Стиль» за 2016-2017 гг. в таблице 1.

Таблица 1

**Структура и динамика производственных запасов
в ОДО «Светлана-Стиль» за 2016-2017 гг.**

Показатели	2016		2017		Отклонение (+,-)		Темп роста, %
	тыс. р.	уд. вес, %	тыс. р.	уд. вес, %	тыс. р.	уд. вес, %	
Запасы – всего	22	100	15	100	-7	0	69,18
в т. ч. материалы	11	50	6	40	-5	-10	54,55
готовая продукция и товары	11	50	7	46,7	-4	-3,3	63,64
товары отгруженные	-	-	2	13,3	-	-	-

Проанализировав структуру производственных запасов предприятия в таблице 1, можно отметить, что наибольшим удельным весом в запасах обладает готовая продукция и товары, их величина составляет в 2016 г. – 50%, а в 2017 г. – 46,7%. Удельный вес материалов в 2016 г. – 50%, а в 2017 г. – 40%. Хорошим моментом является то, что снижение удельной стоимости готовой продукции с 50% до 46,7%, свидетельствует об эффективной политике компании в области проведения реализации продукции. Так же мы наблюдаем что в 2017 г. кроме материалов и готовой продукции появляются товары отгруженные, которые составляют 2 тыс. р. и занимают 13,3% всех запасов. Проанализировав динамику, можно отметить, что запасы имели тенденцию снижаться, так в 2017 г. сократились на 30,82% или на 7 тыс. р. и составили 15 тыс. р. В свою очередь материалы в 2017 г. снизились на 45,45% и составили 6 тыс. р. Готовая продукция с каждым годом сокращалась. В 2017 г. она сократилась на 36,36% и составила 7 тыс. р. Подобное снижение запасов может означать, как положительную динамику, так и отрицательную. В первом случае снижение запасов означает, что предприятие потребило весь продукт, созданный в данном году, в том числе и некоторые запасы, которые оставались от прошлых лет. А во вто-

ром случае снижение запасов может указывать на нехватку оборотных средств для закупки нужного объёма запасов.

Одним из важных показателей при анализе эффективности использования производственных запасов является коэффициент оборачиваемости.

Коэффициент оборачиваемости запасов характеризует «количество оборотов, которое могут совершить запасы в течение анализируемого периода» [1, с. 98]. Рассчитывается, как отношение себестоимости продукции, реализованной за отчетный период, к средней величине запасов в этом периоде. Чем выше значение данного коэффициента, тем больше оборотов совершит запас, а значит, возрастет объем продаж и произойдет наращивание доходов.

Проведем анализ оборачиваемости запасов для оценки эффективности их управления. Расчёты представим в таблице 2.

Таблица 2

**Оборачиваемость товарно-материальных запасов
в ОДО «Светлана-Стиль» на конец 2016-2017 гг.**

Показатели	2016	2017	Отклонение (+,-)
Себестоимость реализованной продукции, тыс. р.	117	139	22
Среднегодовая стоимость запасов, тыс. р.	24	18,5	-5,5
Коэффициент оборачиваемости запасов	6,17	10,49	4,32
Период оборачиваемости запасов в днях	74	48	-26

Из таблицы 3 видно, что данный коэффициент показывает деловую активность в 2017 г., т.к. количество оборотов, которые совершили денежные средства, вложенные в товарные запасы увеличилось на 4,32, что говорит о повышении эффективности деятельности предприятия. Уменьшение коэффициента оборачиваемости запасов в днях так же означает положительную тенденцию. Так в 2017 г. по сравнению с 2016 г. период оборачиваемости запасов в днях снизился на 26 дня и составил 48 дней.

В результате проведенного анализа производственных запасов было выявлено, что в ОДО «Светлана-Стиль» имеются в наличии большие запасы. Таким образом, в ОДО «Светлана-Стиль» имеются средства, которые можно использовать более разумно и получить тем самым дополнительную прибыль.

В данной работе была использована методика анализа динамики, структуры, а также оборачиваемости производственных запасов. В качестве совер-

шенствования данной методики в организации ОДО «Светлана-Стиль» можно предложить проводить анализ чистого оборотного капитала по требованиям МСФО. Анализ будет проводиться на основе данных бухгалтерской отчетности организации, которая будет подготовлена в соответствии с международными стандартами. Целью анализа будет являться получение расчета коэффициента покрытия запасов чистым оборотным капиталом и излишка или недостачи чистого оборотного капитала для сбора качественной и достоверной информации в целом о деятельности данной организации. На исследуемой организации в настоящее время ведется учет и отчетность, приближенная к международным стандартам. Рассмотрим анализ на начало и конец 2017 г. на примере табл. 3.

Таблица 3

Чистый оборотный капитал ОДО «Светлана-Стиль» за 2017 г.

Показатель	Значение показателя, тыс. р.		Отклонение (+,-), тыс. р.	Темп роста, %
	На начало года	На конец года		
Чистый оборотный капитал	25	29	4	116
Запасы	22	15	-7	68,18
Изменение чистого оборотного капитала	3	14	11	466,67
Коэффициент покрытия запасов чистым оборотным капиталом	0,88	0,52	-0,36	x

По данным таблицы 4 видно, что оборотные активы превышают краткосрочные обязательства на 29 тыс. р., причем в конце 2017 года их увеличение составило 11 тыс. р. по сравнению с началом. Запасы снизились на 7 тыс. р. или 31,82 %. Коэффициент покрытия запасов чистым оборотным капиталом имеет значение, не превышающее единицы, что согласно действующей методике является нормальным. В нашем случае в начале периода показатель был значительно выше и составлял 0,88, в конце 2017 г. сократился до уровня 0,52, что является положительным изменением.

Таким образом, можно сделать вывод, что предприятию нет необходимости привлекать дополнительные краткосрочные заемные средства для удовлетворения потребностей в производственных запасах. Наоборот, отвлечение средств в производственные запасы в начале 2017 года было достаточно большим, что не является оптимальным размещением капитала и отвлекает средства

из оборота. В конце периода произошли положительные изменения, и коэффициент покрытия сократился на 0,36 пункта.

Таким образом, предлагаемая нами методика анализа производственных запасов позволит организации увеличить эффективность хозяйственной деятельности на основе выявления внутрипроизводственных резервов и разработать рекомендации по их реализации.

Также организации для повышения эффективности использования производственных запасов можно порекомендовать: ежегодно включать расчет возможной экономии производственных запасов за счёт таких мероприятий как, повышение технического уровня производства и организации производства труда производственного персонала; выявлять наличие на складах неиспользуемых производственных запасов; осуществлять постоянный контроль за выполнением обязательств по договору, количеством и качеством поступающих материальных ресурсов; организовать оперативный и достоверный бухгалтерский учёт движения остатков материальных ресурсов и неиспользуемых материалов.

Таким образом, предложенные в данной статье рекомендации по совершенствованию производственных запасов будут способствовать их эффективному использованию.

Список литературы:

1. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий / под ред. проф. В.Я. Позднякова. - М.: Инфра-М, 2014.
2. Добронравин Е.Р. Теория управления запасами при построении логистических систем // Российское предпринимательство. - 2011. - № 11 Вып. 1 (195). - с. 97-100.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ

Дурновцева Анна Сергеевна
студентка техникума Пермского института (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова
научный руководитель: Чернавина Татьяна Васильевна
преподаватель Пермского института (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Интернет стал неотъемлемой частью нашей жизни. Число пользователей во всем мире растет быстрыми темпами. Интернет постоянно развивается,

предоставляя пользователю всё больше возможностей и сервисов. Одним из самых востребованных сервисов является оказание онлайн услуг.

Интернет-услуги – это услуги, которые можно получить в режиме реального времени с использованием Интернет. Они охватывают все больше различных сфер деятельности и жизни человека. Онлайн услуги могут быть платными и бесплатными. Самыми востребованными являются финансовые онлайн услуги. Они активно продвигаются банками, которые стремятся осуществлять свою деятельность через Интернет, предоставляя своим клиентам удобные удаленные сервисы.

Интернет-банкинг – это приоритетное бизнес-направление для любого крупного системного банка. Наиболее популярной является онлайн-оплата услуг, которая возможна при помощи систем Интернет-банк или мобильный банк. Используя их можно оплачивать коммунальные услуги, счета, покупки в Интернет-магазинах, пополнять мобильный телефон и т.д. Для банков это дополнительный комиссионный доход, а для клиента возможность освободиться от потери огромного количества времени и ожидания очереди. Через онлайн-банкинг клиент может посмотреть всю информацию по своим банковским счетам, формировать выписки, конвертировать валюту, оформлять депозиты, проверять валютные платежи. Технологии не стоят на месте, предоставляя клиенту всё больше возможностей.

Одним из крупнейших банков на территории России является ПАО «Сбербанк России». Сбербанк стремится сделать обслуживание более удобным, современным и технологичным, совершенствуя возможности дистанционного управления счетами клиентов.

В систему удаленных каналов обслуживания входят:

- онлайн банкинг «Сбербанк Онлайн» - более 30 млн. активных пользователей;
- мобильные приложения «Сбербанк Онлайн» для смартфонов - более 18 млн. активных пользователей [1].

Банк активно занимается их продвижением. При становлении клиентом

Сбербанка менеджеры предлагают установить бесплатное мобильное приложение (рис. 1) сразу же в отделении, предоставляя доступ к Интернету, помогают с регистрацией и отвечают на возникшие вопросы. У пользователей мобильного приложения и web-сайта Сбербанка есть свои преимущества. Например, возможность установления автоплатежа, производство оплаты по QR-коду или штрих-коду и другие.

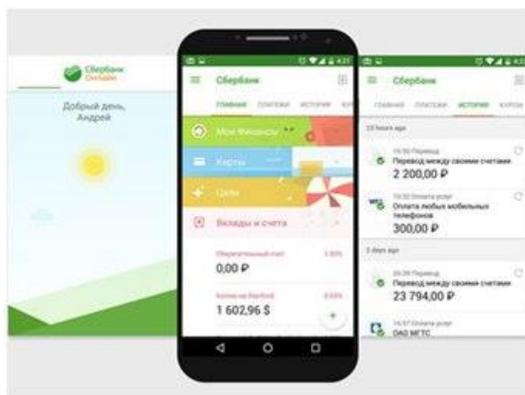


Рис. 1. Мобильное приложение «Сбербанк Онлайн»

Онлайн-банкинг – это помощник, который позволяющий клиенту самостоятельно контролировать свои финансы и выполнять операции, тем самым экономя его время, которое бы уходило на ожидание своей очереди в отделении банка.

Не только банки, но и государственные организации стремятся осуществлять свою деятельность через Интернет. Всё больше развиваются сервисы государственных услуг. Теперь с помощью портала государственных услуг можно оформить заявку на получение паспорта и загранпаспорта, записаться на прием к представителям органов власти, оплатить штрафы, заказать документы и справки, получить информацию о своём налоговом и пенсионном состоянии, подать заявление в ЗАГС и многое другое. В России действует официальный Интернет-портал государственных услуг, помогающий сориентироваться в мире «Госуслуг» и воспользоваться ими в любое время.

У портала имеется собственное мобильное приложение (рис. 2), через которое можно оплатить налоговые или судебные задолженности, штрафы Госавтоинспекции со скидкой 50% или госпошлины на оформление водительских

прав, паспорта РФ, загранпаспорта и автомобиля со скидкой 30%. Также оно позволяет получать уведомления от органов власти, подключенных к системе «Госпочта».



Рис. 2. Мобильное приложение портала «ГосУслуги»

Государство стремится не отставать, внедряя в свою деятельность новые технологии, тем самым налаживая взаимосвязь с гражданами, помогая им упростить процессы оформления документов и осуществления оплат, экономить время.

Кроме банковских и государственных услуг можно привести довольно много примеров. Это покупки в Интернет-магазинах, бронирование отелей, авиа и железнодорожных билетов, доставка еды на дом, заказ такси и другие.

Всё больше людей предпочитают совершать покупки в Интернет-магазинах. Можно выделить следующие достоинства, которые делают их выгодными и более популярными:

- экономия времени – быстрый поиск необходимого товара на сайте и оформление заказа;
- низкие цены – это связано с тем, что Интернет-магазины не тратят денежные средства на оплату труда консультантов, кассиров, нет потребности в аренде торгового зала;
- большой выбор ассортимента – возможность заказать товар из любой точки мира;
- оплата с помощью банковской карты;
- отзывы клиентов – качественное описание товара и обзор всевозможных характеристик, дающие представление о качестве и надежности товара;

– доступность – необходим лишь доступ в Интернет.

Самым популярным Интернет-магазином в России является AliExpress, предоставляющий возможность приобретать товары из КНР. В 2017 году его аудитория России составила более 22 млн. человек. Главные преимущества AliExpress – цена и широкий ассортимент товара. Многие вещи можно приобрести в несколько раз дешевле, чем в российских магазинах, при этом с бесплатной доставкой [2].

Совершать покупки можно или через Интернет-сайт, или через мобильное приложение (рис. 3).

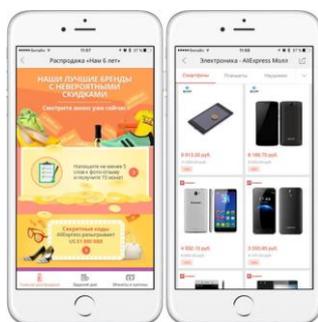


Рис. 3. Мобильное приложение интернет-магазина «AliExpress»

В наше время выгоднее совершать покупки через Интернет-магазины, т.к. сделать это можно в любом месте, достаточно лишь иметь доступ к Интернет. Особо привлекательными их делает возможность экономии времени и денег, быстрый поиск и возможность сравнения товаров в одном или нескольких Интернет-магазинах, а также совершение заказов из любой точки мира.

Информационно-справочные услуги – услуги, с помощью которых можно получить справочную информацию по всей России и миру. Рынок информационных услуг является самым динамично развивающимся, а мобильные устройства стали чаще выступать в роли справочника.

«2ГИС» - электронный справочник и навигатор с картами городов, выпускаемый одноименной международной компанией. Справочник обладает точными, полными и актуальными данными о городах и находящихся в них организациях (адрес, телефон, время работы и т.д.). Кроме того, справочник может спланировать маршрут до любой нужной точки города. «2ГИС» можно

установить на смартфон (рис. 4), планшет или ноутбук Приложение на смартфоне определяет текущее местоположение через GPS или по данным сотовой сети, услугой можно пользоваться даже без подключения к Интернет.

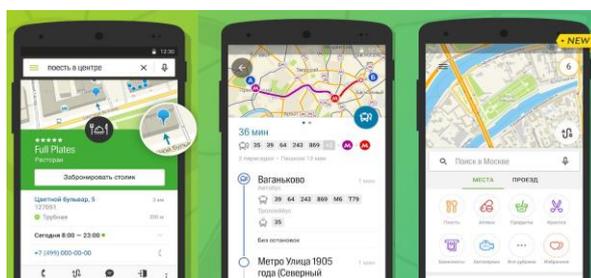


Рис. 4. Мобильное приложение «2ГИС»

Популярность данного справочника обусловлена тем, что он является бесплатным и общедоступным. Применение приложения на практике показывает, что оно помогает сократить время на поиск необходимой информации или маршрута при помощи удобной поисковой системы и понятного интерфейса.

Общественный транспорт – пассажирский транспорт, который доступен широким слоям населения. Благодаря Интернет-услугам можно не только посмотреть расписание общественного транспорта и остановки, но и заказать такси.

Яндекс.Такси – сервис, позволяющий быстро вызвать такси без звонка диспетчеру. Заказ такси можно оформить через сайт или мобильное приложение (рис. 5). Сервис обладает следующими возможностями: выгодные тарифы, поиск машины с учетом пожеланий пассажира (например, детское кресло), подробная информация о водителе и его автомобиле, оценка поездки по пятибалльной шкале, фиксированная стоимость, т.е. цена, становится известна во время заказа и не увеличивается.

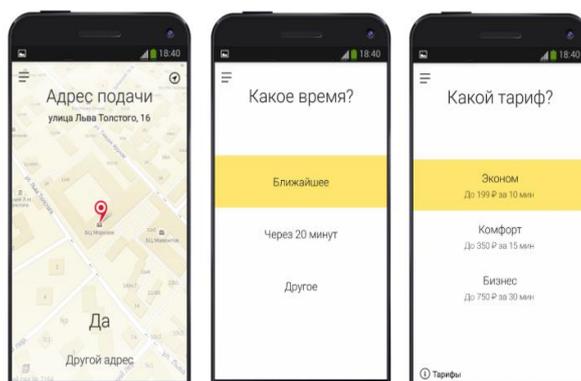


Рис. 5. Мобильное приложение Яндекс.Такси

Применение новых технологий в Яндекс.Такси позволяет повысить конкурентоспособность, привлекательность для клиентов и снизить затраты на содержание сотрудников call-центра. Разработка специальных приложений упростило процедуру заказа, ведь сейчас почти у каждого есть смартфон. Иметь дело с Яндекс.Такси выгодно не только пассажирам, которые получают быстроту, комфорт, удобство и экономию времени, но и водителям, т.к. увеличивается число клиентов и размер прибыли.

Проанализировав вышеперечисленные виды онлайн-услуг и их примеры, можно сделать вывод, что с применением новых технологий современный человек имеет массу возможностей, которые он может выполнить при наличии смартфона и доступа к Интернету. Все эти возможности объединяет стремление к экономии времени пользователей, упрощению процесса оказания услуг и предоставление преимуществ в виде скидок, акций и т.д. Компании активно развивают свои web-сайты, тем самым привлекая новых клиентов, используя контент-маркетинг и продвижение товаров через социальные сети.

Так, социальная сеть ВКонтакте недавно запустила VKBusiness - платформу, которая упростит работу по продвижению товаров и услуг. Появление бизнес-страницы это закономерный шаг, так как социальные сети давно стали полноценной торговой площадкой, обеспечивающей бизнесу доступ к многомиллионной аудитории потенциальных клиентов [3].

Список литературы:

1. «Информация о банке» Сбербанк [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.sberbank.ru/ru/about/today>
2. «Рынок Интернет-торговли России. Итоги за 2016 год» // АКИТ – Ассоциация компаний интернет торговли [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.akit.ru/рынок-интернет-торговли-россии-итоги/>
3. «Идеи бизнеса» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.business.ru/rubric/112-idei-dlya-biznesa>

АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ОБОРОТНЫМИ АКТИВАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Евтеева Влада Владимировна

*магистрант Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

научный руководитель: Чайковская Ольга Васильевна

кандидат экономических наук, доцент

*Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

В настоящее время неопределенность условий экономического развития многих стран требует от менеджеров постоянного поиска оптимальных стратегий управления предприятием, неотъемлемо связанных с аналитической работой. При этом следует отметить, что наиболее чувствительными к изменению экономической среды являются оборотные активы предприятий. Качество управления оборотными активами снижается в результате неритмичности поставок запасов и ТМЦ, нарушения логистики в процессе реализации готовой продукции, несвоевременной оплаты задолженности по счетам и ее просрочки. В конечном итоге это негативно влияет на финансовые результаты деятельности субъектов хозяйствования.

Таблица 1

Взаимосвязь управления и анализа оборотных активов предприятия в трудах отдельных ученых [составлено на основе 1, 2, 4]

Ученые	Результаты исследований
Бланк И.А.	Формирует четкую последовательность этапов осуществления политики управления оборотными активами, которая в целом заключается в проведении анализа динамики, состава и структуры оборотных активов, показателей эффективности их использования; формировании необходимого объема оборотных активов; рационализации и оптимизации структуры источников их финансирования.
Ковалев В.В.	Приводит четыре модели управления оборотными активами, указывая при этом, что доля краткосрочных обязательств в составе источников формирования оборотных средств возрастает последовательно: «консервативная – компромиссная – агрессивная – идеальная модель», а риск нарушения ликвидности изменяется в противоположном направлении. Таким образом, подчеркивается целесообразность применения краткосрочного кредита в финансировании текущих активов.
Савицкая Г.В.	Предлагает систему показателей, необходимых для исследования эффективности использования оборотных активов; выделяет направления анализа факторов, которые на нее влияют; акцентирует внимание на детальном изучении материальной части оборотных активов.

Управление оборотными активами, как и другие сферы менеджмента, органично связано с анализом каждого их элемента. Результаты исследований отдельных ученых в области управления оборотными активами представлены в табл. 1.

Анализ оборотных активов осуществляется по определенным направлениям (рис. 1).

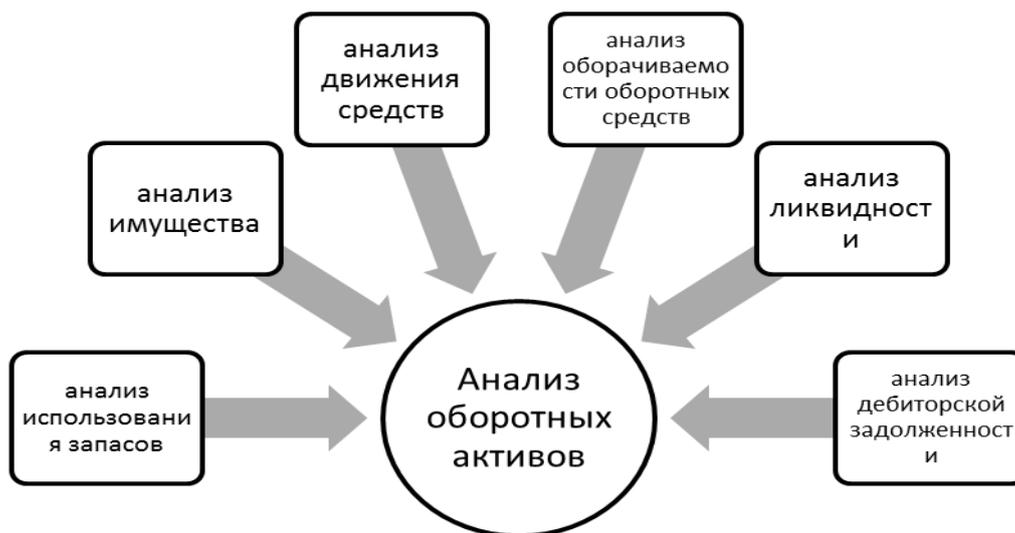


Рис. 1. Направления анализа оборотных активов предприятия [3]

Анализ оборотных активов предприятия рассматривается как составляющая учетно-аналитического обеспечения управления оборотными активами, требующая проведения анализа и синтеза учетных данных.

В свою очередь аналитическое обеспечение – это подсистема информационного обеспечения управления оборотными активами, подготовкой, которой занимается экономический анализ, как показано на рис. 2.



Рис. 2. Место аналитического обеспечения в общей системе управления оборотными активами предприятия [2]

Таким образом, взаимосвязь аналитического и информационного обеспечения является безоговорочной, поэтому одной из основных проблем формирования аналитического обеспечения является недостаточная достоверность и оперативность поступления информации.

Формируя методику анализа, которая бы обеспечила проведение оперативного, системного и достоверного сбора аналитической информации для целей эффективного управления, следует стремиться к проведению экономического анализа в качестве единого целого – системы. В системе определены взаимосвязанные составляющие элементы более низкого порядка, являющиеся неотъемлемой частью системы более высокого уровня, в которой экономический анализ оборотных активов взаимодействует с другими подсистемами.

Системность экономического анализа, определение его логической цепи, выявление множественных внутренних связей является основой системного подхода. Этапы проведения системного анализа представлены в табл. 2.

Для построения аналитического обеспечения управления оборотными активами необходимо поэтапное создание отдельной системы анализа оборотных активов (рис. 3), которая будет решать ряд поставленных управленческих задач.

Таблица 2

Этапы проведения системного анализа [4]

Этапы	Характеристика
Целевой	Объект исследования представляется в качестве системы, для которой определяют цели и условия функционирования.
Параметрический	Выявление параметров функционирования системы и их представления через обобщающие и частные показатели.
Моделирования	С использованием абстрактно-логического подхода построение принципиальной информационной модели, в целом раскрывает логику влияния факторов и формирования основных показателей.
Факторный	Классификация показателей и факторов, определение взаимосвязей между ними; построение выходных факторных систем.
Апробации	Проверка на достоверность и реалистичность разработанных моделей и исходных факторных систем. При необходимости внесения корректив.
Информационный	Выделение источников релевантной информации, ее сбор, тестирование на достоверность и обобщение.
Расчетно-аналитический	Использование полученной учетной и внеучетной информации, для работы с моделью, проведение аналитических процедур и расчетов, документальное оформление результатов анализа.
Оценочный	Интерпретация результатов анализа, формирование выводов и предложений, аналитическое обоснование оптимальных управленческих решений.

На основе поэтапного проведения анализа оборотных активов определяются показатели, позволяющие осуществлять мониторинг эффективности их использования:

- внутриотраслевые показатели оценки состояния и структуры оборотных активов;
- величина текущих активов и собственных оборотных активов;
- структура оборотных активов;
- оборачиваемость отдельных элементов оборотных активов;
- рентабельность текущих активов;
- продолжительность финансового цикла [5].

Современные менеджеры должны обладать навыками формирования аналитического обеспечения управления оборотными активами, направленного на поиск недостатков управления и путей их устранения в процессе хозяйственной деятельности.



Рис. 3. Этапы создания аналитического обеспечения управления оборотными активами предприятия

Проблемы, с которыми на пути современного развития рыночных отношений сталкиваются предприятия: нестабильность внешней и внутренней среды, борьба за потребителя и качество продукции, рост конкуренции, высокий динамизм производства, требуют глубокого обоснования управленческих решений на основе адекватного аналитического обеспечения.

Список литературы:

1. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента. Т. 1 – К.: Ника-Центр, 2008.
2. Ковалев В.В. Управление финансами – М.: «ФБКПРЕСС», 1998.
3. Омелянович Л.А., Хистева Е.В., Чайковская О.В., Зерова О.Н. Финансовый менеджмент: учеб. пособие; М-во образования и науки ДНР, ГОВПО «Донец. нац. ун-т экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», Каф. финансов. - Донецк: [ДонНУЭТ], 2017
4. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие. – 7-е изд., испр. – Мн.: Новое знание, 2006.
5. Фабози Ф.Ю. Основы финансового менеджмента и анализа – John Wiley & Sons, Inc, 2008.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ФОРМИРОВАНИЮ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Еранцев Виктор Сергеевич,

студент Донецкого национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского

научный руководитель: Лобанова Марина Евгеньевна,

кандидат экономических наук, доцент

Донецкого национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского

В современных условиях развития экономики государства формирование инвестиционной привлекательности, выработка эффективной стратегии инвестирования, определение приоритетных направлений, а также мобилизация всех источников инвестиций является важным условием устойчивого и качественного развития деятельности предприятий. Именно процесс инвестирования задает субъекту хозяйствования ритм для выбора и реализации нового инвестиционного проекта. Логика функционирования предприятия предстает в следующем виде: инвестиции – период роста постоянных затрат – период достижения бесприбыльного развития – наращивание запаса финансовой прочности – новые инвестиции и т.д.

Анализ экономической литературы и хозяйственной практики дает основание утверждать, что субъект хозяйствования не может отказаться от процесса инвестирования. Это противоречит его жизненному циклу, делает его абсолютно незащищенным на фоне других фирм-конкурентов. Правомерно говорить даже о том, что отказ от инвестиций является значительным риском, который

во многом равносильно банкротству предприятия. Реализация инвестиционного проекта позволяет субъекту хозяйствования адаптироваться к макроэкономическим реалиям, к изменениям во внешней среде, предвосхищая их. Следовательно, инвестиции не могут рассматриваться как пассивный элемент устойчивого экономического действия. Скорее, наоборот, они являются активным элементом, позволяющим предприятию не только адаптироваться, но и адаптировать внешнюю среду, вследствие чего инвестиционные решения должны учитывать параметры как внутренней, так и внешней среды.

Большинство авторов отмечает, что среди наиболее часто применяемых методик оценки инвестиционной среды следует выделить универсальный метод, сравнительный анализ и балльную оценку инвестиционных возможностей. При этом считается, что универсальный метод учитывает максимальное количество экономических характеристик инвестиционной привлекательности предприятия. Сравнительный анализ инвестиционного климата определяется на основе оценки его экономических, социальных и рыночных преобразований. Балльная оценка инвестиционных возможностей основывается на количественном сопоставлении основных показателей.

Перейдем к рассмотрению факторов инвестиционной привлекательности среды предприятия. Исследования показали, что данная категория характеризуется совокупностью показателей финансового состояния субъекта хозяйствования, на основе анализа которых потенциальный инвестор может принять управленческое решение о целесообразности вложения свободных средств в развитие этого предприятия без значительного риска их потери или неполучения ожидаемого дохода на инвестированный капитал.

Инвестиционная привлекательность отдельных субъектов хозяйствования как потенциальных объектов инвестирования оценивается инвестором при определении целесообразности капитальных вложений (инвестиций) в техническое перевооружение, реконструкцию или расширение действующих предприятий, выборе для приобретения альтернативных объектов приватизации, покупке акций того или иного предприятия. Таким образом, под инвестиционной при-

влекательностью объектов хозяйствования понимают совокупность производственно-финансовых количественных и качественных условий и критериев, характеризующих их потенциальные возможности и экономические преимущества по сравнению с другими объектами инвестирования.

Рекомендации по формированию инвестиционной привлекательности предприятия являются непременным условием их успешного функционирования, что поможет создать или укрепить явные и скрытые преимущества перед своими конкурентами. Таким образом, актуальность темы исследования обусловлена особой важностью повышения инвестиционной привлекательности предприятия, так как ее результатом является наращивание или изменение продуктивного портфеля фирмы, что непосредственным образом влияет на ее конкурентную позицию на рынке.

В первую очередь инвестора интересует, что производится на предприятии (или предоставляется предприятием), где оно расположено и насколько предпринимчивы его руководители и персонал. Поэтому исходными слагаемыми инвестиционной привлекательности субъекта хозяйствования являются кадровая, территориальная и продуктовая привлекательность.

В качестве главного слагаемого инвестиционной привлекательности предприятия выделена финансовая привлекательность, т.к. в ней отражаются главные результаты его деятельности: прибыльность, рентабельность, деловая активность и финансовая состоятельность. Инновационная, социальная, экологическая, информационная привлекательность субъекта хозяйствования, а также привлекательность корпоративной культуры рассматриваются в качестве оценок перспективности его развития для инвесторов.

Следует отметить, что существуют несколько подходов для проведения оценки инвестиционной привлекательности предприятия:

1. Рыночный подход – предполагает анализ внешней информации о субъекте хозяйствования с целью оценки изменений рыночной стоимости его акций и величины выплачиваемых дивидендов.

2. Бухгалтерский подход – включает анализ внутренней информации

предприятия при помощи оценки показателей на основании данных бухгалтерской отчетности.

3. Комбинированный подход – включает в себя оценку как внутренних, так и внешних характеристик субъекта хозяйствования [1, 3].

Для повышения своей инвестиционной привлекательности предприятию необходимо провести ряд мероприятий, в том числе: разработать краткосрочную и долгосрочную стратегию своего развития, проработать детальный бизнес-план, провести юридическую экспертизу документов, создать положительную кредитную историю, провести мероприятия по реструктуризации своей деятельности и т.д. [1; 3].

Также к рекомендациям по формированию инвестиционной привлекательности субъектов хозяйствования следует отнести:

1. Реформирование акционерного капитала.

2. Реформирование активов путем изменения их структуры в связи с продажей излишних или непрофильных; приобретением иных необходимых активов; оптимизацией состава финансовых вложений, запасов и дебиторской задолженности и т.д.

3. Реформирование производства с помощью повышения эффективности производства товаров или предоставления услуг; повышения их конкурентоспособности, расширения их ассортимента, нацеленного на совершенствование производственных систем предприятия.

Таким образом, инвестиционная привлекательность является важной составляющей развития деятельности предприятия. Инвестиционная привлекательность – это система экономических отношений между субъектами хозяйствования по поводу эффективного развития бизнеса и поддержания его конкурентоспособности [2].

Комплексная реструктуризация предприятия должна включать в себя комплекс (комбинацию) мероприятий, относящихся к нескольким из перечисленных выше направлений.

Для определения того, какие из мероприятий необходимы субъекту хозяй-

ствования для повышения инвестиционной привлекательности, целесообразно проведение анализа существующей ситуации, т.е. диагностики его финансового состояния.

В процессе диагностики необходимо также исследовать разные аспекты деятельности предприятия: сбыт, производство, финансы, управление и др.; выделять те сферы деятельности, которые связаны с наибольшими рисками и имеют наибольшее число слабых сторон.

В качестве рекомендаций также следует подчеркнуть, что субъект хозяйствования может сформировать программу мероприятий для повышения своей инвестиционной привлекательности, исходя из индивидуальных особенностей и сложившейся рыночной конъюнктуры капитала. Реализация данной программы позволит ускорить привлечение финансовых ресурсов и снизить их стоимость.

Отметим, что описанные выше возможные мероприятия не требуют существенных материальных затрат, но результатом их реализации, помимо собственно роста интереса инвесторов к предприятию, является повышение эффективности его деятельности.

Список литературы:

1. Совершенствование управления инвестиционной привлекательностью предприятия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <https://www.bestreferat.ru/referat-175304.html>
2. Лесечко М.Д. Инвестиционный климат: теория и практика. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.investplan.com.ua/pdf/21_2009/7.pdf
3. Чайран Ю.А., Лукьянова А.А. Формирование инвестиционной привлекательностью предприятия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <https://cyberleninka.ru/article/v/formirovanie-investitsionnoy-privlekatelnosti-predpriyatiy>

ИССЛЕДОВАНИЕ КАЧЕСТВА ПИТЬЕВОГО ПАСТЕРИЗОВАННОГО МОЛОКА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ ГОРОДА ПЕРМИ

Ефремова Дарья Сергеевна

студентка Пермского торгово-технологического колледжа

научные руководители: Казакова Елена Геннадьевна

преподаватель Пермского торгово-технологического колледжа

Снегирева Лидия Сергеевна

преподаватель Пермского торгово-технологического колледжа

Атаманов Роман Викторович

кандидат военных наук, доцент

Пермского военного института войск национальной гвардии

Молоко является ценным пищевым продуктом. В его составе есть много необходимых для жизни человека веществ, поэтому традиционно этот товар пользуется большим спросом у покупателей. Розничная торговая сеть предлагает молоко разных заводов – изготовителей, которое может отличаться по качеству.

Цель работы - оценка качества молока по органолептическим и физико-химическим показателям.

Задачи:

- Изучить теоретические аспекты основных свойств и показателей качества молока.
- Исследовать органолептические и физико-химические показатели качества молока.
- Проанализировать результаты оценки качества молока.

Предмет исследования – органолептические и физико-химические показатели качества молока

Объект исследования - молоко питьевое пастеризованное

Гипотеза - верно ли, что на рынке Пермского края есть молоко, не соответствующее требованиям нормативных документов.

Исследование образцов молока по органолептическим и физико-химическим показателям.

Для исследования были взяты 5 образцов питьевого молока:

1. Молоко питьевое пастеризованное 3,2% «Кунгурское».

2. Молоко питьевое пастеризованное 2,5 % ТД «Сметанин».
3. Молоко питьевое пастеризованное 3,2% «Вемол».
4. Молоко деревенское питьевое пастеризованное 3,4-4,5% «Ашатли».
5. Молоко пастеризованное 2,5% «Нытвенское».

Образцы были куплены в магазине «Магнит». Молоко хранилось при температуре +4⁰С и не было просроченным по срокам реализации.

Все образцы имели маркировку в соответствии с ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки» ст.4 п. 4.1. Требования к маркировке упакованной пищевой продукции.

Для оценки качества молока за основу был взят ГОСТ 31450-2013 Молоко питьевое.

Все взятые образцы по органолептическим показателям соответствовали ГОСТ 31450-2013 Молоко питьевое.

По внешнему виду все образцы представляли собой непрозрачную жидкость, с однородной, нетягучей, слегка вязкой консистенцией, без хлопьев белка и сбившихся комочков жира. Вкус и запах - характерные для молока, без посторонних привкусов и запахов. Цвет образцов - белый.

Для исследования физико-химических показателей был использован анализатор молока «Лактан 1-4М» в учебной лаборатории по исследованию качества пищевых продуктов Пермского Военного института войск национальной гвардии РФ. Оборудование имеет свидетельство о поверке № 210-10599 (действительно до 13.06.2019).

Образцы молока имели соответствующую температуру 20⁰С, это соответствовало методике проведения испытаний. Были проверены следующие характеристики - массовая доля жира, содержание добавленной воды, массовая доля СОМО (массовая доля сухого обезжиренного молочного остатка) и плотность молока. В результате проверки образцов молока было выявлено следующее:

Образец № 1 Молоко питьевое пастеризованное 3,2% «Кунгурское».

- массовая доля жира 3,25% (норма),
- добавленной воды 3% (превышает норму допустимой погрешности ±1%)

добавленной воды быть не должно,

- СОМО 7,57 % (допустимая погрешность $\pm 0,2\%$),
- плотность 1026,09 кг/м³, ниже нормы.

Образец №2 Молоко питьевое пастеризованное 2,5 % торговый дом «Сметанин».

- массовая доля жира 2,32% (ниже нормы, т.к. допустимая погрешность $\pm 0,05\%$),
- добавленной воды 0% (норма),
- СОМО 7,88% (допустимая погрешность $\pm 0,2$), ниже нормы,
- плотность 1027,99 кг/м³ ниже нормы.

Образец №3 Молоко питьевое пастеризованное 3,2% «Вемол».

- массовая доля жира 3,19% (это норма, т.к. допустимая погрешность $\pm 0,05\%$),
- добавленной воды 0% (норма),
- СОМО 7,89 (немного ниже нормы, допустимая погрешность $\pm 0,2$),
- плотность 1027,99 кг/м³.

Образец №4 Молоко деревенское питьевое пастеризованное 3,4-4,5% «Ашатли».

- массовая доля жира 3,71% (этот показатель соответствует тому, что заявлено на маркировке),
- добавленной воды 0% (норма),
- СОМО 7,79 (немного ниже нормы, допустимая погрешность $\pm 0,2$),
- плотность 1026,59 кг/м³. Плотность ниже нормы, с учетом допустимой погрешности $\pm 0,3$).

Образец №5 Молоко пастеризованное 2,5% «Нытвенское».

- массовая доля жира 2,11% (что значительно ниже жирности, заявленной на упаковке, даже с учетом допустимой погрешности $\pm 0,05\%$),
- содержание воды 0%- это норма,
- СОМО 8,05%, с учетом допустимой погрешности $\pm 0,2\%$ является нормой,
- плотность 1028,77 кг/м³ это так же нормальное значение.

Цель исследовательской работы достигнута. Была выполнена оценка качества молока по органолептическим и физико-химическим показателям. Исследования показали, что все образцы имеют показатели с отклонением от нормы. Однако у образцов №3 и №4 это небольшие отклонения по плотности и по СОМО, анализатор не показал наличие воды в этих образцах. Поэтому, можно предположить, что это результат того, что в зимне-весенний период корма для животных не сбалансированы

Таким образом, согласно требованиям, ГОСТ 31450-2013 молоко питьевое пастеризованное 3,2% «Кунгурское», содержащее в составе воду является продуктом с качественной фальсификацией. Также молоко торгового дома «Сметанин» и «Нытвенское» не содержат в своем составе заявленного на маркировке количества жира. Это также говорит об информационной фальсификации этих образцов.

Гипотеза подтвердилась, на рынке Пермского края есть молоко, не соответствующее требованиям нормативных документов.

Список литературы:

1. ТР ТС 033/2012 «Технический регламент на молочную продукцию»
2. Чебакова Г.В. Оценка качества молока и молочных продуктов: Учебно-методическое пособие / Г.В. Чебакова, И.А. Зачесова - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015.

РОЛЬ МАЛОГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Жагун Вероника Андреевна

студентка Гродненского государственного университета имени Янки Купалы

научный руководитель: Бедретдинова Елена Николаевна

старший преподаватель

Гродненского государственного университета имени Янки Купалы

В последние годы одним из наиболее актуальных направлений экономического роста является развитие малого бизнеса. Малый бизнес – это направленная на получение дохода предпринимательская деятельность индивидуума, который, оценив выгодность дела, берет на себя риск и ответственность за организацию нового предприятия или разработку новых идей, предлагаемых обществу.

Необходимость развития малого бизнеса в Белоруссии сегодня является одной из приоритетных задач развития экономики.

Малые предприятия влияют на конкурентоспособность экономики страны, так как быстро реагируют на изменения потребительского спроса. Это способствует гибкости экономики и позволяет добиться равновесия на потребительском рынке.

В Республике Беларусь к малым предприятиям относятся организации со среднесписочной численностью занятых:

- в розничной торговле и бытовом обслуживании – до 30 человек;
- в строительстве и оптовой торговле – до 50 человек;
- в сельском хозяйстве и в научно-технической сфере – до 60 человек;
- в промышленности и на транспорте – до 100 человек;
- в других отраслях непроеизводственной сферы – до 25 человек.

Малый бизнес, самоорганизуясь, удовлетворяет ежедневные мелкие нужды людей, одновременно повышая широкую занятость населения.

«Правительство будет поддерживать именно этот сегмент экономики и видит именно в нем наиболее динамичный драйвер нашего будущего среднесрочного развития», – отметил министр экономики Республики Беларусь Дмитрий Крутой.

Необходимо так же отметить три важных для развития предпринимательства момента, которые сегодня, прежде всего, требуют внимания. Это качество регуляторной среды, институциональное развитие и финансирование.

В Республике Беларусь существуют следующие программы поддержки предпринимателей:

- более комфортные, более дешевые, и более качественные кредитные программы именно по поддержке предпринимателей;
- сокращение количества лицензируемых видов деятельности;
- оказание государственной финансовой поддержки субъектов малого предпринимательства;
- создание инкубаторов малого предпринимательства.

Самым массовым и популярным вариантом открытия собственного дела, была и остается регистрация в качестве индивидуального предпринимателя.

В Республике Беларусь индивидуальным предпринимателем (ИП) можем стать любое лицо старше 18 лет, имеющее гражданство или вид на жительство в Беларуси. Так же ИП могут стать несовершеннолетние старше 16 лет, пройдя процедуру эмансипации.

Исключением из этого правила становятся:

- те, кто имеет запрет суда на предпринимательскую деятельность в течение определенного периода;
- лица, не погасившие задолженности, возникшие по решению суда;
- учредители и руководители предприятий в состоянии банкротства до момента ликвидации;
- этот запрет также действует 3 года после закрытия организации или ИП, если не были произведены расчеты с бюджетом.

Регистрация индивидуальных предпринимателей происходит в местных органах власти – городских и районных исполнительных комитетах. Регистрацию следует начать с подготовки документов и оплаты пошлины в 0,5 базовой величины – на сегодняшний день это 12,25 бел. руб.

Существуют категории граждан, которые освобождаются от уплаты пошлин:

- получающие среднее или высшее образование на дневной форме обучения и закончившие такое обучение в течение года после выпуска;
- безработные, начинающие предпринимательскую деятельность при поддержке и по направлению центров занятости населения.

Среди специальных разрешений наибольшее значение имеет:

- Лицензирование.

Лицензированию в данный момент подлежат:

- игорный бизнес;
- торговля и производство алкоголя и табака;
- медицинская деятельность;

- юридические и риэлтерские услуги;
- охранный деятельность.

А также многие другие узкоспециальные виды деятельности.

- Включение в реестры.

ИП, занимающиеся розничной торговлей, включаются в торговый реестр бесплатно местными исполкомами по заявительному принципу. Аналогичным образом исполкомы по месту регистрации включают ИП в реестр бытовых услуг:

- ИП, оказывающих услуги по изготовлению и ремонту одежды, обуви и аксессуаров;
- ИП, предлагающих строительные услуги;
- ИП занятых ремонтом и обслуживанием техники, в т.ч. автомобилей;
- Других ИП, оказывающих услуги населению.

Малое предприятие располагает небольшим объемом ресурсов, поэтому его отличительной чертой является высокая чувствительность к изменению уровня постоянных затрат, а также, как показывает мировой опыт, около 50% малых предприятий становятся банкротами и закрываются в первые два года деятельности. Успешными становятся только 15%. Главное – быстро реагировать на новую информацию. Скорее понять, что пользуется спросом, а что – нет. Что приносит прибыль? Где наибольшие и наименьшие риски?

Поэтому задача стимулирования развития малого предприятия требует выработки и реализации мер макроэкономического характера, направленных на создание равных конкурентных условий деятельности субъектов, независимо от формы собственности и размера. Она требует принятия новых мер поддержки малого предпринимательства, создание соответствующих организованных, экономических и правовых условий сглаживающих неблагоприятное положение субъектов данного сектора на рынке и направленных на повышение их устойчивости и конкурентоспособности.

Малые предприятия играют важную роль в современной экономике. В Российской Федерации установлено, что любая компания с выручкой до 800

млн рублей и менее 100 сотрудниками относится к категории малых предприятий. По состоянию на март 2018 года, в России функционирует 2 млн. 847 тыс. 854 малых предприятия (включая микропредприятия). В них задействовано 11 млн. 743 тыс. человек. Учет ведётся в Едином реестре малого и среднего предпринимательства, составляемым Федеральной налоговой службой. Малые предприятия в России пользуются государственной поддержкой в виде налоговых и административных льгот.

Для субъектов малого бизнеса существуют четыре специальные схемы по уплате налогов:

- упрощенная налоговая система (УСН);
- единый налог на вмененный доход (ЕНВД);
- патентная система налогообложения (ПСН);
- единый сельхозналог (ЕСХН).

Если общая схема налогообложения подразумевает, что с доходов взимается налог в 20%, то по УСН 5-15%, по ЕСХН – 6%. Патентная система подразумевает покупку патента, стоимость и условия которого устанавливаются региональными властями. К недостаткам в области малого бизнеса можно отнести:

- низкую доходность и низкий уровень производительность труда, несмотря на его высокую интенсивность;
- затруднения, связанные с использованием нового оборудования и новых технологий;
- ограниченность объема собственных ресурсов;
- высокий риск, вызванный повышением уровня конкуренции.

Как показывает мировой опыт развитие малого и среднего предпринимательства является ключом к решению важнейших социально-экономических проблем, их развитие влияет на ускорение научно-технического прогресса, на насыщение рынка товарами необходимого качества, означает быстрое создание новых рабочих мест. В таблице 1 отражены показатели малого бизнеса за рубежом.

Роль малого бизнеса в экономике отдельных стран [1]

Страна	Число малых и средних предприятий (тыс. ед.)	Число занятых, млн. чел.	Доля малых и средних предприятий в ВВП (%)
Великобритания	2930	13,6	50-53
Страны ЕС	15777	68,0	63-67
США	19300	70,2	50-52
Россия	837	8,1	10-11
Япония	6450	39,5	52-55

Практика изучения зарубежного опыта показывает, что неперенным условием успеха в развитии малого бизнеса является положение о том, что малые предприятия и малое предпринимательство нуждается во всесторонней и стабильной государственной поддержке.

Список литературы:

1. Мацулевич И.А., Титок И.В. Развитие малого и среднего предпринимательства Республики Беларусь. Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь. 2016. №11. С. 20-30.

ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДУКЦИИ И ОРГАНИЗАЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ: АНАЛИЗ И СОСТОЯНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В ГОРОДЕ СОЛИКАМСКЕ

Жданкова Анастасия Андреевна

студентка Соликамского политехнического техникума

научный руководитель: Дьяковская Ольга Сергеевна

преподаватель Соликамского политехнического техникума

Торговля - одна из важнейших сфер жизнеобеспечения населения, при её посредстве осуществляется рыночное согласование товарного предложения и покупательского спроса. Являясь источником поступления денежных средств в бюджет, торговля формирует основы финансовой стабильности государства, и в настоящее время служит важной бюджетообразующей отраслевой системой. Торговля играет особую роль в развитии потребительского рынка. Общественное питание, относится к тем отраслям экономики, которые способствуют рационализации использования свободного времени человека.

Основное направление развития сферы потребительского рынка - повышение качества товаров и услуг, оказываемых населению, развитие актуальной

конкурентной среды.

В Соликамске представлены предприятия различных направлений. Среди них наиболее распространены кафе, закусочные, бары, столовые. В настоящее время в Соликамске на потребительском рынке действует 104 объекта общественного питания. Основную часть оборота общепита формируют субъекты малого предпринимательства.

В свою очередь, кафе разбиваются на две категории: для людей с высоким уровнем доходов и для широкого круга потребителей. Первые обеспечивают высокий уровень обслуживания, квалификацию контингента поваров, должное качество блюд различных типов кухонь и направлений.

Закусочные относятся к предприятиям быстрого обслуживания и, учитывая мировые тенденции, их роль в организации общественного питания должна возрастать. Именно данные предприятия системы fast-food являются ведущими в сфере торгового обслуживания и удовлетворения массового спроса населения.

В городе Соликамске выросло количество предприятий быстрого питания и сетевых операторов; в виде франшизы или совместных предприятий. Открываются точки уличного питания (стрит-фуд), заведения которые осуществляют доставку блюд на дом, в офис, продажу на вынос. В данных заведениях разрабатываются специальные меню, предназначенные для завтраков и бизнес-ланчей.

На потребительском рынке города успешно функционируют стационарные и нестационарные сети быстрого питания. Популярным, востребованным и доступным видом общепита является фаст-фуд. Особое место в структуре общепита занимает питание школьников и подростков. Организация рационального питания учащихся во время пребывания в школе является одним из важнейших факторов поддержания их здоровья и эффективности обучения. В связи с тем, что процесс обучения носит весьма интенсивный характер, а также, принимая во внимание низкий социально-экономический уровень многих семей, особое значение приобрело правильное питание в школе.

90% школьных столовых в Соликамске обслуживают МКУП «Комбинат школьного питания» и индивидуальный предприниматель Александров О.О. Структура данных предприятий, делится на два типа: доготовочная столовая и буфет-раздаточная. Система организации школьного питания города, как правило, не позволяет следить за качеством блюд в доготовочных столовых. Многие учебные заведения имеют очень изношенное оборудование в столовых, что не позволяет качественно и, иногда даже вовремя приготовить завтраки и обеды. Также здесь часто происходит хищение продуктов питания, что приводит к дополнительному ухудшению качества блюд.

Сфера общественного питания становится все более привлекательной в рамках роста экономики и качества жизни.

В нашем городе большое количество столовых организующих питание рабочих крупных предприятий. Например: ПАО «Уралкалий», ОАО «Соликамский магневый завод», АО «СОЛИКАМСКБУМПРОМ», АО «Соликамский завод «Урал».

Все они работают примерно одинаково и по одной структуре. В данных предприятиях самообслуживание с линией раздачи. Так же здесь организован полноценный цикл производства кулинарных блюд и изделий, напитков, мучных и кондитерских изделий. На таких предприятиях имеется продажа всей продукции на вынос.

Анализируя все предприятия обеспечивающие питанием рабочих заводов, можно сделать вывод, что компания ПАО «Уралкалий» - самая удобная и приемлемая. Все плюсы имеющиеся у компании «Уралкалий» в обеспечении питанием в большей степени зависит от того, что данное предприятие является самым крупным и самым прибыльным в Соликамске. Корпоративное питание — одна из самых популярных социальных программ компании. Данная программа направлена на обеспечение сотрудников полноценным горячим питанием в течение рабочего дня. Все сотрудники компании получает скидку в размере 70% от стоимости блюд в столовых и буфетах.

Ступенью ниже располагается Соликамский магневый завод. Ни чем не

уступающий ПАО «Уралкалий» в организации питания и обслуживания, но отличительной чертой является отсутствие скидок для работников и отсутствие возможности проведения торжеств (свадьбы, юбилеи и т.д.).

Так же были рассмотрены кафе города Соликамска. Проведено анкетирование студентов Соликамского политехнического техникума. На его основе были выявлены самые популярные и посещаемые заведения у студентов в возрасте от 16 до 20 лет.

Таблица 1

Сравнительный анализ предприятий общественного питания

Название	Место	% соотношение	Цена среднего чека руб.	Меню
Jam	2	29,8%	500-1000	<u>Цезарь с креветками, Филадельфия - баланс</u> , Напиток
Chicken	1	22,2%	300-400	Ланч Дабл-Чикен, Чизбургер
Ваниль	4	18,4%	200-300	Кофе американо, картофель подеревенски, куриная отбивная, салат овощной, пирожное бисквитное
Chocolate	3	14,87%	500-900	<u>Комбо №1 «4 мяса»</u> 28см, «Сливочно-чесночный цыпленок»28см, Напиток
Суши Мастер	5	8,6%	400-700	Роллы (на выбор) + напиток
The Калач	6	5,2%	100-150	Комплексный обед (суп, второе мясо+ гарнир, компот
Другие	7	2,4%	100-120	

В итоге можно сделать следующие выводы. Для успешной работы предприятий общественного питания и получения прибыли, необходимы следующие составляющие: постоянные материальные вложения, обновление и совершенствования как в производстве продукции, так и в обслуживании посетителей, обучение новым тенденциям работников предприятия.

Владельцы предприятий общественного питания должны организовать свою деятельность так, чтобы контролировать все административные, технические, человеческие факторы, влияющие на качество продукции и их безопасность. Одним из таких факторов, обязательным, является соблюдение законов, защищающих права потребителей на безопасную качественную продукцию и услуги: Федеральный закон «О защите прав потребителей», Федеральный закон «О стандартизации», Федеральный закон «О сертификации продукции и

услуг», Закон «О единстве измерений». Данными законами должны руководствоваться все предприятия общественного питания в деятельности на современном этапе.

УПРАВЛЕНИЕ ТАЛАНТАМИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ СЕКТОРЕ

Зайкин Евгений Павлович

магистрант Сибирского государственного университета путей сообщения

научный руководитель: Ханагян Татьяна Александровна

кандидат биологических наук, доцент

Сибирского государственного университета путей сообщения

С каждым днем возрастает интерес руководства компаний и научного общества к изучению феномена управление талантами. Об этом свидетельствует большое количество статей и научной литературы, в которых широко затронута и освещена эта тема, но не существует определенности, что это. Некоторые специалисты считают, что это тот же компетентностный подход или же усовершенствованный кадровый резерв, функция отдела персонала или линейных менеджеров, работа со всеми сотрудниками компании или же только с одаренными и другие

Понятие «управление талантами» появилось в отчете компании McKinsey «Война за таланты» в 1997 году. Уже тогда промышленные и торговые гиганты перестраивали свои подходы к управлению с учетом меняющихся условий. Далее данное понятие было использовано Дэвидом Уоткинсом из компании Softscape в статье, которая была опубликована в 1998 году. Затем термин «управление талантами» был развит в 2004 году в книге Дэвида Уоткинса [2].

Дадим несколько определений термина управление талантами.

Управление талантами – система организационно-экономических и социально-психологических мер, нацеленных на повышение уровня компетенций в критических с точки зрения бизнеса видах деятельности путем внедрения и развития программы по привлечению, приобретению, развитию, продвижению и удержанию талантов [1].

Управление талантами (англ. talent management) — это совокупность инструментов управления персоналом, которые дают возможность организации

привлекать, эффективно использовать и воспроизводить компетенции сотрудников, удерживать имеющийся потенциальный пул талантов (англ. pool – бассейн), которые позволяют вносить существенный вклад в развитие организации.

Дж. Берсин определяет «управление талантами» как «... процесс, направленный на привлечение, управление, развитие и удержание ключевых сотрудников компании». Управление талантами, или Talent Management – это целенаправленная деятельность, направленная на создание в компании системы набора, развития, использования и содержания талантливых сотрудников, способных к достижению исключительных результатов в бизнесе [3, с. 52].

К концу 2000 года сформировано два определения управления талантами: набор процессов подбора, оценки и удержания персонала, в ходе которых компания приобретает эффективных людей, поддерживающих ее развитие. При таком подходе людей не делят на талантливых и нет, организация ориентирована на то, чтобы все люди были наиболее эффективными в выполнении своих задач;

набор процессов управления талантами, которых не может быть много в организации, т.к. кроме талантов в организации должны быть и «ремесленники». Здесь люди делятся на талантливых и нет. Для талантливых людей разрабатывают специальные техники управления и развития.

По результатам опроса руководителей крупнейших компаний мира, проведенного компанией Pricewaterhouse Coopers (PwC), руководители госкомпаний сталкиваются сегодня с теми же проблемами, с которыми на протяжении всего экономического кризиса сталкивались руководители частных компаний – с необходимостью удерживать и мотивировать талантливых сотрудников и внедрять инновационные операционные процессы, позволяющие получать более высокие результаты при одновременном сокращении затрат [4].

Талантливым сотрудником государственного служащего принято считать того кто:

- а) достигает поставленные цели и задачи;

- б) использует все имеющиеся научные и творческие возможности;
- в) мобилен и устойчив, ощущает особенности организационной культуры;
- г) характеризуется акцентом на личный и профессиональный рост внутри организации;
- д) имеет высокую производительность труда;
- е) характеризуется преданностью интересам не только своим, но и интересам организации;
- ж) имеет лидерские качества, заслуженную власть и авторитет среди коллег.

Особенность системы управления талантами в государственной гражданской службе заключается в том, что работник должен соответствовать той должности, на которую он планирует поступить. Но чтобы попасть хотя бы в кадровый резерв государства, он должен обладать определенным талантом, специальными знаниями.

Должность государственного служащего подразумевает наличие профессиональных качеств, преданность сотрудника к профессиональной деятельности, в которой он хочет работать, быть готовым отдать долг своему народу, защищать публичные интересы простых граждан. Каждый, кто хочет стать государственным служащим должен знать свои права и обязанности; проявлять активность в делах, качественно оказывать услуги гражданам, предусмотренные законодательством РФ. Но чтобы быть талантливым сотрудником, необходимо соответствовать критериям, необходимым государственному учреждению.

Критерии отбора талантов в государственных органах зависят от ряда факторов: особенности конкретной организации, специфики вакантной должности.

Таким образом, основными особенностями государственных учреждений являются:

- а) некоммерческая ориентация деятельности;
- б) бюджетное финансирование, что означает тотальный контроль расхо-

дов, все сотрудники государственных учреждений должны следовать ряду конкретных инструкций.

В то же время особенностями государственной власти являются: связь с осуществлением государственной власти, консолидация в нормативных правовых актах, обращение к структуре государственного аппарата, четкое различие между организационными и административными полномочиями, способность самостоятельно делать юридически существенные решения, наличие полномочий по применению принудительных мер, наличие ограничений на возможность найма.

Подводя итог можно сделать вывод, что найти талантливый сотрудник на государственную службу не так легко, как кажется на первый взгляд. Существует много различных аспектов, которые позволят привлекать ярких, инициативных, талантливых, ответственных управленцев, которые способны решать масштабные и сложные задачи, способные повысить эффективность государственного управления.

Список литературы:

1. Карташов С.А., Одегов Ю.Г., Шаталов Д.В. Управление талантами как HR-технология // Вестн. Ом. ун-та. Серия «Экономика». – 2013. – № 1. – С. 85–94
1. Управление_талантами [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Управление_талантами
2. Шахбазов А. Управление талантами [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.rhr.ru/index/sovet/tech/15195.0.html>.
3. PriceWaterhouseCoopers (PwC). Новый взгляд на роль государства в XXI веке: правительства должны иначе строить свою работу, чтобы добиваться больших результатов меньшей ценой. Пресс-релиз. 10 февраля 2011 г.

РОЛЬ ЦЕНЫ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА

Залата Елизавета Яковлевна

*студентка Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

научный руководитель: Баранцева Светлана Михайловна

кандидат экономических наук, доцент

*Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

При изучении текущего состояния бизнеса возникает вопрос: почему некоторые предприятия получают прибыль, а другие, наоборот, становятся банкротами, но работают в одних и тех же рыночных сегментах и при тех же условиях. На первый взгляд это явление оправдано конкуренцией, которая, разумеется, диктует свои условия. С другой стороны, знание основ маркетинга маркетингового ценообразования дают предпринимателю значительное преимущество перед его конкурентами.

В современных условиях рыночная экономика вынуждает предпринимателей уделять все больше внимания оптимизации процесса перемещения продукта от производителя к потребителю. От того, насколько правильно выбранные каналы распределения товаров в определенной степени зависят от результатов хозяйственной деятельности предприятия.

В маркетинге цена рассматривается как оценка потребительской стоимости с точки зрения того, кто производит или обменивает товар. Представленное определение отражает три аспекта:

1) цена связана с потребительской стоимостью товаров, то есть она основана на показателях качества результата, а не на количестве материализованного труда;

2) цена связана с идеями и оценками того, кто производит или обменивает (продает) продукт, а не с оценками потребителя. (Потребитель, в свою очередь, решивший что-то купить, учитывает его оценку потребительской ценности, верхний уровень которого предлагаемая цена не может превышать);

3) стоимость цены зависит от близости конечного потребителя тех, кто предлагает продукт. Чем более промежуточные звенья между производителем и

потребителем, тем больше будет расти цена товара [3, с. 350].

Цена - это не только важный, но и сложный элемент маркетингового комплекса, поскольку на него влияют многочисленные внутренние и внешние факторы [1, с. 342].

Так Балабанова Л. В. к внешним факторам относит: политическую стабильность страны; состояние экономики; рыночный потенциал; поведение потребителей; степень доступа на рынки; государственное регулирование цен; этика и культура поведения на рынке; характер спроса; уровень конкуренции, в частности, цена.

А к внутренним: цель маркетинга; рыночную стратегию и тактику предприятия; специфику товаров; этап жизненного цикла товаров; систему распределения товаров; особенности системы продвижения продукта; организацию обслуживания; емкость рынка, его динамика, структура; образ предприятия; степень совершенствования управлением; расходы.

При покупке нового товара и без возможности оценить его качество, потребитель в первую очередь будет ориентироваться на цену. И как правило, более дешевые продукты воспринимаются потребителями как менее качественные и наоборот. Высокая цена дает продукту или услуге более высокий уровень потребления из-за ограниченного числа потребителей. Поэтому цена выступает в качестве разделителя в сегментации рынка.

Изменение цены положительно скажется на продажах, только если она будет «правильно» установлена. Для этого необходимо проанализировать цены конкурентов, возможности потребителей. Но для того, чтобы поставить «правильную» цену, необходимо выбрать метод ценообразования, который будет отражать все затраты, характеристику продукта, положение на рынке, пожелания потребителей, которые, в свою очередь и будут определять «правильность» цены установленной для продукта или услуги.

Цена является отправной точкой для потребителя, выбирающего товар или услугу. Как правило, цена является более привлекательным фактором, чем незначительные особенности продукта. Изменение цены в краткосрочной пер-

спективе влияет на величину спроса и, соответственно, на продажи, поэтому, если предприятие или организация хочет увидеть быстрые и качественные изменения, то цена как раз и является ключевым инструментом в комплексе маркетинга [5].

Многообразие экономической сущности цены проявляется в функциях, которые она выполняет. На сегодняшний момент нет однозначного подхода к ним. Ценовые функции не могут быть идентифицированы с конкретными задачами, которые решаются с их помощью на разных этапах развития общества; их задача больше. Функция цены характеризуется набором общих свойств, объективно присущих ей как экономической категории.

В экономической литературе чаще всего можно встретить пять основных функций: учетно-измерительную, стимулирующую, распределительную, сбалансированности спроса и предложения, рационального размещения производства [4].

Учетно-измерительная функция, эта функция очень важна для маркетинга, где вся ценовая политика диктуется потребителем. Основываясь на бухгалтерских и измерительных функциях цен, маркетологи имеют возможность учитывать изменения в рыночных условиях, связанных с динамикой товаров на этапах жизненного цикла, измерять издержки и результаты производства, координировать производство и национальные издержки, координировать продукт ассортиментную политику компании с перспективными способами удовлетворения спроса.

Стимулирующая функция, ее сущность выражается в привлечении и сдерживании влияния цен на производство и потребление различных видов товаров. Цена оказывает стимулирующее влияние на производителя (и это принципиально важно) через величину прибыли, связанной с ней. В экономической жизни цены могут способствовать или препятствовать увеличению или уменьшению производства и потребления определенных товаров. Для производителей особенно важны цены, при которых они продают свою продукцию [2, с. 12].

Функция распределения связана с возможностью отклонения цены от стоимости под влиянием рыночных факторов. Суть этой функции заключается в том, что цены участвуют в распределении и перераспределении чистой прибыли между отраслями экономики и ее секторами, формами собственности, регионами, фондами и социальными группами населения.

Функция сбалансированности спроса и предложения. Механизм действия функции заключается в том, что изменение цены стимулирует, с одной стороны, изменение потребления, с другой - изменение в производстве товаров.

Ценовая функция как средство рационального распределения продукции. Суть этой функции - движение капитала из одной сферы экономики в другую, от одного типа производства к другому, от одного отдельного капитала к другому. Эта функция обусловлена переходом на рынок и становится все более развитой. Перераспределение капитала осуществляется фирмами под влиянием законов конкуренции и спроса. Ценовые функции предназначены для диалектического объединения потребителя и производителя. Все функции цены взаимосвязаны и могут вступать в противоречие.

Стимулирующая усиливает функцию сбалансированности спроса и предложения, способствуя увеличению производства товаров, пользующихся спросом. Распределительная функция цены взаимодействует с функцией цены как средством рационального размещения производства, способствуя переливу капитала. Учетная функция цены нередко вступает в противоречие практически со всеми другими функциями, особенно со стимулирующей и распределительной, а также сбалансированности спроса и предложения, поскольку в рыночных условиях под влиянием многих факторов цена часто существенно отклоняется от издержек производства и реализации.

Таким образом, цена является наиболее важным экономическим параметром функционирования любого предприятия; именно уровень цен влияет на его финансовое положение, поскольку предопределяет сумму полученной прибыли и, соответственно, возможность его производственного и социального развития. Это один из самых гибких, легко управляемых элементов, в отличие от

других элементов комплекса маркетинга.

Список литературы:

1. Балабанова Л.В. Маркетинг: Учебник. - 2-е изд., Перераб. И доп. - К: Знание-Пресс, 2004
2. Баранцева С.М. Маркетинговое ценообразование: учеб. пособие для студентов оч. и заоч. форм обучения. — Донецк: ДонНУЭТ, 2018
3. Варналий С. Основы предпринимательства: Учебное пособие / Захария Варналий, - 3-е изд., Исправят. и доп. - М.: Знание-Пресс, 2006.
4. Цена в маркетинге: понятие, виды и функции [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://galyautdinov.ru/post/cena-v-marketinge-vidy-funkcii>
5. Цена как инструмент комплекса маркетинга [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://marketing-tut.ru/kursovie/mc/cena-kak-instrument-kompleksa-marketinga.htm>

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ СФЕРЫ УСЛУГ НА ОСНОВЕ СТЕЙКХОЛДЕРСКОГО ПОДХОДА

Захарова Анастасия Сергеевна

*студентка Сибирского федерального университета
торгово-экономического института*

научный руководитель: Чаплина Альбина Николаевна

*доктор экономических наук, профессор
Сибирского федерального университета
торгово-экономического института*

В связи с развитием сетевого взаимодействия организаций сферы услуг, важное значение приобретают такие особые виды ресурсов, как межорганизационные знания. Следовательно, сегодня для построения и реализации эффективной стратегии перед менеджерами становится новая задача - управление взаимодействием между многочисленными (часто конкурирующими) требованиями различных заинтересованных сторон организации в отношении ее стратегических целей. Наиболее ранние исследования, описывающие взаимодействие организации со стейкхолдерами, например внутренний меморандум Стэнфордского научно-исследовательского института, соотносили их с определенной группой лиц, «без поддержки которых организация прекратит свое существование». Однако, более современные авторы предлагают включать в данную группу и тех экономических агентов которые, «непосредственно, зависят от результатов деятельности самой организации» [1, с. 172].

Потенциальная возможность формирования знаний, в качестве ресурсов необходимых для осуществления межорганизационного взаимодействия, заключается в построении самой структуры стейкхолдеров конкретной организации [2, с. 15]. Так, в своем исследовании профессор кафедры маркетинга Санкт-Петербургского Государственного экономического университета Юлдашева О.У. приводит градацию структуры наиболее значимых стейкхолдеров по мнению респондентов-менеджеров современных коммерческих организация (рис. 1).

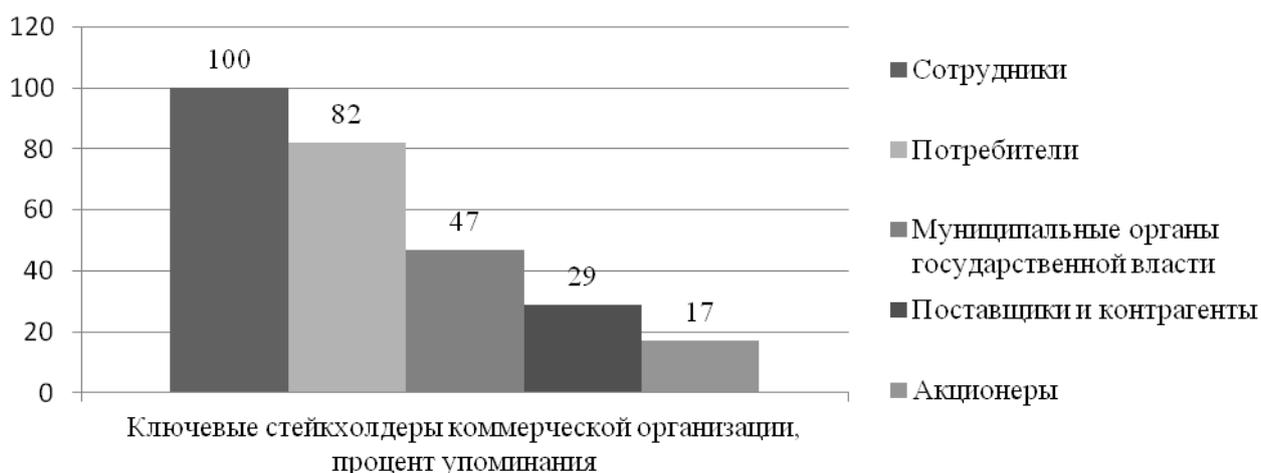


Рис. 1. Ключевые стейкхолдеры коммерческих организаций, % [3, с. 35]

Свою точку зрения на процесс выявления ключевых стейкхолдеров экономист Стукало О.Г. выразила посредством собственного авторского подхода – системы NETWORK, включающую основных субъектов межорганизационного взаимодействия, которые, в свою очередь, формируют ресурсный потенциал бизнеса (табл. 1).

Таблица 1

Субъекты межорганизационного взаимодействия, формирующие ресурсный потенциал организации сферы услуг [2, с. 19]

Группы субъектов	Состав группы
N (newcomer)	«НОВИЧКИ»: организации, оказывающие транспортные, логистические, информационно-телекоммуникационные услуги и др.
E (enthusiast)	«АПОЛОГЕТЫ»: перерабатывающие и сельскохозяйственные предприятия; организации оптовой и розничной торговли
T (troublemaker)	«ВОЗМУТИТЕЛИ СПОКОЙСТВИЯ»: средства массовой информации; организации, осуществляющие контроль и надзор
W (watcher)	«НАБЛЮДАТЕЛИ»: организации, осуществляющие экологический и социально-экономический мониторинг

O (originator)	«КРЕАТОРЫ»: организации сферы образования, исследований и разработок; организации сферы физической культуры и спорта
R (redactor)	«МОДЕРАТОРЫ»: исполнительные органы государственной власти; население; институты гражданского общества
K (keen)	«ПОТРЕБИТЕЛИ»: физические и юридические лица

Авторская методология развития сетевого взаимодействия представлена в общем ракурсе. Сеть компетенций в данном случае формируется в виде динамического множества взаимосвязанных экономических агентов, перечисленных (табл. 1), таких как органы государственной власти, поставщики, население и другие, ресурсы, опыт и знания, необходимые для построения эффективного рабочего процесса [2, с. 24].

Тем не менее, вопросы, связанные с идентификацией ключевых стейкхолдеров для конкретных организаций, а также их уникальных требований остаются актуальными. Предвиденье и управление их реакцией на действия, совершаемые организацией для достижения ее стратегических целей, способствует раскрытию новых возможностей, либо сокращению отрицательных ответных реакций и прочему негативному воздействию. Так, по мнению британского экономиста Колина Эдена для построения эффективной стратегии на основе взаимодействия между стейкхолдерами сам процесс реализации стратегии необходимо разбить на 3 этапа (рис. 2) [1, с 183].

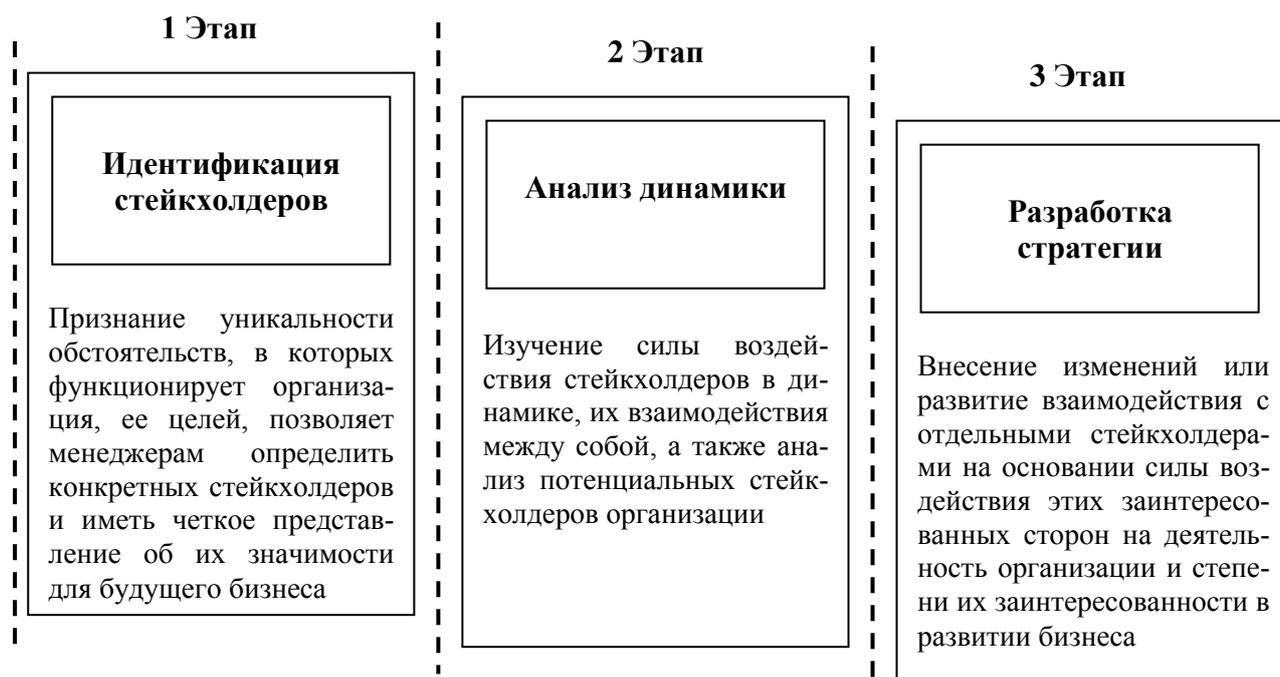


Рис. 2. Процесс построения стратегии управления стейкхолдерами

По мнению профессора, наибольшую сложность на практиков вызывает первый этап. Поэтому, для идентификации ключевых стейкхолдеров, как правило, используют матрицу «Влияние/Интерес», представленную ниже на рисунке 3.

Четыре квадрата матрицы можно рассматривать как определение четырех категорий заинтересованных сторон, которые (вместе с их обозначениями) имеют значение для топ-менеджмента организации. Стейкхолдерами в двух верхних категориях являются те, кто имеет наибольшую долю участия (т.е. наибольший «интерес») в деятельности организации, но с различной степенью силы воздействия на нее: с правой стороны расположены стейкхолдеры, имеющие достаточную власть, чтобы влиять на центральные стратегии организации, но также вполне могут или же не могут быть фактически связаны с ее деятельностью [1, с. 183].



Рис. 3 – Матрица стейкхолдеров «Влияние/Интерес» [1, с. 184]

Необходимо уточнить: не смотря на то, что матрица «Влияние/Интерес», несомненно, обеспечивает хорошую опору для построения стратегии на раннем этапе, все же ее необходимо совершенствовать и детализировать. Так, по мнению Эдена, на практике важно учитывать фактор ограниченности временных

ресурсов у руководства, то есть, вся их «энергия должна быть сосредоточена, в первую очередь, на управляемом числе ключевых стейкхолдеров», включая, по крайней мере, группу «Игроков», которые находятся в квадрате «высокая степень влияния/сильная заинтересованность». Наряду с этим, Эден подчеркивает, что при работе со стейкхолдерами важно учитывать и «потенциальные конфликты, обусловленные различием интересов» [1, с. 191]. Стейкхолдеры, занимающие несколько позиций в матрице (например, поставщик может быть, одновременно, конкурентом) могут воздействовать на реализацию стратегии организации как с положительной стороны, так и с отрицательной, очевидно, что управление взаимодействием с такими стейкхолдерами должно быть тщательно, детально спланировано.

Таким образом, в порядке обсуждения автором были сформулированы основные рекомендации по развитию стейкхолдерского подхода с целью повышения эффективности деятельности организаций сферы услуг. К ним целесообразно отнести:

1. идентификация и анализ ключевых, а также потенциальных стейкхолдеров на основании метода «NETWORK» или матрицы «Влияние/Интерес»;
2. изучения динамики и оценка силы воздействия выбранных стейкхолдеров на деятельность организации;
3. построение или изменение стратегии на основании информации полученной в результате проведения анализа.

Именно в таких условиях расцвета цифровой экономики сформированной путем развития сетевого взаимодействия создаются «умные» предприятия с высоким потенциалом развития и, как следствие, с высокой рыночной стоимостью.

Список литературы:

1. Eden C. Strategic Management of Stakeholders: Theory and Practice / C. Eden // Strategic tools. – 2015, 171-196
2. Стукало О.Г. Развитие сетевого взаимодействия субъектов продовольственного сектора экономики региона: автореф. дис... к. экон. наук: 08.00.05 / Стукало Оксана Георгиевна. – Курск, 2017.

3. Юлдашева О.У. Методология организации бизнеса на основе цепочки по созданию потребительской ценности (на примере строительной корпорации) / О.У. Юлдашева, С.Ю. Полонский // Вестник СПбГУ.- Сер.8.- 2007. - №2.- С. 32-48

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗА СЧЁТ АВТОМАТИЗАЦИИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ

Зеленина Тамара Андреевна

студентка Финансово-экономический колледж

научный руководитель: Желтовских Елена Валерьевна

*преподаватель специальных дисциплин, председатель Цикловой комиссии
Финансово-экономический колледж*

Логистика – это одно из направлений развития информационных технологий, в настоящее время, получившее наиболее динамичное развитие. Подойти к процессу с точки зрения логистики означает добиться перемещения максимального количества товарных ценностей за минимальное время с учетом различных ограничивающих параметров.

В условиях рыночной экономики господствующими являются товарно-денежные отношения. Поэтому практически каждый продукт труда, произведенный на предприятиях, обязательно продается и покупается, т.е. проходит стадию обмена. Так как логистика набирает популярность, она обязана идти в ногу с современным развитием. Одним из элементов такого развития является автоматизация.

Автоматизация логистики — применение компьютерного программного обеспечения и / или автоматизированных механизмов для повышения эффективности логистических операций. Обычно это относится к операциям внутри склада или центра распределения с более широкими задачами, выполняемыми системами управления цепочками поставок и системами планирования ресурсов предприятия.

Целями автоматизации логистических процессов является:

- повышение уровня гибкости компании;
- повышение уровня технологичности и эффективности компании;
- повышение уровня сервиса;

- обеспечение мирового уровня обслуживания клиентов;
- сокращение операционных затрат на логистику.

Отчётливое представление о пользе автоматизации на логистических предприятиях выявлено, осталось только соотнести данное достижение с ростом прибыли для коммерческих предприятий.

По всей стране расположено множество коммерческих организаций, которые заинтересованы в получении прибыли и её извлечения, действуя в сфере обращения товаров и услуг. Автоматизация в сфере логистики, позволят коммерческим предприятиям достичь этой цели. Коммерческая деятельность – это совокупность процессов, включающих в себя операции по совершению купли и продажи товаров и услуг, а также удовлетворение требований покупателей. Сочетание слов «совокупность процессов» явно указывает на взаимодействие с логистическими компаниями. Их совместное сотрудничество имеет множество плюсов, основным из которых является кардинальное сокращение расходов. Коммерческому предприятию не нужно самостоятельно заниматься вопросами о товарообороте, достаточно начать выгодную совместную работу с логистической компанией.

Существует 3 основных вида логистических процессов, которые необходимо автоматизировать:

1. Автоматизация логистики закупок

Закупки сырья, снабжение материалами и оборудованием в тех или иных объемах выполняют все предприятия. В торгово-производственных компаниях это часть основного бизнес-процесса.

В организации главной задачей является закупка необходимых товаров, направленные на избежание дефицита, отсутствие материальных ресурсов или готовых продуктов. Процесс управления закупками включает в себя взаимосвязь с различными отделами в компании, поставщиками и потребителями. В результате эффективно организованной закупочной логистики происходит покупка необходимых ресурсов, приносящих предприятию наибольшую прибыль. При этом снижаются издержки на закупочную деятельность, которые помимо

стоимости приобретения ресурсов включают стоимость транспортировки, хранения и обработки входных потоков товаров.

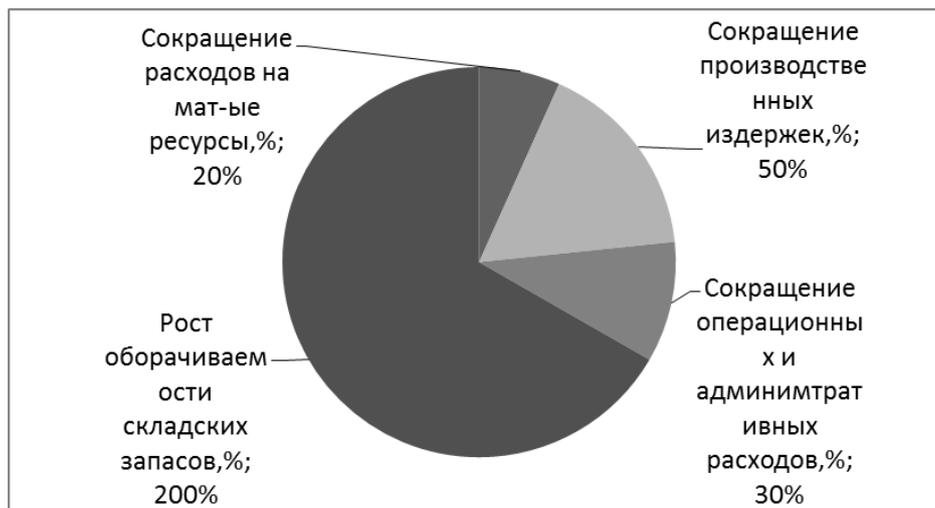


Рис. 1. Результат от внедрения автоматизированной системы закупок

Достоинствами автоматизации процесса закупки является:

- сокращение времени для формирования заявки на покупку товара и отправки ее поставщику;
- в системе имеется функция, которая позволяет выбрать оптимального поставщика по трем критериям (цена, качество, срок годности);
- рабочее место может быть развернуто на любом компьютере или мобильном устройстве, где есть интернет;
- уменьшить вероятность ошибки, которую может совершить как и сотрудник (оператор) отдела закупок, так и сам инициатор при заказе.

2. Автоматизация складской логистики

Максимально снизить издержки возможно за счет полной или частичной автоматизации складских процессов. Это неминуемо влечет за собой сокращение численности работников и позволяет решить две проблемы: нехватку людей, желающих работать на складах и необходимость платить высокую зарплату тем, кто готов на эту работу.

Полная складская автоматизация – это автоматические системы хранения и выдачи с возможностью использования множества функций, включая сборку и подбор заказов, распределение, хранение и даже утилизацию отхо-

дов.

Согласно проведенным исследованиям, рынок таких систем вырастет к 2022 году до 8,43 млрд.\$ с совокупным среднегодовым темпом роста 7,1%.

Таблица 1

**Достоинства и недостатки при внедрении
автоматизированного процесса складирования**

Достоинства	Недостатки
Снижение издержек на содержание персонала	Высокая стоимость оборудования
Исключение возникновения случайных или намеренных ошибок сотрудников	Полное управление программой, если «рухнет» ПО, то «рухнет» вся система
Рост конкурентоспособности компании	

Таким образом, автоматизация складской логистики позволяет сократить время отгрузки товара (табл. 1). Клиенты часто спешат, товар им нужен немедленно, а складская задержка приведет к отказу покупателя, и товар превратится в складской запас, замороженный и выпавший из оборота. Эти потери можно посчитать и понять, что лучше было бы до них не доводить. Еще один путь сокращения складских расходов при внедрении автоматической системы учета: появляются свободные складские площади, которые можно предоставлять под ответственное хранение товаров других предприятий. При этом площадь склада – та же, персонал – тот же, а вместо затрат склад начинает давать доход.

3. Транспортная логистика

Немалую помощь может оказать и автоматизация транспортной логистики. Казалось бы, несложно подобрать автотранспортное средство в соответствии с перевозимым объемом товаров, но на практике это не делается, в результате чего транспорт используется неэффективно, перемещаясь с неполной загрузкой.

Автоматическая система управления перевозками позволит добиться рациональной комплектации перед каждым рейсом. Использование и анализ базы данных адресов доставки и учет ее при комплектации рейсов сокращает неоправданный пробег транспорта, вырабатываются оптимальные маршруты и экономится топливо, что совершенно не лишнее в кризисный период.

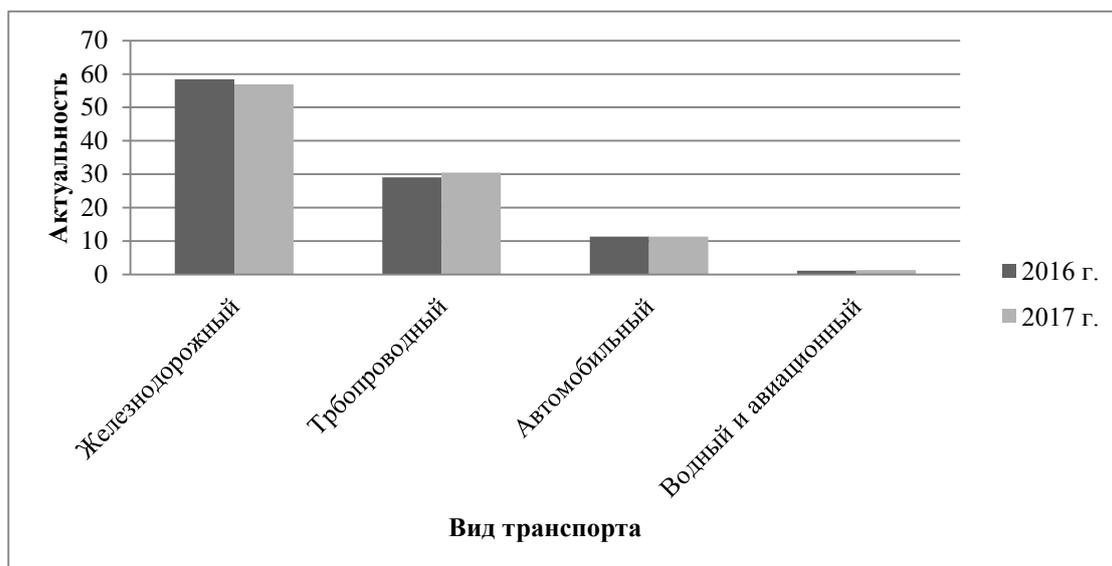


Рис. 2. Структура грузоперевозок по видам транспорта

Подводя итоги, по рассмотренной теме, можно сделать вывод, что взаимосвязь между коммерческим предприятием и автоматизированной логистической деятельностью очень важна в современном мире. Успех одной организации напрямую связан с успехом другой.

Благодаря технологиям информационных систем предприятие может обладать следующими основными преимуществами:

- повышение эффективности и снижение уровня затрат за счет упрощения процессов закупок и высвобождения времени сотрудников службы закупок;
- более легкий и быстрый доступ к наиболее важным данным в режиме реального времени способствует принятию обоснованных решений;
- сокращая время на административную и тактическую деятельность в процессе поставок, дает возможность работникам уделять больше времени стратегическим инициативам и работе с важными поставщиками и основными проектами по поставкам;
- системы позволяют контролировать расходы в масштабах всего предприятия.

КОНТРОЛЬ РАСЧЁТОВ С ПЕРСОНАЛОМ ПО ОПЛАТЕ ТРУДА

Зинкевич Юлия Эдуардовна

студентка Полесского государственного университета

научный руководитель: Данилкова Светлана Анатольевна

кандидат экономических наук, доцент, DipIPFM

Полесского государственного университета

Республика Беларусь социально-ориентированное государство, целью которого является защита прав граждан. В связи с этим контроль расчётов с персоналом по оплате труда является актуальной темой на сегодняшний день.

Процесс оплаты труда является наиболее трудоемким в бухгалтерском учёте, так как сопровождается множеством операций, которые достаточно разнообразны. Перед бухгалтером стоит задача не только корректно отразить расчёты с персоналом, но и правильно рассчитать сумму к выплате, а также верно и своевременно произвести удержания из неё. В связи со значимостью данного участка бухгалтерского учёта, трудно переоценить необходимость проведения контрольных мероприятий по расчётам с персоналом по оплате труда.

В Республике Беларусь в структуре доходов граждан наибольший удельный вес занимает оплата труда о чем свидетельствуют статистические данные за январь-август 2018, представленные на рисунке.

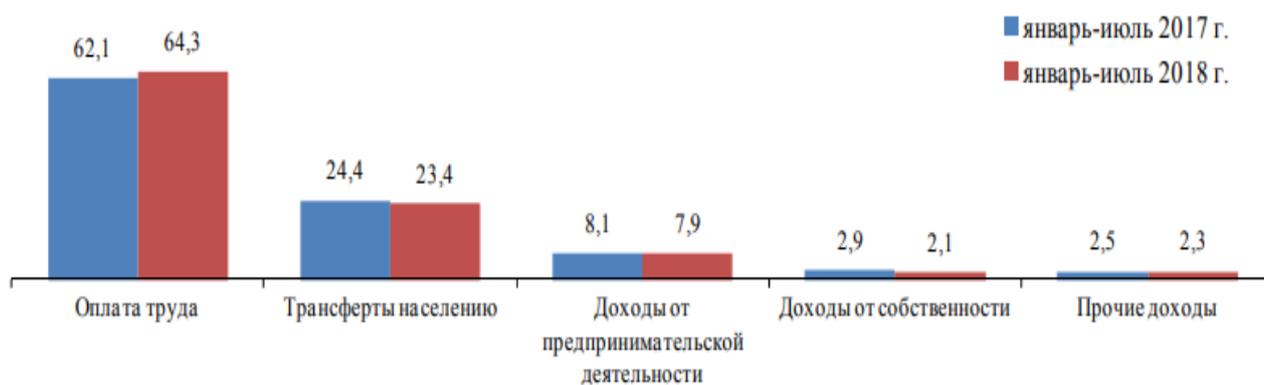


Рис. 1. Структура денежных доходов населения [1]

Вышеуказанные данные свидетельствует о том, что наибольший удельный вес занимает оплата труда, которая в общей сумме денежных доходов населения в январе-июле 2018 г. составила 64,3% против 62,1% в январе-июле 2017 г.

Контроль за состоянием расчетов с персоналом по оплате труде осу-

ществляют различные субъекты, которые выполняют возложенные на них функции (таблица 1).

Таблица 1

Внешние и внутренние органы, контролирующие расчёты по социальному страхованию и обеспечению

Субъекты контроля		Функции
Внешние	Департаментом государственной инспекции труда	Проверка кадровых документов;
		Проверка безопасности выполняемых работ;
	Комитет по труду, занятости и социальной защите	Проверка Коллективного договора, Положения по оплате труда, контрактов и договоров с работниками;
		Проверка правильности начисления пособий ;
		Проверка соблюдения сроков отчислений в ФСЗН;
		Проверка организации учёта, выдачи пособий;
Внутренние	Руководитель	Контроль за соблюдением законодательства;
		Контроль за своевременностью предоставления отчётов в ФСЗН;
		Проверка сумм задолженности перед ФСЗН;
	Бухгалтер	Контроль за своевременностью выплаты пособий;
		Контроль за соблюдением сроков предоставления отчётов в ФСЗН;
		Проверка обоснованности начисления пособия;
		Контроль за правильностью отражения в бухгалтерском учете операций по расчётам с ФСЗН;
	Экономист	Контроль за динамикой средней заработной платы;
		Контроль за эффективным использованием средств на оплату труда;
	Работник	Проверка оснований для начисления пособия;
		Контроль за правильностью расчёта среднедневного заработка;
		Контроль за своевременностью выплат

Таким образом, контроль расчётов с персоналом по оплате труда, с одной стороны, защищает интересы руководителя и работника, так как способствует своевременному выявлению рисков, разработке рекомендаций для устранения выявленных нарушений, с другой стороны, способствует своевременному исполнению государственного бюджета.

Независимо от того, каким субъектом осуществляется контроль, следует уделить внимание не только проверке правильности расчётов с персоналом по оплате труда, но и оформлению рабочих документов проверяющего.

На начальной стадии контрольных мероприятий по расчётам с персоналом по оплате труда необходимо изучить кадровую политику, а также опреде-

лить какая форма оплаты и стимулирования труда используется на предприятии, уделяется ли должное внимание подготовке, переподготовке и повышению квалификации кадров [3].

Отношения между работодателем и работниками регулируются документами, применяемыми в организации. Поэтому контроль необходимо начать с проверки наличия и правильности оформления приказов о приеме на работу, трудовых договоров и приказов на увольнение. Следует проверить, все ли вопросы трудовых взаимоотношений оговорены в трудовом договоре. Кроме этого, в вышеуказанных документах следует оценить полноту заполнения реквизитов, а также уделить внимание своевременности их составления.

На следующем этапе проверки необходимо установить, правильно ли начисляется заработная плата, соблюдаются ли требования законодательства. Источником информации здесь выступает первичная документация. Затем, путём проведения сверки данных во взаимосвязанных документах, следует установить достоверность данных. В ходе проверки целесообразно выяснить, начисляется ли заработная плата ниже установленной минимальной заработной платы и если да, то производится ли доплата до соответствующего размера. Кроме того, автор предлагает выборочно провести пересчёт правильности определения среднего заработка, пособий по нетрудоспособности и т.д.

Должное внимание автор рекомендует уделить правомерности применяемых выплат стимулирующего и компенсационного характера. Так, в ходе проверки следует установить наличие в организации приказов о премировании и обоснований для выплаты премий.

Важным направлением контроля расчётов по оплате труда является проверка правильности определения объекта налогообложения, законности и своевременности удержаний из заработной платы. Необходимо выяснить, в полном ли объеме производятся удержания из заработной платы и установить их обоснованность путём проверки наличия решений суда либо заявлений работников. Далее автор рекомендует установить законность и обоснованность применения налоговых вычетов при исчислении сумм подоходного налога.

Исходя из вышесказанного, следует, что качество и устойчивость деятельности предприятия непрерывно связаны с контрольной деятельностью, в том числе в области оплаты труда. Главную роль в системе контроля играет внутренний контроль. В зависимости от того, как выполняет свои обязанности персонал, какими знаниями и навыками обладает, будет зависеть качество работы и ответственность перед контролирующими органами.

Список литературы:

1. О средней заработной плате / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/socialnaya-sfera/trud/operativnaya-informatsiya_8/
2. Бошко В.И. Контроль и ревизия: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Экономическая безопасность», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» и «Финансы и кредит» / В.И. Бобошко. – М.: Юнити-дана, 2016.
3. Данилкова С.А. Аудит: учеб. пособие / С.А. Данилкова. – Минск: Новое знание, 2016.

ИННОВАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ В РОССИИ

Зуева Христина Алексеевна

магистрант Поволжского государственного технологического университета

научный руководитель: Родионова Елена Витальевна

кандидат экономических наук, доцент

Поволжского государственного технологического университета

В современных экономических условиях именно инновационная деятельность российских компаний может стать драйвером экономического развития и экономического роста нашей страны [1]. Оценим динамику инновационной активности предприятий за последние годы.

Для достижения целей исследования используем абсолютные и относительные показатели:

- уровень инновационной активности,
- затраты на инновации (технологические, организационные, маркетинговые),
- структура затрат на технологические инновации,
- объем инновационной продукции и его структура,

– объем экспорта инновационной продукции [2].

Под уровнем инновационной активности понимают удельный вес организаций, осуществлявших инновации, в общем числе обследованных организаций.

В 2016 г. совокупный уровень инновационной активности крупных и средних организаций составил 8,4% (рис. 1). Значение показателя по сравнению с 2010 г. снизилось на 1,1 п.п. На протяжении рассматриваемого периода наблюдается сокращение значения показателя, причем в последние два года это сокращение ускорилось. Аналогичная тенденция характерна и для организаций, осуществлявших технологические инновации. В 2016 г. по сравнению с предыдущим наблюдается снижение инновационной активности у организаций, занимающихся маркетинговыми и организационными инновациями.



Рис. 1. Уровень инновационной активности крупных и средних организаций, %

Объем затрат на инновации (технологические, маркетинговые и организационные) крупных и средних организаций в 2016 г. составил 1298,4 млрд. рублей (рис. 2).



Рис. 2. Динамика объема затрат на инновации крупных и средних организаций, млрд. руб.

С 2010 по 2016 гг. наблюдается небольшая положительная тенденция в динамике затрат на инновации в сопоставимых ценах. Наиболее высокий уровень затрат наблюдается в 2014 г., а наибольшее сокращение произошло в 2015 г.

Собственные средства организаций занимают первое место среди источников финансирования затрат на технологические инновации в крупных и средних компаниях в 2016 г. (табл. 1).

Таблица 1

Структура затрат на технологические инновации крупных и средних организаций по источникам финансирования в 2010-2016 г.г., %

Структура затрат по источникам финансирования	Год	
	2010	2016
бюджеты субъектов РФ и местные бюджеты	0,4	0,2
фонды поддержки научной, научно-технической и инновационной деят-ти	0,03	0,4
иностранные инвестиции	2,4	0,8
прочие источники финансирования	22,7	17,4
средства федерального бюджета	4,3	30,3
собственные средства организаций	70,2	50,6

Однако за период 2010-2016 гг. структура затрат на технологические инновации по источникам финансирования претерпела изменения. Произошло сокращение на 19,6 п.п. доли собственных средств организаций. Доля средств федерального бюджета, напротив, увеличилась на 26,3 п.п. С 2,4 до 0,8% умень-

шилась доля иностранных инвестиций.

Структура затрат на технологические инновации по видам инновационной деятельности также претерпела изменения в рассматриваемый период (табл. 2).

Таблица 2

Структура затрат на технологические инновации крупных и средних организаций по видам деятельности в 2010-2016 г.г., %

Структура затрат по видам деятельности	Год	
	2010	2016
маркетинговые исследования	0,5	0,1
обучение и подготовка персонала	0,2	0,2
приобретение программных средств	2,5	1,2
приобретение новых технологий	1,4	1,3
дизайн	6,9	1,4
инжиниринг	6,9	7,6
прочие	6,8	8,3
приобретение машин и оборудования	54	36,3
исследования и разработки	20,8	43,7

В 2016 г. происходит значительное увеличение доли расходов на выполнение исследований и разработок на 22,9 п.п. Доля расходов на приобретение машин и оборудования снизилась на 17,7 п.п. Доля затрат на производственное проектирование и прочие расходы увеличилась. Доля расходов на такие виды деятельности, как приобретение программных средств, приобретение новых технологий, обучение и переподготовку персонала, маркетинговые исследования остается незначительной и суммарно составляет 2,8% в 2016 году, сократившись на 1,8 п.п. по сравнению с 2010 годом.

Объем произведенной инновационной продукции, выполненных работ, оказанных услуг можно назвать результатом инновационной деятельности. В 2016 г. объем инновационных товаров (работ, услуг) составил 4364,3 млрд. рублей. На протяжении исследуемого периода наблюдается рост показателя в действующих ценах, однако в сопоставимых ценах картина другая. В 2014-2015 гг. происходит снижение, в 2016 г. удается переломить тенденцию к снижению.

Удельный вес инновационной продукции организаций, осуществлявших технологические, организационные и маркетинговые инновации, составил в 2016 г. 8,5% в общем объеме отгруженной продукции, выполненных работ,

услуг. В 2014-2015 гг. значение показателя, аналогично объему инновационной продукции в сопоставимых ценах, снижалось. Изменение тенденции в 2016 г. в положительную сторону не помогло достичь уровня 2013 г. в 9,2% (табл. 3).

Таблица 3

**Динамика объема инновационных товаров (работ, услуг)
крупных и средних организаций**

Год	Объем отгруженных инновационных товаров, работ, услуг в действующих ценах, млрд. руб.	Объем отгруженных инновационных товаров, работ, услуг в постоянных ценах 2005 г. млрд. руб.	Удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг, %
2010	1243,7	681,9	4,8
2012	2872,9	1186,2	8,0
2013	3507,9	1384,6	9,2
2014	3579,9	1324,4	8,7
2015	3843,4	1223,6	8,4
2016	4364,3	1360,9	8,5

Объем экспорта инновационных товаров (работ, услуг) в 2016 г. составил 918,5 млрд. рублей или 8,7% от общего объема экспорта товаров (работ, услуг) (табл. 4).

Таблица 4

**Динамика объема экспорта инновационных товаров (работ, услуг)
крупных и средних организаций**

Год	Объем экспорта инновационных товаров, работ, услуг в действующих ценах, млрд. руб.	Объем экспорта инновационных товаров, работ, услуг в постоянных ценах 2005 г. млрд. руб.	Удельный вес экспорта инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме экспорта товаров, выполненных работ, услуг, %
2010	233,5	128,0	4,6
2012	875,4	361,5	12,6
2013	1036,8	409,2	14,1
2014	1009,5	373,5	11,9
2015	906,0	288,4	9,4
2016	918,5	286,4	8,7

Начиная с 2013 г. происходит снижение объема экспорта инновационной продукции на 118,3 млрд. рублей. Удельный вес экспорта по организациям в целом сокращается на 0,7 п.п. по сравнению с 2015 г., а по сравнению с 2013 г. это значение по организациям, осуществлявшим технологические, организационные, маркетинговые инновации, сократилось на 5,4 п.п.

По проделанному анализу, можно сделать следующие выводы:

- уровень инновационной активности с 2010 по 2016 гг. сократился;
- происходит увеличение затрат на инновационную деятельность;
- в структуре затрат большую долю занимают собственные средства организаций (больше 50% в 2016 г.);
- на приобретение машин и оборудование и на проведение разработок и исследований приходится большая доля затрат на технологические инновации;
- происходит снижение доли инновационной продукции с 2013 года;
- объем экспорта инновационной продукции также уменьшается.

Список литературы:

1. Родионова Е.В. Развитие инновационной деятельности в России // Социальная сфера, экономика и управление: вопросы теории и практики сборник статей. Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2017. С. 4-9.
2. Статистика науки и образования. Выпуск 4. Инновационная деятельность Российской Федерации. Инф.-стат. мат. М.: ФГБНУ НИИ РИНКЦЭ, 2017.

РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА СИСТЕМЫ ПОДДЕРЖКИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ ПРИ КРЕДИТОВАНИИ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ

Иванов Артем Алексеевич

студент Кузбасского государственного университета имени Т.Ф.Горбачева

научный руководитель: Рейзенбук Кристина Эдуардовна

старший преподаватель

Кузбасского государственного университета имени Т.Ф. Горбачева

В век информационных технологий человеку доступно огромное количество информации по всем аспектам его жизни – естественным, хозяйственным, экономическим и т.д. Существуют множество систем, которые помогают и значительно упрощают жизнь специалистам в этих сферах, так как то количество данных, которые современный человек получает каждый день, тяжело обрабатывать, сохранять и, тем более, использовать в различных ситуациях. Человек при принятии решения по определенной задаче пользуется не только своим опытом, но предоставленной информацией по данной проблеме. Но иногда данных может быть много для специалиста, и он не в состоянии сформировать

из них картину происходящего, так как человеческий мозг просто не в состоянии справляться с таким потоком информации. И для подобного случая были разработаны системы поддержки принятия решений [1].

Система поддержки принятия решений (СППР) – это интерактивная компьютерная система, обеспечивающая пользователю доступ к моделям и данным для решения слабоструктурированных и неструктурированных задач [2]. Такие системы позволяют агрегировать большое количество данных и, пользуясь ими, принимать решение по поставленной задаче, с которой пользователь в обычных условиях либо не справился бы полностью, либо затратил на ее решение неприемлемое количество времени. За основу методики принятия решений при кредитовании физических лиц берется кредитный скоринг.

Кредитный скоринг [3] – это один из наиболее важных инструментов, используемых финансовыми институтами для минимизации рисков. Банкиры и заемщики обращаются к кредитному скорингу в случаях, когда необходимо определить риски и убедиться в возможности получения максимальной прибыли [2]. Используя определенные правила, кредитные организации могут автоматизировать процесс скоринга с помощью системы поддержки принятия решений.

Представленная ниже система поддержки принятия решений разрабатывается для вынесения решения по кредитной заявке при кредитовании физических лиц. СППР, получая кредитную заявку, собирает определенную информацию по клиенту и, пользуясь внутренними правилами, предлагает решение – выдавать кредит или нет.

Сама СППР включает в себя несколько основных составляющих: программный комплекс; база данных; база знаний и правил.

Программный комплекс включает в себя алгоритмы работы с внутренними и внешними источниками данных, алгоритмы скоринга и алгоритмы принятия решений. В базе данных сохраняется вся информация по проверенным заявкам для будущего анализа и отчетности. База знаний и правил включает в себя все скоринговые правила и модели принятий решений.

Разработанная для системы поддержки принятия решений структура блоков имеет следующий вид: блок скоринга; блок сбора информации из внешних источников; блоки анализа данных; блок принятия решений; блок отчетности; блок принятия окончательного решения.

В основу алгоритмического обеспечения работы СППР были положены следующие методы:

- информационный поиск – это процесс поиска слабоструктурированной или неструктурированной информации, которая удовлетворяет потребностям запроса;
- интеллектуальный анализ данных (Data Mining) – это метод обнаружения ранее неизвестных, но полезных знаний в слабоструктурированных или неструктурированных данных;
- имитационное моделирование – этот метод позволяет тестировать разные модели знаний для нахождения оптимальной.

Реляционная база данных, на основе которой функционирует СППР, состоит из следующих таблиц и справочников:

- Таблица заявок в СППР.
- Таблица проверок по стоп-правилам.
- Таблица скоринговых проверок.
- Таблица запросов и ответов во внешние источники.
- Справочник «Внешние источники».
- Справочник «Стоп-правила».
- Справочник «Версии модели скоринга».
- Справочник «Код ошибки запросы».

Для программного обеспечения системы поддержки принятия решений при кредитовании физических лиц разработаны следующие интерфейсы и классы:

- ISenderMessage – это интерфейс, который отвечает за отправку запроса во внешние источники;

- IGetterMessage – это интерфейс, который отвечает за получение ответа от внешних источников по отправленному запросу и принятие решения;
- IScoringBlock – это интерфейс, который отвечает за блок скоринга;
- IAnalysisBlock – это интерфейс, который отвечает за блок анализа данных;
- StarterClass – это начальный класс для назначения новых параметров заявки и сбора первоначальной информации;
- StopLists – это класс, который включает в себя внутренние стоп-правила (основные правила проверки клиента при кредитовании);
- UFMS – Управление Федеральной миграционной службы: UFMSSenderMessage; UFMSGetterMessage;
- Register of bankrupts – Единый Федеральный реестр сведений о банкротстве: BankruptsSenderMessage; BankruptsGetterMessage;
- RusMonitoring – Федеральная служба по финансовому мониторингу: UFMSSenderMessage; UFMSGetterMessage;
- FISS – Федеральная служба судебных приставов: UFMSSenderMessage; UFMSGetterMessage;
- Form Scoring – анкетный скоринг: FormScoringBlock; FormScoringAnalysis;
- Communication operators – операторы связи: UFMSSenderMessage; UFMSGetterMessage;
- NBKI – бюро кредитных историй: NBKISarter; UFMSSenderMessage; UFMSGetterMessage; NBKIAalysis;
- Scoring – скоринг: ScoringBlock; ScoringAnalysis;
- Identification – упрощенная идентификация через ГосУслуги: IdentificationStarter; UFMSSenderMessage; UFMSGetterMessage;
- CreditDecisionClass – класс принятия окончательного решения по кредитной заявке.

Разрабатываемая система поддержки принятия решений при кредито-

нии физических лиц может автоматически обрабатывать большой поток кредитных заявок в реальном времени и принимать по ним решение в течение нескольких минут. Используя статистику по предыдущим заявкам, оператор может корректировать работу системы, изменяя модель принятия решений и повышая эффективность ее работы.

Список литературы:

1. Раевская Е.А. Программный инструментарий поддержки принятия решений на основе методов системного анализа / Е.А. Раевская, А.Г. Пимонов // Вестник Кузбасского государственного технического университета. – 2013. – №5. – С. 154-159.
2. Кравченко Т.К. Система поддержки принятия решений «ELECTRE» / Т.К. Кравченко. – Москва: Издательский дом Университета «Синергия», 2017.
3. Тикота И. Руководство по кредитному скорингу / И. Тикота, Э. Мейс, Д. Вороненко. – Москва: Гревцов Паблицер, 2016.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ ПРОДУКТАМИ ПИТАНИЯ НА РЫНКЕ РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ Г.БЕРЕЗНИКИ ПЕРМСКОГО КРАЯ)

Исмаилова Виктория Суддаровна

студентка Березниковского техникума профессиональных технологий

научный руководитель: Богова Елена Михайловна

мастер производственного обучения

Березниковского техникума профессиональных технологий

На сегодняшний день практически каждый среднестатистический житель Российской Федерации хотя бы раз что-то покупал в Интернете. Данный метод покупок достаточно прост, доступен и экономит массу времени, а кроме того предоставляет неограниченный выбор и ассортимент товаров и продуктов от предметов одежды до бытовой химии.

Доля продаж продуктов питания значительно ниже доли продаж непродовольственных товаров в силу ряда причин. Во-первых, данный сервис недостаточно развит, к примеру, в городе Березники Пермского края фактически только одна торговая сеть предоставляет данный вид услуг – ООО «Семья»; а во-вторых, качество такой услуги, как покупка продуктов питания по Интернету в отдаленных от центральных районов Российской Федерации, оставляет желать лучшего.

В то же время анализ объёмов продаж продуктов питания по Интернету других стран показывает, что такая торговля наращивает обороты и имеет все шансы стать такой же востребованной, как и самостоятельные походы покупателей в магазины и супермаркеты.

В результате распространения данной схемы торговли на западе, российские крупные торговые сети и даже производители. Настроили онлайн-сервис такие традиционные торговые сети, как «Ашан», «Перекрёсток», «О`кей» [5]. Если у торговой сети нет своего Интернет-сервиса, то они активно подключают предприятия доставки. Производители стремятся доставить свою продукцию до конечного потребителя без посредников, поэтому открывают Интернет-магазины такие крупные производители, как «Мираторг», «Коркунов» и другие [3, с. 176].

Поскольку на территории Пермского края и в частности г.Березники располагаются преимущественно такие крупные торговые сети, как «Магнит» (АО «Тандер»), ООО «Пятёрочка», «Семья», то анализ Интернет-торговли продуктами питания данных предприятий показал, что все три крупные торговые сети готовы выполнить данную функцию. Особенностью указанных предприятий является то, что «Магнит» (АО «Тандер») и ООО «Пятёрочка» являются федеральными сетями и их представительства находятся не в Пермском крае, в то время, как ООО «Семья» - Пермская торговая компания, работающая на рынке региона уже достаточно долгое время.

Сервис ООО «Пятёрочки» Интернет-торговли продуктами питания доступнее исключительно на территории г. Москвы, о чём ненавязчиво сообщает сайт компании (рис. 1).

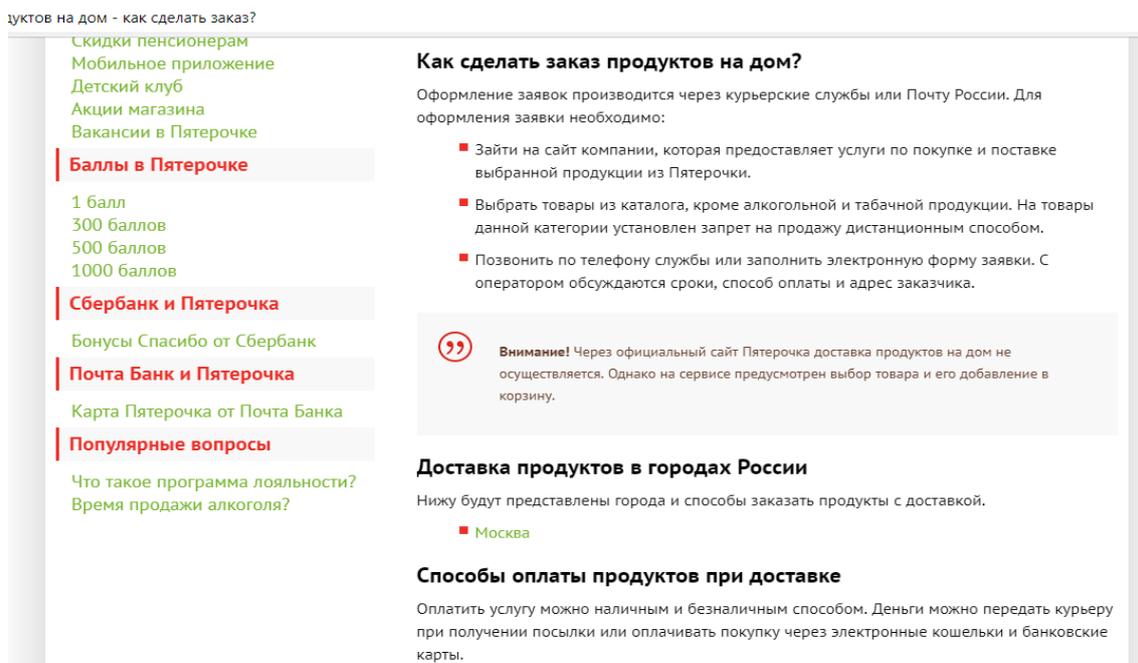
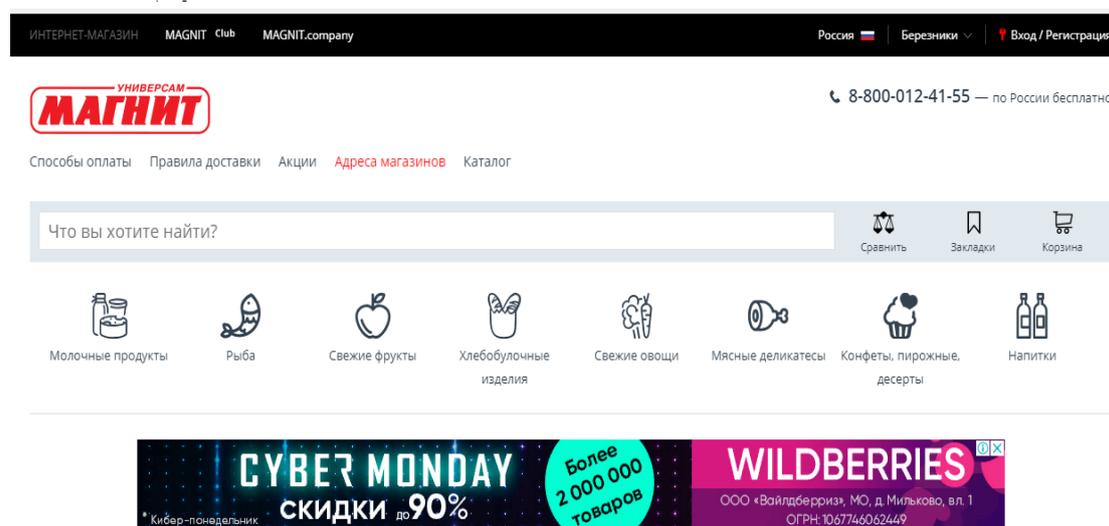


Рис. 1. Условия продажи продуктов питания в сети магазинов ООО «Пятерочка»

Таким образом, данной услугой на территории Пермского края и г. Березники воспользоваться не представляется возможным.

Торговая сеть «Магнит» (АО «Тандер») более лояльна к своим клиентам и предоставляет услугу покупки продуктов по Интернету, обговаривая, что стоимость покупки должна быть от 2000 руб., чтобы доставка осуществлялась бесплатно (рис. 2).



Доставка из Magnit

Если Вас интересует доставка заказа на дом из магазина Магнит, то магазин готов её осуществить! Условия доставки зависят от адреса, который Вы укажете при оформлении заказа. Заказ может быть доставлен как лично курьером, так и отправлен Почтой России, после чего Вы самостоятельно сможете забрать его в ближайшем почтовом отделении.

Стоимость доставки заказа курьером — 250 рублей, Почтой России — 200 рублей. Если сумма заказа превышает 2000 рублей, то доставка обойдется Вам совершенно бесплатно. Сроки доставки можно всегда уточнить у оператора Magnit по телефону 8-800-012-41-55.

Рис. 2. Условия продажи продуктов питания в сети магазинов «Магнит» (АО «Тандер»)

Кроме того «Магнит» использует услуги «Почты России» для доставки своих товаров в отдаленные районы и территории.

Самой перспективной для развития этого вида продажи товаров является местная торговая сеть ООО «Семья», у которой налажены необходимые логистические связи на территории всего Пермского края, а сам сервис сайта предприятия очень эффективно настроен на такие продажи (рис. 3 и рис. 4).

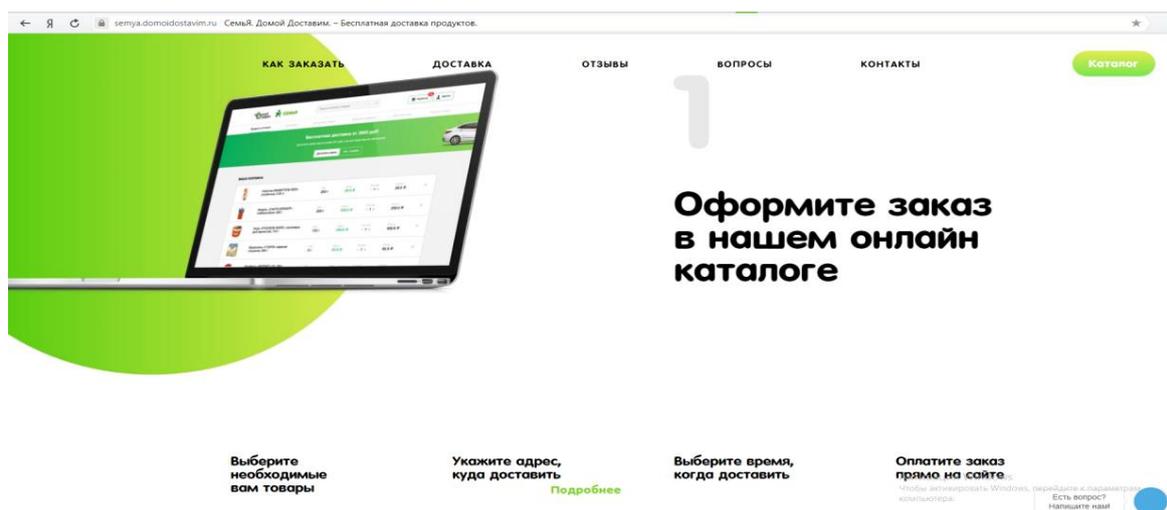


Рис. 3. Основное меню сайта ООО «Семья», предоставляющее услуги Интернет-продажи продуктов питания

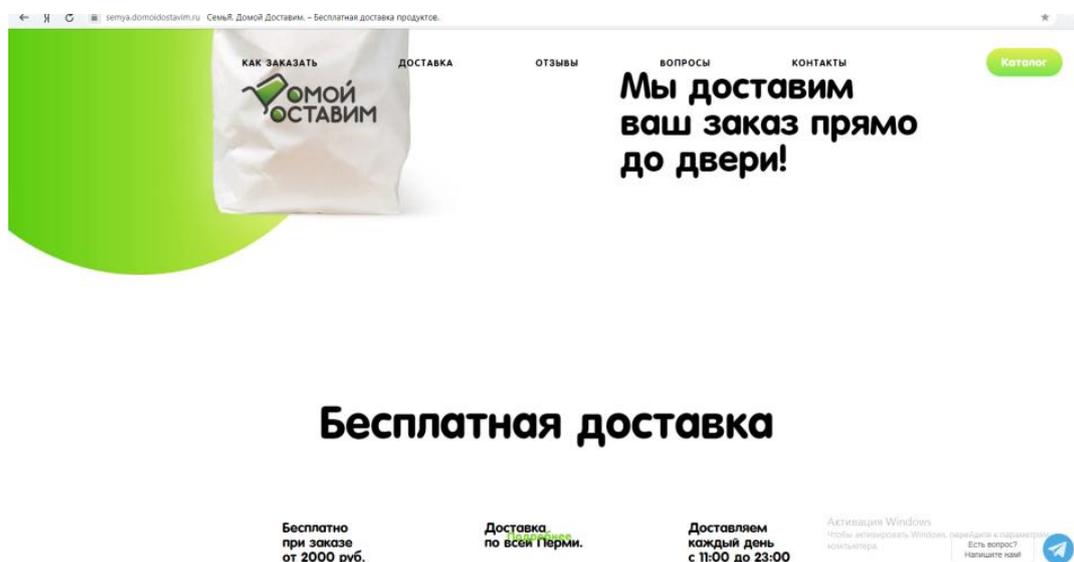


Рис. 4. Условия покупки продуктов питания по Интернету в магазинах торговой сети ООО «Семья»

Первые покупки в Интернет-магазине, как правило, осуществляют женщины, приобретая такие необходимые товары, как питьевая вода, бытовая химия из разряда тех, что продаётся в крупных продуктовых супермаркетах, а также консервы, крупы, сахар, соль. По данным заказов онлайн-сетей чаще всего в

Интернет-магазинах покупают овощи (картофель, морковь), а так же фрукты (яблоки, бананы, апельсины и прочее) [1, с. 498]. В целом, чтобы понять перспективы развития Интернет-направления торговли продуктами питания в России и на рынке Пермского края, нужно рассмотреть преимущества и недостатки интернет-торговли продуктами питания.

К преимуществам относится:

- не нужно таскать сумки с продуктами из магазина до транспортного средства и из транспортного средства – домой;

- направление продажи продуктов по интернету активно развивается, подобная услуга есть в сети магазинов «Магнит», «Пятёрочка»;

- услуга такой покупки экономит время людей, а наличие подобной услуги в нескольких торговых сетях позволяет выбрать подходящий по ассортименту и цене магазин;

- упрощается процесс покупок: если сформировать одну корзину постоянных товаров, то можно заказывать этот набор путём нажатия одной клавиши на экране смартфона или клавиатуре компьютера;

- скорость доставки варьируется от нескольких часов и более, но в больших городах так получается быстрее, чем идти в магазин самому;

- перечень товаров в онлайн-каталоге представлен развёрнуто, покупатель имеет возможность ознакомиться с составом, производителем, а так же найти товары, мимо которых он прошёл бы в обычном супермаркете [4, с. 94].

К недостаткам относится:

- привычка покупателя к самостоятельному осмотру продуктов питания, а так же в целом привычка покупать продукты лично в магазине;

- время доставки товаров сложно согласовать максимально корректно;

- нельзя заказать все необходимые продукты в одном магазине, насколько бы широким не был ассортимент, но индивидуальные предпочтения покупателя могут не совпадать с товарной политикой торговой сети;

- чтобы вернуть неподходящие продукты, придётся ехать в магазин самостоятельно;

- отставание в развитии и внедрении новшеств в России, а так же новая волна экономического кризиса не позволяет внедрять Интернет-торговлю продуктами питания повсеместно;

- при покупке продуктов питания по Интернет-каталогу предусматривается определенная сумма, с учётом которой доставка производится бесплатно. В случае небольшого заказа, доставку продуктов до дома нужно будет оплачивать дополнительно.

Таким образом, анализ Интернет-торговли продуктами питания данных предприятий показал, что существуют объективные возможности для дальнейшего развития данной сферы экономики в крае. Однако несмотря на достаточно активное развитие розничной торговли нельзя не оставить без внимания следующие проблемы развития данного направления:

- необходимость финансовых вливаний на начальной стадии для внедрения Интернет-базы и осуществления логистического сервиса;

- низкий уровень покупательской способности населения края;

- устоявшаяся конкуренция на рынке среди крупных игроков показывает, что в случае появления нового, ему будет сложно развивать это направление;

- необходимость создания единой системы информационного обеспечения в сфере потребительского рынка и логистического сервиса.

Список литературы:

1. Борбодоев М.М., Бабаева А.Д. Потребительский рынок территории: новый путь развития // Молодой ученый. - 2016. - №9. - С. 496-499.
2. Прохорова М.В. Организация работы интернет-магазина / М. В. Прохорова, А. Л. Коданина. - М.: Дашков и К°, 2014.
3. Севостьянов И. 999 способов увеличения ваших продаж. В Интернете и не только / И. Севостьянов. - М.: Питер, 2015.
4. Управление продажами: учебник // под общ. ред. проф. С.В. Земляк - М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2017.
5. J'son& Partners: Атлас интернет-торговли: прогноз сегментов в 2015- 2018 гг. [Электронный ресурс] – Режим доступа: json.tv/ict_telecom_analytics_view/atlas-intemet-toigovli-prognoz-segmentov-v-20152018-gg-20150519103348

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ

Каменева Татьяна Анатольевна

студентка Пермского филиала РАНХиГС

научный руководитель: Киселева Лариса Георгиевна

кандидат фармацевтических наук, доцент Пермского филиала РАНХиГС

Сохранение и преумножение прибыли предприятия невозможно без грамотного управления. В комплексе функций торговой компании одно из ведущих мест занимает управление процессом обслуживания покупателей в магазине. Грамотное торговое обслуживание позволяет увеличивать приток покупателей, а, следовательно, и объём продаж, также умение общаться с клиентами создаёт благоприятный климат в организации. Всё это способствует развитию предприятия и повышению эффективности его деятельности. Именно этим определяется актуальность данной темы.

В соответствии с ГОСТом «Торговля. Термины и определения» торговое обслуживание – это деятельность продавца при непосредственном взаимодействии с покупателем, направленная на удовлетворение потребностей покупателя в процессе приобретения товара и/или услуги [1]. Высокая значимость грамотного торгового обслуживания определяется, прежде всего, эффективным обслуживанием клиентов, что является одним из действенных форм участия торгового предприятия в конкуренции на потребительском рынке, формировании его конкурентного преимущества. В каждой розничной компании оно должно быть организовано так, чтобы покупатель мог приобрести все необходимые ему товары с наибольшими удобствами.

Цель статьи - выявить возможные пути совершенствования торгового обслуживания покупателей.

Торговое обслуживание покупателя определяется выполнением основной функцией предприятия – продажей товара. Продажа товара – это завершающая стадия торгово-технологического процесса в магазине. Действия, выполняемые на данном этапе, являются наиболее важными и ответственными, поскольку они связаны с непосредственным взаимодействием с покупателями.

Процесс обслуживания клиентов представляет собой сложную совокуп-

ность решений, вырабатываемых менеджерами с учетом конкурентной позиции магазина на потребительском рынке, стадии его жизненного цикла, имеющегося потенциала трудовых, материальных и финансовых ресурсов. Данные управленческие решения являются одним из основных механизмов освоения магазинами избранной рыночной ниши. Также торговое обслуживание влияет на финансовое состояние предприятия. Эффективность этого управления прямо влияет на объем товарооборота, сумму доходов и прибыли, торгового обеспечения предстоящего развития предприятия. Высокий уровень обслуживания покупателей и позитивный имидж магазина в этой области на потребительском рынке повышают его рыночную стоимость.

В магазинах должны быть созданы комфортные условия для клиентов во время покупки товаров, которые способствуют сокращению времени поиска необходимой продукции. Продавцы - консультанты должны информировать покупателей об имеющихся товарах, а сами товары необходимо располагать таким образом, чтобы клиенту было удобно и легко выбрать то, в чём он нуждается [2].

Необходимо отметить, что на качество торгового обслуживания влияют операции с товарами до предложения их покупателям. К таким операциям можно отнести:

1. Разгрузку транспортных средств с товаром.
2. Приём товара.
3. Хранение.
4. Доставку товара в торговые залы.
5. Подготовку товаров к продаже.

Важно уделять особое внимание операциям непосредственного обслуживания клиентов, к которым относится:

1. Встреча клиента.
2. Установление контакта.
3. Предложение товара и отбор необходимого товара покупателем.
4. Расчёт за приобретённый товар.

Качество торгового обслуживания в значительной степени повышают услуги. К ним можно отнести: быструю доставку, установку изделия, провести инструктаж покупателя по правилам эксплуатации, продажу дополнительного и вспомогательного оборудования и устройств, удобную систему расчётов, например в кредит или рассрочку, гарантийное обслуживание и так далее.

Зарубежные исследования показывают, что набор услуг и их качество значительно выше, например, в таких странах как Япония по сравнению с европейскими странами. Так, в японской розничной торговле более продолжительные часы работы, широко используется оригинальная упаковка и декоративное оформление покупки, осуществляется бесплатная доставка и прочее. Эти и другие приёмы торгового обслуживания с успехом можно было бы использовать и в российской розничной торговле [3].

Создание благоприятных отношений с клиентами для розничного предприятия является одной из главных стратегических целей. Хорошо оказанная услуга рождает спрос на товар. В розничной торговле применяют методы продажи товаров как самообслуживание, индивидуальное обслуживание покупателей, продажа по образцам, с открытой выкладкой, по предварительным заказам. Современными методами торговли выступает также продажа товаров через Интернет, телемаркетинг, многоуровневый маркетинг, вендинг. Успешный контакт с продавцами может создать хорошее впечатление у покупателей, поскольку посетители магазина зачастую строят свои отношения с торговым персоналом, чем с фирмой. Способность продавца убедить клиента в покупке товара зависит во многом от того, насколько опытным и знающим своё дело он кажется покупателю. Именно доверие покупателя к продавцу имеет ключевое значение для совершения сделки, исходя из этого необходимо уделять должное внимание профессиональному обучению персонала и повышению уровня психологической подготовки.

Для эффективного обслуживания клиентов в первую очередь персонал должен обладать следующими знаниями и умениями:

1. Знание фирмы, в которой он работает.

2. Знание товара, его состав и производителя.
3. Умение показать товар.
4. Умение рассказать о его преимуществах [4].

Расширение видов услуг розничной торговли и их объема способствует более полному удовлетворению спроса и сокращению издержек потребления населения, увеличению его свободного времени. Услуги являются одним из факторов повышения эффективности розничной торговли. Они влияют на ускорение продажи товаров и выступают источником дополнительных доходов торговых предприятий. Социальная значимость услуг розничной торговли проявляется в воспитательном воздействии на потребителей при формировании их запросов и вкусов. Рационально организованный торгово-технологический процесс предполагает внедрение и расширение прогрессивных методов продажи товаров - самообслуживание; продажа товаров по образцам; по предварительным заказам покупателей, обеспечивающих наилучшие условия выбора товаров, их приобретения, экономию времени покупателей; соответствие торгово-технологического процесса научно-техническому уровню, использование передовой техники, прогрессивных трудовых процессов; соблюдение действующих правил торговли.

Таким образом, грамотное торговое обслуживание клиентов играет значительную роль в развитии предприятия. Прежде всего торговые предприятия ориентированы на потребителей, так как именно за счёт них формируется прибыль компании, её финансовое благосостояние. Исходя из этого, необходимо постоянно совершенствовать обслуживание, налаживать взаимоотношения с покупателями и привлекать новых клиентов.

Список литературы:

1. ГОСТ Р 51303-2013 Торговля. Термины и определения//СПС «Консультант Плюс»
2. Романеева Е.В., Туманова Д.И, Экономика и управление: новые вызовы и перспективы// Современные тенденции совершенствования качества обслуживания потребителей. – 2015
3. Роль и развитие сервиса в розничной торговле России и зарубежных стран. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://works.doklad.ru>

4. Саталкина Н.И, Герасимов Б.И, Экономика торговли/учебное пособие [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://docviewer.yandex.ru/view/>

САМООПРЕДЕЛЕНИЕ ЛИЧНОСТИ В УСЛОВИЯХ ИЗМЕНЕНИЯ БИЗНЕС-СРЕДЫ

Капустина Анна Андреевна

*студентка Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского
научный руководитель: Донец Любовь Ивановна
кандидат экономических наук, профессор
Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

Изменение внешней среды функционирования предпринимательских структур влечет за собой возникновение необходимости в инициативных специалистах, отличающихся целеустремленностью, обладающих способностью к самореализации. Современные условия ведения бизнеса обуславливают постоянную потребность не только в профессионально грамотных кадрах, но и понимающих, кто они и какой смысл имеет для них трудовая деятельность. Личность, которая определилась как в социальной, так и профессиональной среде, достигает определенных успехов в профессиональной деятельности, а также легче адаптируется и приспосабливается к стратегическим изменениям.

Умение человека направлять свои целевые индивидуально-психологические и профессиональные качества и приспосабливаться к современным условиям социальной среды можно рассматривать как его конкурентное преимущество в бизнес-среде, которое проявляется в профессиональных компетенциях личности, ее способностях, возможностях занять определенную статусно-ролевую позицию в организации, активизировать свое развитие. Если использовать данное утверждение как логическую посылку, то можно сделать следующее умозаключение: процессы изменения в бизнес-среде обуславливают приоритетность самоопределения личности как вектора профессионально-ориентированного развития человека.

Теоретико-методологические основы исследования проблемы самоопределения были заложены в работах А.Н. Леонтьева, С.Л. Рубинштейна, Б.Г.

Ананьева, и др.

Самоопределение личности в контексте изменения бизнес-среды предложено рассматривать как выявление собственной позиции в проблемных ситуациях, которая реализуется в обосновании предпринимательских альтернатив, использовании способов минимизации рисков при принятии хозяйственных и управленческих решений. Отсюда логично предположить, что самоопределение осуществляется через умение человека формировать и развивать себя как личность, наполнять смыслом свои действия и поступки, руководствоваться принципом целеполагания.

В научной литературе используются различные подходы к сущностно-содержательной характеристике понятия «самоопределение». Анализ методической и научной литературы позволил выявить определенные подходы к пониманию сущности исследуемой категории.

С позиций профессионального подхода [3, 5] самоопределение следует рассматривать как условие формирования профессионально важных качеств и компетенций, обеспечивающее социальную адаптацию и профессионализацию. В этом подходе присутствует логика осмысления профессионального развития личности как субъекта трудовой деятельности, когда сам человек ставит цели деятельности, определяет пути их достижения и несет персональную ответственность за последствия ее реализации [4, 7].

В социально-психологическом контексте самоопределение рассматривается как процесс формирования социальной идентичности личности посредством освоения и выполнения индивидом социальных ролей, а также формирования позиций в системе социальных отношений [1, 6].

В рамках процессуального подхода самоопределение рассматривается как поиск человеком своего места в социальной и профессиональной среде, которая ввиду постоянной динамичности бизнес-среды требует относительно оптимального решения, связанного с проблемами самореализации и самоутверждения личности. Согласно данной концепции результатом самоопределения является не только новое качество личности, но и опыт работы над собой, развитие

навыков принятия решения в определенных условиях, т.е. возможность рассмотрения неких параметров самоопределения, которые связаны с особенностями принятия решений.

Среди проблем и кризисных проявлений самоопределения личности в профессиональной деятельности можно выделить то, что основные проблемы в бизнес-среде обусловлены вариативностью ролевых позиций субъектов бизнеса и это затрудняет формирование четкой идентичности.

Кризис самоопределения проявляется в изменении идентичности и особенностях принятия решений. Что касается идентичности, наблюдается сужение социальных категорий и увеличение характеристик, связанных с более знакомыми, понятными общностями, в которых индивид чувствует себя защищенным и востребованным, лучше ориентируется в системе требований, норм и личностных перспектив. При этом могут наблюдаться болезненные жизненные переживания, выражаться депрессивные состояния, проблемы личностного характера (неудовлетворенность собой, пересмотр своих ценностей), неудовлетворенность межличностными отношениями.

Ситуации кризиса связаны со снижением способности оптимального решения проблем, умения отключаться от них, расслабляться, отдыхать от сенсорной перегрузки. В этом смысле затянувшийся кризис выглядит как растянутое во времени решение проблемы, связанной с личным, профессиональным и социальным самоопределением.

Проанализировав подходы к самоопределению личности можно установить, что для успешного развития человека в социальной среде необходимо придерживаться не одному подходу, а синтезу вышеперечисленных подходов. В этой связи самоопределение необходимо рассматривать в двух аспектах: во-первых, моделирования социального самоопределения; во-вторых, принятия решения и разрешения поставленных задач или ситуаций.

В процессе моделирования социального самоопределения происходит выявление соответствия личностных качеств/характеристик требованиям окружающей среды, сопоставление этих качеств с реальными/эталонными значени-

ями, и в дальнейшем соответствующая модернизация собственных качеств и представлений более оптимальным в условиях определенной бизнес-среды.

В процессе принятия решений личность выявляет и утверждает собственную позицию в проблемных ситуациях, которая аналогична процессу решения поставленных задач.

В рамках данного анализа одной из основных функций самоопределения будет подготовка и принятие оптимального решения человеком о своем месте в социальной и профессиональной среде, своем будущем в тех контекстах, в которых развивается проблемная ситуация. При этом содержательным результатом самоопределения является социальная идентичность личности. Применение данного подхода позволило по-новому посмотреть на проблемы профессионализации личности в бизнесе.

Список литературы:

1. Андреева Г.М. Психология социального познания. М.: Аспект Пресс, 2000.
2. Ермолаева Е.П. Психология профессионального маргинала в социально значимых видах труда (статья вторая) // Психологический журнал. 2001. Т. 22. № 5. С. 69-78.
3. Кудрявцев Т.В., Шегунов В.Ю. Психологический анализ динамики профессионального самоопределения личности // Вопросы психологии. 2013. № 2. С. 52-59.
4. Маркова А.К. Психология профессионализма. М.: МФ Знание, 2006.
5. Машарова Т.В., Сырцова Е.Л. Социальное самоопределение учащейся молодежи: возможности и проблемы. Киров: КГУ, 2007.
6. Свенцицкий А.Л. Социальная психология. М., 2004.
7. Шадриков В.Д. Проблемы системогенеза в профессиональной деятельности. М.: Логос, 2007.

ДИНАМИКА ВВП НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ: ОБОСНОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В АНАЛИТИЧЕСКИХ ПРОЦЕДУРАХ

Капцевич Диана Олеговна
студентка Гродненского государственного университета имени Янки Купалы
научный руководитель: Чигрина Анастасия Игоревна
старший преподаватель
Гродненского государственного университета имени Янки Купалы

В современном мире любое государство на любой стадии своего развития

анализирует свою текущую деятельность, а так же социальное, экономическое, политическое состояние, для определения положения данного государства в мире в целом.

Основным показателем, характеризующим деятельность, статус и положение государства в международных отношениях является валовой внутренний продукт. ВВП отражает стоимость конечной продукции, произведенной на территории данной страны за определенный период, независимо от того, находятся факторы производства в собственности граждан данной страны или принадлежат иностранцам [2]. Сравнение абсолютных значений ВВП стран с численностью населения 100 млн. человек и стран с численностью 10 млн. чел. не дает возможности сделать объективные и верные выводы. Поэтому с точки зрения анализа, предлагается использовать такой показатель как – ВВП на душу населения. ВВП на душу населения может быть использован в качестве индикатора уровня жизни, а так же как основной показатель экономической деятельности стран [2]. Для обеспечения сопоставимости все показатели выражаются в единой валюте – доллар США. Динамика ВВП на душу населения стран-участниц СНГ за период 2012-2017 гг., представлена в таблице 1.

Таблица 1

Динамика ВВП на душу населения за период 2012-2017 гг. [3]

Страна	Год											
	2012		2013		2014		2015		2016		2017	
	тыс. \$	тыс. нац. вал										
Азербайджан	7,5	5,9	7,9	6,2	7,9	6,2	5,5	6,2	3,9	5,9	4,1	6,9
Армения	3,5	1410,8	3,7	1507,5	3,9	1602,2	3,5	1678,6	3,5	1697,6	3,9	1857,1
Беларусь	6,9	5,8	7,9	8,3	8,3	8,5	5,8	9,5	5,0	10,0	5,7	12,1
Казахстан	12,4	1847,1	13,9	2113,2	12,8	2294,8	10,6	2330,4	7,7	2639,7	8,8	3259,3
Кыргызстан	1,2	54,4	1,3	61,1	1,3	71,8	1,1	74,4	1,1	75,3	1,2	85,7
Молдова	2,1	24,8	2,2	28,2	2,2	31,5	1,8	34,6	2,0	38,1	2,3	39,7
Россия	15,2	476,0	15,0	509,6	14,1	540,6	9,0	542,1	8,7	568,5	10,7	713,3
Таджикистан	1,0	4,6	1,1	5,0	1,1	5,5	1,0	5,7	0,8	6,3	0,8	7,3
Туркменистан	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Узбекистан	1,7	328,9	1,9	399,6	2,1	474,2	2,1	548,9	2,0	624,4	1,5	555,6

Наибольший показатель ВВП на душу населения наблюдается в Российской Федерации 10,7 тыс. дол. США. В 2017 г. ВВП России– 1,578 трлн. дол.

США, что составляет около 3,1% от общего ВВП Мира. Учитывая, что население РФ около 2% общемирового населения, следовательно ВВП на душу населения России в 2017 г. – 10,7 тыс. дол. США примерно в полтора раза выше среднемирового. Россия занимает 6-е место в мире (после КНР, США, Индии, Японии, Германии) по объему ВВП и 48-е (2016 г. – 47) место в рейтинге МВФ по ВВП на душу населения и 53 (2016 г. 52) место – Всемирный Банк [1]. Из всех стран входящих в состав Содружества Независимых Государств Россия занимает лидирующую позицию по объему ВВП на душу населения. Однако с 2014 г. в России наблюдается тенденция снижения исследуемого показателя, так в 2014 г. он составил – 14,1 тыс. дол. США, снизившись на 1,4 тыс. дол. США или на 10,3% по сравнению с прошлым годом. В 2017 г. ВВП на душу населения составил – 10,7 дол. США, что ниже максимального показателя за изучаемый период (2012 г. – 15,2 тыс. дол. США) на 4,5 тыс. дол. США или на 42,1%.

Если учитывать экономические возможности Азербайджанской Республики, то ВВП на душу населения за 2017 г. в размере 4,1 тыс. дол. США является низким значением показателя. Так в 2013 -2014 гг. ВВП Азербайджана на душу населения составлял приблизительно 8 тыс. дол. США, однако, после падения цен на нефть и последующей девальвации национальной валюты, ВВП на душу населения в долларовом выражении упал на 48,1%. Значения показателя за 2017 г. меньше значения за 2012 г. почти в 2 раза или на 3,4 тыс. дол. США, однако, больше показателя 2016 г. на 0,2 тыс. дол. США, что составляет 5%. В рейтинге стран МВФ по размеру ВВП на душу населения Азербайджан в 2017 г. занимает 74 (2016 г. – 70) место, по рейтингу Всемирного Банка 74 (2016 г. - 72) [1].

В Армении ВВП на душу населения составил в 2017 г. всего 3,9 тыс. дол. США. Можно отметить незначительные двухсторонние колебания показателя, так за период 2012-2017 гг. максимума он достиг в 2014 году – 3,9 тыс. дол. США, а минимума в 2012 г., 2015г. и 2016 г. – 3,5 тыс. дол. США. В рейтинге МВФ Армения по объему ВВП на душу населения за 2017 г. занимает 110 (2016

г. – 110) место, в рейтинге Всемирного Банка – 108 (2016 г. – 111) [1].

В Республике Беларусь валовой внутренний продукт на душу населения за 2017 г. превышает средний уровень на 40% и составляет 5,7 тыс. дол. США. В 2015 г. произошло резкое снижение объема ВВП на душу населения на 2,5 тыс. дол. США, что в относительном выражении составило на 42,2%, что связано с сокращением объема внешней торговли товарами по сравнению с 2014 г., на 25%, в том числе экспорта – на 26,0%, импорта – на 25,2% [3]. Так за период 2012-2017 гг. максимальное значение объема ВВП на душу населения в Республике Беларусь было достигнуто в 2014 г. – 8,3 тыс. дол. США, минимальное значение наблюдалось в 2016 г. – 5,0 тыс. дол. США, что меньше максимального показателя на 3,3 тыс. дол. США, что в относительном выражении составляет 65,9%. В рейтинге МВФ по объему ВВП на душу населения Республика Беларусь в 2017 г. занимает 68 позицию (2016 г. – 93 место), в рейтинге Всемирного Банка – 66 позицию (2016 г. – 84 место), и 4 место в рейтинге МВФ среди стран бывших республик СССР [1].

Экономика Казахстана является крупнейшей экономикой в Центральной Азии, второй экономикой постсоветского пространства. Объем ВВП на душу населения в 2012 г. составлял 12,4 тыс. дол. США, что значительно больше всех стран-участниц СНГ (кроме: России). В 2013 г. рост значения показателя составил 1,5 тыс. дол. США или 10,8%. С 2014 г. наблюдается тенденция снижения исследуемого показателя. К 2016 г. ВВП на душу населения составил 7,7 тыс. дол. США, что меньше максимального показателя за 2013 г. – 13,9 тыс. дол. США на 6,2 тыс. дол. США или на 80,1%, и показателя 2015 г. на 2,8 тыс. дол. США или на 36,2%. С 2017 г. отмечен рост ВВП на душу населения на 1,1 тыс. дол. США, что в относительном выражении составило 14,3%. По состоянию на 2017 г. ВВП на душу населения составил 8,8 тыс. дол. США. По рейтингу стран МВФ в 2017 г. Казахстан находится на 53 (2016 г. – 52) месте, по рейтингу Всемирного Банка – 51 (2016 г. – 50) [1].

Снизилась объемы ВВП и ВВП на душу населения в долларах в абсолютном выражении в 2012 -2017 гг. снизились в большинстве стран СНГ, что объ-

ясняется снижением курса местных валют по отношению к доллару. Среди стран – участниц СНГ наименьший уровень ВВП на душу населения в 2017 г приходится на Кыргызстан - 1,2 тыс. дол. США, что выше значения за 2016 г. на 0,1 тыс. дол. США или на 9,1%.

В Молдове до 2015 г. наблюдался рост ВВП на душу населения. В 2015 г. уровень показателя составил 1,8 тыс. дол. США, что меньше показателя 2014 г. на 0,4 тыс. дол. США или на 23%. После 2015 г. произошла стабилизация и ВВП на душу населения прирос на 7,2%, что выше предыдущего значения на 0,15 тыс. дол. США. В рейтинге МВФ на 2017 г. Молдова находится на 132 (2016 г. – 134) месте, в рейтинге Всемирного Банка 134 место как и в 2016 г.[1].

Таджикистан – самая бедная страна Средней Азии, в рейтинге издания Global Finance Magazine Таджикистан в 2016 г. оказался на 153 месте из 185. В рейтинге МВФ на 2017 г. он занимает 154 (2016 г.- 155) позицию, в рейтинге Всемирного Банка 2016-2017 гг. – 155 место [1]. В 2013 г. по отношению к 2012 г. объем ВВП на душу населения увеличился на 0,1 тыс. дол. США или на 8,6%. Но уже с 2015 г. исследуемый показатель снижается, так в отношении 2015 г. он снизился на 0,1 тыс. дол. США или на 20,4% по сравнению с 2014 г. В отношении 2016/2015 г. - 0,2 тыс. дол. США или на 15,6%, 2016-2017 гг. показатель сохраняется на уровне 0,8 тыс. дол. США. Заметим, что в долларовом выражении показатель снижается, но при этом увеличивается в сомони (национальная единица). Согласно оптимистичному варианту Программы среднесрочного развития Таджикистана до 2020 года объем ВВП должен увеличиться в два раза.

Точные данные о ВВП на душу населения в Туркменистане отсутствуют, в результате отсутствия точных данных о количестве населения. Несмотря на это предполагаются, что данный показатель незначительно колеблется в диапазоне 5,1 – 7,5 тыс. дол. США. В рейтинге Международного Валютного Фонда Туркменистан на 70 (2016 г. – 81) месте, в рейтинге Всемирного Банка – 72 (2016 г. – 73) месте [1].

Рост ВВП Узбекистана в 2015 г. связан с ростом добавленной стоимости в таких видах экономической деятельности, как строительство, торговля, услуги

по проживанию и питанию, перевозка и хранение, информация и связь. Соответственно по итогам 2015 г. ВВП на душу населения так же увеличился и составил – 2,1 тыс. дол. США. В 2016 г. произошло снижение данного показателя на 0,1 тыс. дол. США или на 1,5%. В 2017 г. Узбекистан занимал 124 (2016 г. – 133) место в рейтинге МВФ и 125 (2016 г. – 127) место в рейтинге Всемирного Банка по объему ВВП на душу населения [1].

Проведенный анализ позволил сделать вывод, что наибольший показатель ВВП на душу населения среди стран-участниц Содружества Независимых Государств в Российской Федерации в размере 10,7 тыс. дол. США, в тоже время согласно рейтингу агентства Legatum Prosperity Index по уровню жизни населения Россия находится на 61 месте, что ниже Республики Беларусь (58 место) и Республики Казахстан (47 место). Следовательно, чтобы делать выводы об уровне жизни населения в стране использование ВВП на душу населения является недостаточным.

Список литературы:

1. Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki> – Дата доступа: 09.11.2018.
2. Макрэкономика: конспект лекций [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.konsalter.ru/biblioteka/m174/>.
3. Межгосударственный статистический комитет СНГ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cisstat.com>

ПРАВОВОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ТОКЕНОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Карпеко Ксения Александровна

*студентка Белорусского торгово-экономического университета
потребительской кооперации*

Хилинская Светлана Александровна

*студентка Белорусского торгово-экономического университета
потребительской кооперации*

научный руководитель: Нилов Дмитрий Георгиевич

*старший преподаватель Белорусского торгово-экономического университета
потребительской кооперации*

В настоящее время все большую популярность набирают криптоактивы, так как они позволяют быстро и недорого совершать финансовые операции. Некоторые платежные сервисы сейчас осуществляют зарубежные переводы в

течение несколько часов. Однако в первую очередь следует дать правовое определение токену, а не криптовалюте.

Английское слово token обычно переводится на русский язык словом «жетон», однако в применении к цифровым технологиям этот перевод выглядит устаревшим. Токен это уникальный ключ, представляющий из себя длинный набор символов и дающий его владельцу право пользоваться цифровыми услугами.

Различают следующие виды токенов:

– Equity tokens – представляют собой акции компании.

– Utility tokens – отражают некоторую ценность в рамках бизнес-модели онлайн-платформы (репутация, баллы за определенные действия, игровая валюта).

– Asset-backed tokens – цифровые обязательства на реальные товары или услуги (килограммы морковки, час работы строителя и т.п.) [2, с. 1].

Токен это не криптовалюта и виртуальная валюта, это – учетная единица. В блокчейн системах либо сохраняется систематизированная информация, либо ведется учет прав на различные токены [1, с. 3].

Блокчейн строится на вещном праве, если бы токен можно было бы однозначно отнести к вещи. Вещами обычно признаются предметы материального мира, токен же таковым не является. Именно в меру отсутствия материального воплощения токенов, следует определять их место в правовой системе через понятие актив, возможно, нематериальный актив. Однако и признаками нематериально актива токен тоже не обладает, поскольку, исходя из определения, в этом случае токен должен давать обладателю право на получение экономической выгоды в будущем.

Во-первых, токен может не содержать в себе вообще никаких прав, кроме права на обладание им. Во-вторых, содержащееся в токене право может быть никак не связано с получением экономической выгоды. И самое главное, с точки зрения права, обладание токеном не гарантирует получение выгоды. Гипотетическая выгода от роста стоимости токена вытекает из наличия такой возмож-

ности, но никак не подтверждается правом на получение ее.

Стоит отметить, что еще до недавнего времени обращение цифровых знаков (токенов) не было урегулировано законодательством и легализовано в нашей стране. Однако, с подписанием Декрета №8 от 21.12.2017 г. токен стал объектом правоотношений (Декрет вступил в силу 21.03.2018 г.) [3, с. 1].

Физические лица, согласно Декрету, смогут официально владеть токенами и криптовалютами, а также майнить их, хранить, менять, покупать и продавать за белорусские рубли, иностранную валюту или электронные деньги, а также дарить и завещать.

При этом определено, что майнинг, покупка и продажа токенов, осуществляемые физлицами, не относятся к предпринимательской деятельности.

Юристы смогут выпускать собственные токены через компании-резиденты белорусского Парка высоких технологий (далее – ПВТ), т.е., чтобы провести ICO-кампанию в Беларуси, достаточно лишь найти партнера – резидента ПВТ. Регистрация компании в стране не обязательна. Также они смогут покупать и продавать токены через криптовалютные биржи.

Термин «цифровой знак (**токен**)», используемый по тексту Декрета, охватывает по смыслу и криптовалюты. По сути, отличие токена от токена-криптовалюты в том, что криптовалюта выступает в качестве средства платежа.

С точки зрения налогообложения передача токенов (их продажа, дарение, передача прав на них, временное предоставление в пользование и т.п.) рассматривается как реализация имущественных прав. При этом токены не подлежат включению в налоговые декларации.

Имущественное право имеет определенную специфику. Принадлежность имущественного права тому или иному человеку подтверждается документами, свидетельствами, сертификатами и т. п. То есть, токен и является тем самым «документом», который подтверждает принадлежность имущественных прав конкретному лицу. Лицо, которое получило токен в результате ICO, может требовать от его первоначального владельца предоставления ему имущества, определенных прав либо товаров, работ, услуг взамен на свой токен (в зависи-

мости от типа токена).

Переход имущественных прав от одного субъекта к другому подтверждается передачей токена. Передача будет считаться совершенной в тот момент, когда операция отразится в блокчейне.

В течение будущих пяти лет – до 1 января 2023 года – по многим операциям с токенами не нужно будет платить налоги. Так, не нужно будет платить НДС при передаче прав на токены другим лицам (в том числе и иностранным организациям), налог на прибыль при обмене одних токенов на другие тоже не подлежит уплате. Выручка от обмена также освобождена от налогов. Кроме этого, доходы физлиц от осуществления разрешенных операций с токенами не облагаются подоходным налогом с физлиц. Резидентам ПВТ также предоставлено право на использование смарт-контрактов.

Чтобы стать резидентом ПВТ, нужно зарегистрировать юр. лицо (открыть ИП) в Беларуси и предоставить бизнес-проект, который будет реализовываться таким юр. лицом (ИП) в качестве резидента Парка.

В связи с принятием Декрета число резидентов ПВТ, кроме компаний, чья деятельность связана с оборотом токенов, смогут пополнить и компании, работающие в сфере финансовых технологий, занимающиеся обучением нейросетей, разработкой беспилотников, биотехнологий, решений для авиации и космоса.

Криптоактивы как институт не несут в себе угрозу обществу, поэтому и обладание ими не может квалифицироваться как вредоносное. Ожидается, что вводимый режим позволит привлечь в Беларусь проекты с мировым именем.

Список литературы:

1. Журнал ForkLog [Электронный ресурс]. - Режим доступа: forklog.com
2. Журнал Prosto Coin [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://prostocoin.com/blog/what-is-token>
3. Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. - Режим доступа: president.gov.by/ru/official_documents_ru/view/dekret-8-ot-21-dekabrja-2017-g-17716/

АНАЛИЗ ФОРМ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ООО «АРОНИЯ» И ИХ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Карпец Екатерина Евгеньевна

студентка Донецкого национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского

Маркетинговая деятельность предприятия должна быть направлена на его долговременное существование, устойчивость, прочные и длительные связи с потребителями или другими участниками рынка, повышение конкурентоспособности предлагаемых услуг, товаров. Для достижения этих целей предприятию необходимо выявить свои сильные и слабые стороны, определить основных покупателей, распределение спроса по отраслям.

Отправной точкой эффективности деятельности предприятия является метод SWOT – анализа. Данный метод позволяет наиболее точно провести анализ факторов внутренней и внешней среды. При помощи этого метода удастся установить связи между сильными и слабыми сторонами предприятия, а также внешними угрозами и возможностями.

Для начала SWOT-анализа необходимо выявить слабые и сильные стороны, а затем возможности и угрозы ООО «Арония», которые показаны в табл. 1.

Данный анализ позволил выделить сильные и слабые стороны предприятия ООО «Арония», выявить основные пути развития предприятия и возможные угрозы.

Таблица 1

Матрица базового SWOT – анализа ООО «Арония»

Сильные стороны	Возможности
Ассортимент салона насчитывает порядка 1500 наименований продукции ведущих и всемирно известных производителей. Наличие эксклюзивных коньяков, аналогов которых больше нигде нет. Запас товара по ценам ниже среднерыночных позволяет проводить акции на снижение цен. Сильный бренд, наличие постоянных покупателей; Отсутствие большого числа конкурентов. Удачное месторасположение магазина на одной из центральных улиц города.	Привлечение внимания с помощью проведения рекламной кампании. Расширение ассортимента, продажа более востребованных товаров на данный момент. Введение услуги дегустации алкоголя прямо в магазине, перед приобретением дорогого алкоголя покупатель может приобрести бокал, чтобы быть уверенным в своей покупке. Скидки и акции. Создание официального сайта. Совершенствование контента и SEO – оптимизации существующей странички в социальной сети «ВКонтакте».

Слабые стороны	Угрозы
<p>Несовершенное законодательство в сегменте алкогольной и табачной продукции.</p> <p>Снижение покупательной способности населения в сложившейся социально-экономической ситуации.</p> <p>Возникновение трудностей при заключении договоров с поставщиками.</p> <p>Снижение спроса на элитные алкогольные напитки и табак.</p>	<p>Нестабильность экономической ситуации.</p> <p>Повышение налогов на алкогольную и табачную продукцию, что может привести к повышению розничной цены, что снизит количество продаж, так как покупательная способность у населения и так сравнительно низкая.</p> <p>Уменьшение объемов продаж, вследствие появления новых конкурентов на рынке.</p> <p>Негативные демографические изменения.</p> <p>Изменение законодательной базы.</p>

Исходя из результатов анализа, можно сделать вывод, что для увеличения эффективности деятельности предприятию следует создать официальный сайт в интернете, который будет содержать всю информацию, интересующую потребителей, проводить промоакции. Предприятию следует провести небольшую рекламную кампанию, основной целью которой будет привлечение внимания к магазину, напоминание о представленной в нём продукции. Также следует уведомлять клиентов, которые уже есть в базе о поставках новых товаров и возможных акциях.

Из-за нестабильной политической ситуации и экономического кризиса, инфляции, роста цен и снижения покупательской способности населения в 2014 – первой половине 2015гг. наблюдалось сокращение спроса на элитные алкогольные напитки и табачные изделия, поэтому магазин был вынужден избрать стратегию выживания.

Важным элементом маркетинговой деятельности предприятия является выбор надежного поставщика, который обеспечивает своевременную поставку ресурсов, а значит, предприятие не несет издержек, связанных с простоями оборудования и задержкой выполнения заказов. Кроме того, в ходе долгосрочного партнерского сотрудничества с поставщиком возможно проведение переговоров о предоставлении скидки на заказанные ресурсы. Целью управления процессом выбора поставщиков является установление критериев их оценки и классификация в соответствии с методикой оценки поставщиков при проведении закупок [1, с. 9].

При оценке нескольких поставщиков обычно используют различные методы экспертных оценок. Один из таких методов – матричный, в рамках которого для оценки поставщика выбирается несколько критериев. Например, надежность поставок, время на выполнение заказа, цена товара, финансовое положение. Далее каждому критерию присваивается степень его значимости для предприятия. Сумма показателей значимости должна быть равна единице. После этого каждый поставщик оценивается экспертами по выбранным критериям. При этом каждому свойству присваиваются баллы (от 1 до 10). Далее строится таблица (матрица), в которой указываются оцененные значения и рассчитывается рейтинг поставщика как сумма произведений выбранного критерия на его значимость (табл. 2) [2, с. 130].

Таблица 2

Оценка основных поставщиков продукции в ООО «Арония»

Наименование критерия выбора	Значимость критерия	ООО «Магнит»	ООО «Имппульс»	ООО «Белсвит»	ООО «Юго-восток»	ООО «Новоросснаб»	ООО «Юзовские традиции»	ООО «Мастер-торг»	ООО «Велес»
Надежность поставки	0,3	10	9	10	10	10	10	9	8
Время на выполнение заказа	0,2	8	6	7	8	9	8	7	10
Цена товара	0,4	9	6	10	7	8	10	7	8
Финансовое положение	0,1	9	6	8	8	10	9	8	8
Рейтинг поставщика, баллы		9,1	6,9	9,2	8,2	9	9,5	7,7	8,4

Исходя из данных таблицы, можно сделать вывод о том, что предприятие будет отдавать предпочтение поставщикам ООО «Магнит» и ООО «Белсвит», поскольку они набрали наибольшее количество баллов и у них высокая надежность поставки и приемлемые цены. Также оптимальным поставщиком для магазина – салона «Ваггумог» является ООО «Юзовские традиции», так как он набрал наибольшее количество баллов. Поставщик ООО «Новоросснаб» по ко-

личеству полученных баллов незначительно отстает от поставщика ООО «Юзовские традиции», поэтому он тоже будет включен в список надежных поставщиков.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что выбор поставщика является сложной многоступенчатой процедурой, от результатов которой во многом зависит дальнейшая деятельность компании.

Список литературы:

1. Герасимов К.Б., Ермолина Л.В. Экономические аспекты выбора и оценки поставщиков// Вестник СамГУ. 2014. № 8 (119). С. 9 – 10.
2. Грюмштан В.А., Горячкин П.В. Материальные ресурсы в строительстве. Санкт-Петербург, 2008.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНОВ ПРИВОЛЖСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Каштанова Веста Олеговна

*студентка Уфимского филиала Финансового университета
при Правительстве Российской Федерации*

научный руководитель: Бакирова Рамзиля Ринатовна,

кандидат экономических наук, доцент

*Уфимского филиала Финансового университета
при Правительстве Российской Федерации*

На современном этапе обеспечение продовольственной безопасности является одной из глобальных проблем, чем обуславливает ее актуальность. Чтобы создать атмосферу стабильности в мире и в отдельной стране, нужно решать эту проблему.

Термин «продовольственная безопасность» был введен в практику в 1974 году на Всемирной конференции по проблемам продовольствия, которая проходила в Риме и была организована Продовольственной и сельскохозяйственной организацией ООН после резкого скачка цен на зерно.

Понятие «продовольственная безопасность региона» означает способность региона за счет своих собственных средств обеспечить жителей региона всеми необходимыми продуктами. Считается, что для обеспечения продовольственными товарами, не менее 80% основных продуктов питания должно про-

изводиться в самом регионе.

Чтобы оценить, на сколько Республика Башкортостан обеспечена продовольственными товарами, нужно выяснить какой объем продовольственных товаров производится в данном регионе, а также сколько потребляется этих товаров населением.

Одними из главных продовольственных товаров, описанных в Доктрине о продовольственной безопасности Российской Федерации, являются мясо и мясопродукты, молоко и молочные продукты, яйца, картофель, овощи и бахчевые культуры [1].

В таблице 1 представлена динамика изменения показателей производства продовольственных товаров в Республике Башкортостан в сравнении с Приволжским Федеральным округом.

Таблица 1

Динамика показателей производства за 2013-2017гг

Показатели производства	Республика Башкортостан		Приволжский Федеральный округ	
	Абсолютное изменение, кг	Темп прироста, %	Абсолютное изменение, кг	Темп прироста, %
Мясо	29,2	12,7	362,7	21,1
Молоко	7,4	0,4	34	0,4
Яйца	5,8	0,5	429,9	4,1
Картофель	-143,7	-12,8	-612,8	-7,9
Овощи	10,7	2,9	79,7	2,5

Исходя из показателей, представленных в таблице 1, можно сделать вывод, что динамика показателей положительная, за исключением производства картофеля, объемы которого за анализируемые 5 лет сократились на 12,8% по Республике Башкортостан и почти на 8% по Приволжскому Федеральному округу. В целом в показателях прироста количества производимых продуктов по РБ и ПФО различия небольшие.

Кроме показателей производительности продуктов для анализа обеспеченности продовольственной безопасности, необходимы значения потребления.

16 августа 2016 года был издан Указ Министерства здравоохранения Российской Федерации «Об утверждении рекомендации по рациональным нормам потребления пищевых продуктов», в котором были утверждены нормы потреб-

ления продовольственных товаров.

В таблице 2 представлен анализ потребления продуктов питания по Республике Башкортостан и Приволжскому Федеральному округу в соответствии с нормами потребления, утвержденными Указом Министерства здравоохранения Российской Федерации.

Таблица 2

Анализ потребления продуктов питания за 2017г. (кг/чел/год)

Показатели потребления	Норма потребления, кг в год	Республика Башкортостан		Приволжский Федеральный округ	
		Фактическое потребление, кг	Отклонение от нормы, %	Фактическое потребление, кг	Отклонение от нормы, %
Мясо	73	76	4,1	70	-4,1
Молоко	325	312	-4	271	-16,6
Яйца	260	298	14,6	280	7,7
Картофель	90	113	25,6	125	38,9
Овощи	140	87	-37,9	108	-22,9

Из таблицы 2 видно, что отклонения от нормы в Республике Башкортостан и Приволжском Федеральном округе существенно различаются, хотя потребление молока и овощей меньше нормы и в РБ и в ПФО, а потребление яиц и картофеля превышает нормы. Существенно различается ситуация потребления мяса: в Республике Башкортостан оно превышает норму на 4,1%, а то время как в Приволжском Федеральном округе потребление меньше нормы также на 4,1%.

Одним из главных показателей обеспеченности продовольственными товарами является коэффициент соотношения производства и личного потребления какого-либо товара.

В таблице 3 представлены показатели коэффициентов обеспеченности продовольственными товарами по Республике Башкортостан и Приволжскому Федеральному округу за 2013- 2017 гг.

Исходя из таблицы 3 видно, что самообеспеченность мясом и мясными продуктами в Республике Башкортостан и Приволжском Федеральном округе недостаточная, а производство молока, картофеля и овощей находится в избытке.

Таблица 3

**Коэффициенты обеспеченности продовольственными товарами
по РБ и ПФО за 2013-2017гг.**

Показатель соотношения объемов производства и личного потребления, %	Республика Башкортостан					Приволжский Федеральный округ				
	2013	2014	2015	2016	2017	2013	2014	2015	2016	2017
Мяса и мясных продуктов	72,6	79,9	80,9	81,5	82,9	81,1	88,9	96,5	96,3	99,5
Молока и молочных продуктов	133,8	137,3	139,8	134,9	134,3	112,8	114,3	116,7	116,6	117,4
Яиц	91,9	86,2	82,3	91,9	91,8	128,9	127,9	129,8	130,2	132,6
Картофеля	248,8	260,8	244,7	234,9	211,2	208,3	211,5	224,4	200,8	188,6
Овощей и бахчевых культур	100,1	96,9	102,6	99,7	103,1	102,6	103,1	105,7	104,5	102,2

Таблица 4

**Рейтинг обеспеченности продовольственными товарами регионов
ПФО за 2017г.**

Место по ПФО по суммарному коэффициенту обеспеченности	Регион	Наиболее обеспечен	Наименее обеспечен
1	Республика Мордовия	Яйца - 609%	Овощи – 139%
2	Республика Марий Эл	Мясо – 307%	Молоко – 106%
3	Пензенская область	Картофель – 281%	Яйца – 100%
4	Удмуртская Республика	Яйца – 240%	Мясо – 110%
5	Чувашская Республика	Картофель – 265%	Яйца – 90%
6	Республика Татарстан	Картофель – 221%	Мясо – 104%
7	Саратовская область	Картофель – 157%	Мясо – 86%
8	Нижегородская область	Картофель – 256%	Мясо- 43%
9	Республика Башкортостан	Картофель-211,2%	Мясо-83%
10	Оренбургская область	Яйца -172%	Овощи -69%
11	Кировская область	Молоко – 180%	Овощи – 59%
12	Пермский край	Яйца – 177%	Мясо – 44%
13	Ульяновская область	Картофель- 154%	Мясо-55%
14	Самарская область	Картофель–107%	Яйца – 13%

Из данных таблицы 4 можно сделать следующие выводы: самым обеспеченным продовольственными товарами регионом по Приволжскому Федеральному округу является Республика Мордовия, а малообеспеченным регионом – Самарская область, Республика Башкортостан в рейтинге регионов Приволжского Федерального округа по обеспеченности продовольственными товарами

за 2017 год находится на 9 месте. В основном производство картофеля превышает личное потребление – в 8 регионах ПФО, а в 7 регионах ПФО личное потребление мяса больше объемов производства.

Список литературы:

1. Указ Президента Российской Федерации от 30 января 2010 г. N 120 «Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации»
2. Приказ Министерства здравоохранения РФ от 19 августа 2016 г. № 614 «Об утверждении Рекомендаций по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающих современным требованиям здорового питания»
3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
4. Гафаров Т.А. Рациональное и иррациональное в человеке: социальный аспект // Всероссийская научно-практическая интернет-конференция «Личность, общество, государство: проблемы взаимодействия». - Уфа: Государственное автономное учреждение дополнительного профессионального образования Институт развития образования Республики Башкортостан, 2018. - С. 18-20.
5. Бакирова Р.Р. Динамический анализ распределения регионов Российской Федерации по уровню потребления в контексте обеспечения продовольственной безопасности//Статистические методы в гуманитарных и экономических науках. Материалы международной научно-практической конференции (Санкт-Петербург, 28-29 января 2016 г.) – Спб.: Нестор-История, 2016.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Кваша Анна Геннадьевна

*студентка Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

научный руководитель: Долматова Галина Евгеньевна

кандидат экономических наук, доцент

*Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

В странах с рыночной экономикой конкуренция является неотъемлемой частью, она выступает основным механизмом регулирования хозяйственного процесса. Лишь грамотное управление финансовыми ресурсами и капиталом предприятия позволит данному хозяйствующему субъекту быть конкуренто-

способным.

На данный момент большинство предприятий используют реактивную форму управления финансовой деятельностью. Это означает, что большинство управленческих решений принимаются оперативно в случае наступления каких-либо проблем.

Эффективная разработка системы управления финансовой деятельностью предприятия влечёт за собой ряд проблем, таких как совмещение интересов предприятия, наличия необходимого количества денежных средств для осуществления указанного развития и сохранения высокой платежеспособности предприятия. Финансовое благополучие предприятия, его владельцев и работников во многом зависит от эффективной и целесообразной трансформации финансовых ресурсов в основные и оборотные средства, а также в средства стимулирования рабочей силы. Таким образом, ключевую роль в условиях рыночной экономики занимает финансовый менеджмент, который является одной из основных функций аппарата управления [3, с. 1].

Многие предприятия оказываются в кризисном положении из-за ненадлежащего выполнения финансовыми службами своих обязательств, одними из которых являются: отсутствие финансового планирования и анализа, управление рисками, работа по улучшению структуры активов и пассивов и др. Чаще всего это случается из-за того, что все вышеперечисленные обязанности возлагаются на бухгалтерию, а не на финансовые службы.

Благодаря всему вышесказанному, появляется необходимость организации на предприятии успешного управления финансовой деятельностью, который будет основываться на данных подробного финансового анализа. Грамотно спланированная и организованная финансовая деятельность поможет предприятию уменьшить издержки на производство продукции, улучшить аппарат управления, привлечь новых поставщиков и покупателей продукции, что обязательно обеспечит минимизацию затрат и максимизацию прибыли [5, с. 4].

Целью данной работы является установление стратегического управления финансовой деятельности предприятия в целом.

В зависимости от размера предприятия и вида его деятельности, организационная структура системы управления финансовой деятельностью может быть организована разными способами [1, с. 7].

Методы финансового управления многообразны. Основные из них изображены на рис. 1.

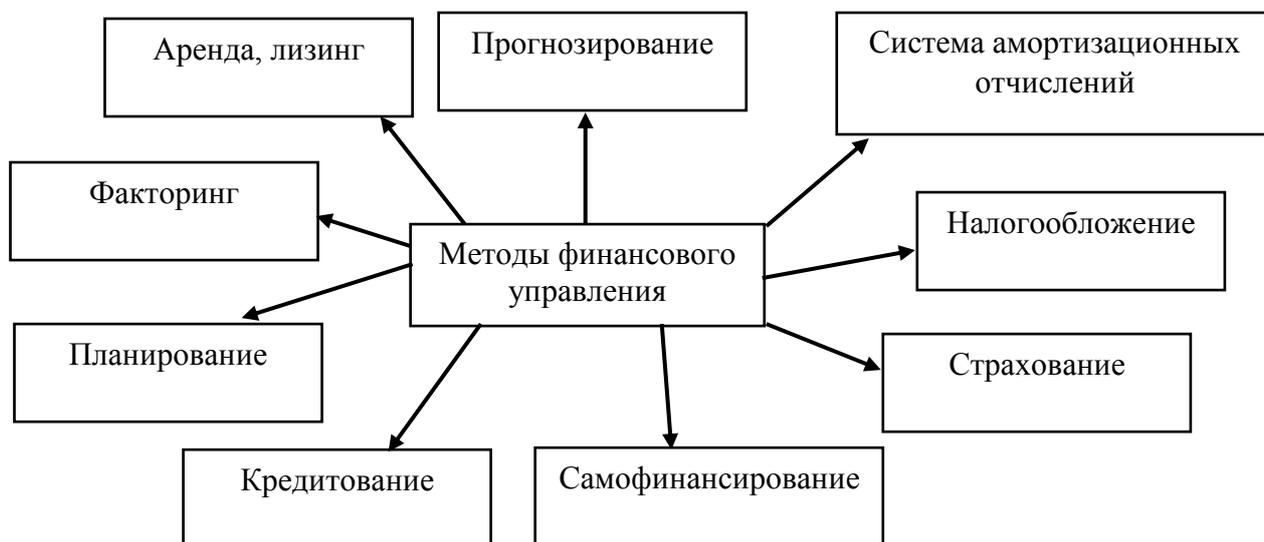


Рис. 1. Методы финансового управления финансовой деятельностью предприятия

Основой информационного обеспечения системы финансового управления может стать любая информация, имеющая финансовый характер:

1. Финансовая отчетность предприятия
2. Сообщения финансовых органов
3. Информация банковских учреждений
4. Информация товарных, фондовых и валютных бирж
5. Прочая информация [2, с. 3].

Система управления финансовой деятельностью предприятия состоит из двух подсистем, взаимодействующих между собой: управляемая (объект управления) и управляющая (субъект управления).

Основной объект управления – оборот предприятия как непрерывный поток денежных выплат и поступлений. Управление денежным оборотом представляет собой планирование и прогнозирование объема и интенсивности поступлений и расходов денежных средств, как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе.

Финансовое планирование нельзя осуществить без учёта данных, предоставляемой бухгалтерским учётом и финансовой отчётностью, без анализа всех сторон и условий денежного оборота, состояния финансовых отношений предприятия со всеми участниками, процесса кругооборота всего капитала, движения финансовых ресурсов.

Управление финансовой деятельностью, по своему содержанию, можно свести к процессу выработки управляющих воздействий на движение финансовых ресурсов и капитала, что позволит повысить их эффективность и их использование и приращение.

Субъектом управления выступает финансовый менеджер, который выполняет следующие задачи:

- Привлечение финансовых ресурсов для расширения воспроизводства, повышения рентабельности и т.д.
- Создание и исполнение финансового бюджета предприятия
- Осуществление финансовых решений в рамках финансовых отношений
- Проверка целевого использования финансовых ресурсов
- Исполнение обязательств перед банковскими учреждениями, бюджетом и другими субъектами [4, с. 6].

Система управления финансовой деятельностью предприятия состоит из таких функций:

1. Финансовое планирование.
2. Финансовый учёт.
3. Финансовый анализ.

Проведение качественного анализа финансовой деятельности предприятия требует не только знания различных приёмов и методов анализа, но также и правильность его применения. На проведение данного анализа влияет большое количество факторов, одним из которых является недостоверность финансовой отчётности. В этом случае потребуется дополнительная информация, чтобы проведённый анализ был наиболее объективным.

Результаты анализа могут оказаться неточными из-за инфляции, так как

она деформирует данные из финансовой отчётности. Именно поэтому при анализе финансовой деятельности предприятия в течение длительного времени необходимо учитывать инфляцию и её влияние на различные финансовые показатели.

Также для того чтобы данные финансовой отчётности были наиболее объективными, необходимо использовать средние величины – это уменьшит вероятность влияния сезонных и случайных колебаний в отдельных статьях отчётности [2, с. 8].

При проведении анализа целесообразно использовать, для сравнения, показатели других схожих предприятий – это позволит наиболее точно определить, насколько эффективно данное предприятие осуществляет свою деятельность. Но при этом следует учитывать различия в учёте внеоборотных активов и товарно-материальных запасов. Предприятия могут использовать разные методы начисления амортизации и учёта товарных запасов, что, в свою очередь, влияет на основные финансовые показатели, такие как стоимость оборотных и внеоборотных активов, себестоимость продукции, чистая прибыль и другие [5, с. 1].

Можно сделать вывод, что успешное управление финансовой деятельностью предприятия позволит ему избежать большого количества финансовых проблем, поможет максимизировать прибыль и минимизировать убытки. Лишь благодаря грамотно спланированной финансовой деятельности предприятие сможет быть конкурентоспособным на рынке.

Список литературы:

1. Баснукаев И.Ш. Финансовый анализ состояния предприятия. Научные журналы. [Электронный ресурс] - Режим доступа: cyberleninka.ru/article/v/finansovyy-analiz-sostoyaniya-predpriyatiya-zadachi-i-metody-otsenki-ispolzuemyh-resursov
2. Луженская Ю.Ю. Система контрольных показателей как инструмент стратегического управления предприятием. Научные журналы. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/sistema-kontrolnyh-pokazateley-kak-instrument-strategicheskogo-upravleniya-predpriyatiem>
3. Миронова Ю.В., Алдабергенова А.Г. Управление финансовой

- деятельностью убыточного предприятия с помощью стратегического управления. Научные журналы. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/upravlenie-finansovoy-deyatelnostyu-ubytochnogo-predpriyatiya-s-pomoschyu-strategicheskogo-menedzhmenta>
4. Пешкова А.А. Моделирование диагностики управления финансовой деятельностью предприятия. Научные журналы. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/modelirovanie-diagnostiki-upravleniya-finansovoy-deyatelnostyu-predpriyatiya>
 5. Студенческая библиотека онлайн. [Электронный ресурс] - Режим доступа: studbooks.net

ДЕНЕЖНЫЕ СРЕДСТВА КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ, ИХ РОЛЬ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Кичан Елена Ивановна

магистрант Полесского государственного университета

научный руководитель: Малевский Эдуард Збигневич

кандидат экономических наук, доцент.

Полесского государственного университета

Деньги - неотъемлемая часть товарных отношений: появление и развитие товара вызвало появление и развитие денег. Имущественное обособление товаропроизводителей, собственников производимых товаров, позволило обменивать свои товары на чужие. Однако непосредственный обмен товара на товар был возможен лишь при наличии у продавца потребности именно в том товаре, который предлагался к обмену другой стороной. Кроме того, при обмене должно было соблюдаться требование эквивалентности стоимости обмениваемых товаров. Появление денег позволило решать эти проблемы и помогало преодолеть узкие рамки прямого товарообмена.

Деньги появились тысячелетия назад и с давних пор являются предметом исследования сначала древних мыслителей, а затем экономической науки как самостоятельной области знаний. Однако, несмотря на то, что проблемам денег и денежного обращения посвящено большое количество научных работ, до сих пор еще не выработана общепризнанная теория денег [3, с. 24]. В таблице 1 рассмотрены некоторые версии толкования термина «деньги».

Критический анализ подходов авторов к определению термина «деньги»

Авторы	Трактовка термина
Дж. М. Кейнс [4, с. 15]	не что иное, как время от времени прокламируемое государством законное платежное средство для выполнения денежных обязательств.
П. Самуэльсон [2, с. 8]	Деньги – как деньги, а не как товар – нужны не сами по себе, а ради тех вещей, которые на них можно купить.
Ф. Мишкин [3, с. 24]	это все, что обычно принимается в оплату товаров и услуг или в возмещение долгов.

Выступая на современном этапе необходимым эквивалентом общественного воспроизводства, накопление денег осуществляется как на уровне государства в виде золотовалютных резервов, так и на уровне отдельных хозяйствующих субъектов в виде депозитов либо в ценных бумагах. Население также может осуществлять накопление денег в различных формах.

Если исходить из анализа исторической эволюции форм денег, то можно дать определение: деньги - это наиболее ликвидный общепризнанный финансовый актив, являющийся специфической формой общественного богатства, который можно обменять на любые товары и услуги. Однако данное определение не раскрывает всех граней сущности денег как важнейшей категории с необходимой полнотой.

В современной экономической литературе можно выделить два наиболее распространенных подхода к характеристике денег. Один подход основывается на тезисе, согласно которому функции денег определяют их сущность. При этом деньги обычно характеризуются как средство оплаты товаров и услуг (средство обмена), единица счета (мера стоимости) и средство сохранения (накопления) стоимости, а первичной и основной признается функция средства обмена. В соответствии с данным подходом деньгами признается любой финансовый актив или даже предмет, который может быть использован как деньги, т.е. будет приниматься любыми экономическими субъектами в обмен на товары и услуги. С этих позиций деньги чаще всего рассматриваются как технический инструмент обмена.

В рамках другого подхода деньги трактуются как товар особого рода, выступающий формой стоимости всех товаров и услуг. Они представляют собой

всеобщий эквивалент товаров, т.е. обособившуюся форму меновой стоимости, и используются для определения меновых пропорций при обмене. Функции не определяют сущности денег, а являются формой ее проявления, вытекают из сущности. С позиций данного подхода деньги рассматриваются как историческая категория товарного производства, исторически определенная форма экономических отношений между людьми. При помощи денег осуществляются взаимосвязи между участниками рыночного хозяйства - самостоятельными товаропроизводителями, которые, не будучи непосредственно связаны друг с другом, вступают в отношения посредством обмена [3, с. 24].

Функции характеризуют особенности использования денег. Их можно рассматривать как формы проявления сущности денег. По вопросу функций, которые выполняются деньгами, существуют разные подходы. В таблице 2 рассмотрены некоторые функции денег.

Таблица 2

Основные функции денег

Функция	Сущность функции
Функция меры (соизмерения) стоимости [4, с. 33]	Деньги в данной функции используются для контроля за мерой труда и потребления через сопоставление плановых и фактических затрат, контроля за финансовой и хозяйственной деятельностью предприятий и организаций независимо от формы собственности.
Функция средства обращения (покупательного средства) [2, с. 13]	Деньги используются для обслуживания процесса товарного обмена при покупке или продаже товара (услуги) за наличные деньги.
Функция средства накопления (сбережения) [1, с. 9]	Возможность применения денег не только для измерения стоимости и оплаты, но и для сбережения.

Углубление международного разделения труда, расширение внешнеэкономических, политических, культурных связей между государствами вызывает необходимость использования денег на международном рынке. Функционирование денег в международном обороте и обеспечение всеобщей эквивалентности обмена связано с выполнением деньгами функции мировых денег.

Каждое государство имеет собственную систему денежного обращения, ограниченную национальными рамками. И ни одно государство не может заставить другое государство принимать в уплату за товары и услуги и для погашения других обязательств свои национальные денежные знаки.

Роль денег – это их конкретное проявление, реализация функций денег, которая характеризуется степенью развития функции денег, их воздействием на различные процессы общественной жизни.

В современной экономической науке общепризнанны:

- активная роль денег в развитии экономики;
- наличие тесной взаимосвязи оборота денег и развития производства.

Деньги играют важную роль в развитии национальной экономики, опосредствуя кругооборот общественного капитала, участвуя в процессах создания, распределения и перераспределения валового внутреннего продукта (ВВП).

В условиях глобализации экономики, когда резко возросла зависимость национальных экономик от внешних факторов, особенно велика роль денег во внешнеэкономических отношениях. Мировые деньги опосредствуют процессы аккумуляции и перераспределения мировых финансовых потоков, перелив капитала из одной страны в другую, обслуживают движение товаров и услуг между странами.

Одним из каналов воздействия мирового рынка на национальную экономику является курс национальной валюты. Его уровень оказывает существенное влияние на внешнюю торговлю, конкурентоспособность национальной продукции на мировом рынке, экспорт и импорт капиталов, состояние денежного обращения, уровень инфляции, весь производственный процесс.

Тесная взаимосвязь состояния денежной сферы и развития национальной экономики обуславливает возможность использования денег наряду с кредитом для денежно – кредитного регулирования экономики. Внутренняя и внешняя стабильность национальной денежной единицы является важнейшей предпосылкой внутреннего и внешнего макроэкономического равновесия в национальной экономике. Поэтому обеспечение устойчивости национальной денежной единицы является целью денежно – кредитной политики в большинстве стран [3, с. 26].

Таким образом, при изучении данного вопроса следует, что несмотря на

то, что проблемам денег и денежного обращения посвящено большое количество научных работ, до сих пор еще не выработана общепризнанная теория денег. В современной экономической науке общепризнанны: активная роль денег в развитии экономики, а также наличие тесной взаимосвязи оборота денег и развития производства.

Список литературы:

1. Белоглазова Г.Н. Деньги, кредит, банки – М.: Высшее образование, 2009.
2. Жуков В.Ф. Деньги, кредит, банки / В.Ф. Жуков, Л.М. Максимова, А.В. Печникова. – 4-е изд. – М.: Юнити-Дана, 2011.
3. Кравцова Г.И. Деньги, кредит, банки – М.: БГЭУ, 2012.
4. Лаврушина О.И. Деньги, кредит, банки – М.: Кнорус, 2014.

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Ковтун Сергей Александрович

студент Донбасского национального академии строительства и архитектуры

научный руководитель: Зерова Ольга Николаевна

кандидат экономических наук, доцент

Донбасского национального академии строительства и архитектуры

В настоящее время в Донецкой Народной Республике остро стоит проблема нехватки финансовых ресурсов, которую можно решить путем привлечения в экономику необходимого количества инвестиций, в значительной степени способствующих экономическому развитию любого предприятия, региона или государства. Объем инвестиций, как правило, зависит от уровня их инвестиционного потенциала, то есть возможности принять и эффективно использовать инвестиции. Проблема эффективного управления инвестиционным потенциалом с учетом всех факторов, определяющих его уровень, приобретает особую актуальность в современных условиях.

Исследования проблемы управления инвестиционным потенциалом связано с именами нобелевских лауреатов по экономике: Г. Марковица, Р. Мертона, М. Миллера, Ф. Модильяни, М. Шоулза. Среди работ отечественных авторов ведущее место занимают исследования Ю.П. Анисимова, Г.П. Журавлевой, А.И. Добрынина, Г.В. Кандакова, Э.И. Крылова, О.И.Лаврушина и других. Од-

нако, несмотря на обширный спектр проблематики, освещенной в работах авторов, можно отметить, что проблема специфики развития и формирования инвестиционного потенциала в современной экономике остается недостаточно исследованной как отечественными, так и зарубежными авторами.

Термин «потенциал», независимо от того, как его трактуют, определяется в виде комплексного показателя, способного охарактеризовать не только современное состояние объекта, но и вероятные перспективы его развития. Инвестиционный потенциал, в общем виде, можно трактовать, как совокупность всех имеющихся объективных показателей и предпосылок для осуществления инвестиций. Такие предпосылки зависят от наличия потенциальных объектов для инвестирования, разнообразия сфер инвестирования, а также их экономической зрелости и их экономического здоровья. Существуют различные трактовки категории «инвестиционный потенциал». Так, Т.Г. Глушкова под инвестиционным потенциалом понимает «совокупность возможностей и имеющихся ресурсов для инвестирования, которые складываются под воздействием системы факторов и условий для инвестирования, реализующая через формирование инвестиционных потоков», т.е. является сторонницей ресурсного подхода [1, с. 73].

Е.С. Губанова понятие «инвестиционный потенциал», попыталась объединить ресурсный и результативный подходы: «Инвестиционный потенциал региона - способность инвестиционной системы реализовать возможности, содержащиеся в ее инвестиционных ресурсах, в целях достижения положительного максимального результата функционирования региональной экономической системы» [2, с. 57].

Н.В. Игошин дает следующее определение: «Инвестиционный потенциал страны - совокупная способность осуществлять ее экономикой инвестиционную деятельность во всех сферах, направленную на выпуск высококачественной продукции, товаров, услуг, удовлетворяющих запросы населения, а также обеспечивать воспроизводство и потребление» [3, с. 74].

Инвестиции – это имущественные и неимущественные права, интеллек-

туальные ценности, вкладываемые в объекты предпринимательской и других видов деятельности в целях получения прибыли и достижения определенного эффекта. Основной целью осуществления инвестиций является получение дохода и выгоды. При этом под выгодой понимается получение дополнительной прибыли и сохранение достигнутого уровня рентабельности, снижение возможных убытков, завоевание новых рынков сбыта продукции и т.п. В современных условиях говорить о каких-либо масштабных проектах можно лишь с точки зрения перспективы.

Донецкая Народная Республика имеет значительный инвестиционный потенциал, все необходимые ресурсы и возможности для привлечения крупных инвесторов. На территории Республики расположены 3 промышленных узла - Донецко-Макеевский промышленный узел представлен предприятиями металлургической и угольной промышленности, тяжелого машиностроения, электроэнергетики, а также легкой и пищевой промышленности. Вторым по объему можно считать Горловско-Енакиевский узел наибольшее развитие здесь получили традиционные отрасли тяжелой промышленности, а также электроэнергетика. Торезо-Снежнянский промышленный центр здесь также представлена угольная и машиностроительная промышленности г. Торез, Снежное и Шахтерск. До начала боевых действий Донбасс считался одним из наиболее привлекательных для инвесторов регионов постсоветского пространства. Угледобывающие предприятия, металлургия, машиностроение, химическая промышленность, аграрный сектор – все эти отрасли являлись визитной карточкой нашего региона. Инвестиционные риски, связанные с войной, блокада со стороны Украины, непризнанный статус Донецкой Народной Республики фактически вычеркнули ДНР из международного экономического пространства. Донецкая область работала в 2013 г. в рамках соглашений о сотрудничестве с 15 регионами иностранных государств (Российская Федерация, Республика Беларусь, Польша, Чехия, Туркменистан), Европейской Бизнес Ассоциацией и Турецко-Украинским деловым советом. Также Донецкая область являлась участником Еврорегиона «Донбасс», крупнейшего трансграничного объединения на

украинско-российской границе. Однако руководство ДНР поставило себе за цель провести возрождение экономического и промышленного потенциала. Уже сейчас набирает оборот интеграция Республики в экономическое пространство РФ, разрабатывается нормативно-правовая база международного образца, целый ряд крупнейших предприятий тяжелой промышленности был возвращен в республиканское юридическое поле. ДНР обладает богатейшими природными ресурсами, которые обеспечивают собственные нужды и имеют значительный экспортный потенциал. На территории ДНР существуют многочисленные месторождения песка, глины, щебня, гранита, строительного камня, флюсовых известняков и доломитов. Наличие собственных топливно-энергетических и минерально-сырьевых ресурсов способствует формированию мощного промышленного комплекса. Донецкий каменноугольный бассейн является одним из крупнейших месторождений угля в Европе [4]. Промышленные запасы угля в Республике составили 1,3 млрд. тонн этого достаточно для добычи на нынешнем уровне на протяжении более 160 лет. Сомнений не вызывает то, что экономика ДНР представляет для инвесторов немалый интерес, необходимо отметить некоторые положительные тенденции, наметившиеся в последнее время. Уже два завода выступают в качестве сборочных площадок для российских машиностроителей, продукция (трактора и автобусы) ориентирована на внутреннее потребление. Экономика Донбасса всегда была экспортно-ориентированной и Российская Федерация является единственным крупным партнером Республики в ближайшей и среднесрочной перспективе. Перспективным вариантом для республиканских предприятий будет их включение в производственные цепочки российских компаний, где конечным продавцом будет именно российская компания. Это тем более важно, поскольку производственные цепочки, в которые эти предприятия были встроены раньше, сейчас разрушены по тем или иным причинам. Поскольку Республика является молодым государством, в ней, на сегодняшний день, отсутствует законодательство, регулирующее деятельность инвесторов любого рода. Причина этого не только в огромном количестве первоочередных законодательных актов, которые необ-

ходимо принять для нормального функционирования государства, а и в том, что при общей нехватке ресурсов государство опасается потерять контроль над существующими ресурсами и активами, которые этот ресурс производят. Этим определяется та тщательность, с которой законодатели подходят к подготовке соответствующих законов, кроме этого, все крупные предприятия Республики находятся под внешним управлением. Неопределённость их правового статуса ограничивает возможности работы с ними в части инвестиционной деятельности. По-крайней мере, государство видит такую возможность пока только путём государственно-частного партнёрства. Для реализации данного механизма в Республике Комитетом Народного Совета ДНР совместно с представителями Министерства экономического развития разработан Закон «О государственно-частном и муниципально-частном партнёрстве» № 188-ІНС от 11.08.2017 г., настоящий закон направлен на привлечение инвестиции в экономику ДНР. Принятие данного закона поможет некоторым образом обезопасить как активы предприятия, так и средства инвестора.

Таким образом, повышение инвестиционного потенциала - это интересная, важная и сложная проблема, решение которой очень важно для развития экономики внутри республики, т.к. недостаток завтрашнего дня создается сегодняшними инвестициями. Привлечение в широких масштабах инвестиций в экономику Донецкой Народной Республики преследует долговременные стратегические цели создания в Донецке социально ориентированного общества, характеризующегося высоким качеством жизни населения, а инвестиции могут привнести в ДНР достижения научно-технического прогресса и передовой управленческий опыт.

Список литературы:

1. Глушкова Т.Г. Инвестиционный потенциал региона: некоторые подходы к анализу // Региональная стратегия устойчивого социально-экономического роста: тез. докл. науч.-практ. конф. - Ч.1. Екатеринбург, 2008.
2. Губанова Е.С. Инвестиционная деятельность в регионе / Е.С. Губанова - Вологда: ВНКЦ ЦЭМН РАН, 2003.
3. Игошин Н.В. Инвестиции. Организация управления и финансирования:

- учеб. для вузов. 2-е изд., перереб. и доп. М., 2012.
4. Инвестиционный портал ДНР [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://invest.govdnr.ru/>

СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ КООПЕРАЦИЯ КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ АПК РОССИИ

Коленченко Михаил Васильевич

студент Елецкого государственного университета им. И.А.Бунина

научный руководитель: Есина Юлия Леонидовна

кандидат экономических наук, доцент

Елецкого государственного университета им. И.А.Бунина

Сельское хозяйство всегда играло определяющую роль в жизнедеятельности человека. Более того на современном этапе именно сельскохозяйственная отрасль обеспечивает продовольственный суверенитет и национальную безопасность любого государства, в том числе России.

Одним из инструментов повышения эффективности функционирования и развития сельского хозяйства является кооперация. Такое взаимодействие успешно используется во многих ведущих странах Европы. Особенно можно отметить здесь роль северной ее части, т.е. таких стран как Нидерланды, Дания, и Финляндия. Кроме того, у России есть и собственный исторический опыт, когда до революции 1917 года в национальной экономике успешно использовалась сельскохозяйственная кооперация. Вместе с тем, при всей важности данной сферы экономической деятельности и острой необходимости ее развития для решения проблемы импортозамещения, сельскохозяйственная кооперация в нашей стране развита достаточно слабо.

Согласно советской энциклопедии, кооперация - форма организации труда, при которой значительное число людей совместно участвует в одном и том же или разных, но связанных между собой процессах труда [4]. Данное понятие достаточно многогранно, и включает себя множество видов коопераций, и сельскохозяйственная - один из них. Важность развития такой кооперации определяется тем, что она является одной из форм поддержки для малых сельскохозяйственных производителей, которые в условиях конкуренции с крупным агробизнесом не способны сбывать свою продукция по сложившейся ры-

ночной цене. Следует также отметить, что малые хозяйства, кооперируясь и совместно выполняя хозяйственные операции, при этом не становятся частью какой-то одной организации, а по-прежнему сохраняют свою самостоятельность и индивидуальность.

Можно привести следующий пример, который наглядно опишет возможное взаимодействие субъектов кооперации. В районе существует несколько малых хозяйств, занимающиеся сельским хозяйством. Первое имеет внушительный участок, используемый для выращивания картофеля. Но его деятельность мало эффективна, так как не хватает технического оснащения и складов для хранения. Второе хозяйство имеет небольшой парк сельскохозяйственной техники, но также страдает отсутствием нормальных складских помещений и недостатком посевных площадей. Третье хозяйство раньше занималось животноводством и, кроме того, имеет хорошие складские помещения, но на данный момент их деятельность в упадке. Все эти три хозяйства объединяют ограниченные возможности, и как результат неэффективная деятельность. Помимо этого, возникают большие трудности со сбытом продукции, т.к. оптовые и торговые сети не хотят вести дело с мелкими поставщиками. Следует отметить, что приведенная ситуация в России является весьма распространенной.

Решением подобного положения может стать модель создания сельскохозяйственного кооператива. Данные хозяйства объединяют имеющиеся фонды для совместного пользования, тем самым расширяя возможности в осуществлении своей деятельности и реализации продукции.

На практике процесс создания и функционирования сельскохозяйственных кооперативов в России регламентируется Федеральным законом «О сельскохозяйственной кооперации» от 08.12.1995 № 193-ФЗ [1], который определяет сельскохозяйственный кооператив как организацию, созданную сельскохозяйственными товаропроизводителями и (или) ведущими личные подсобные хозяйства гражданами на основе добровольного членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности, основанной на объединении их имущественных паевых взносов в целях удовлетворения материаль-

ных и иных потребностей членов кооператива. Основным принципом кооператива – личное трудовое участие его членов. При этом согласно Закону, сельскохозяйственная кооперация представляет собой систему сельскохозяйственных производственных и сельскохозяйственных потребительских кооперативов и их союзов. Отличие их заключается в том, что производственный кооператив является коммерческой организацией, тогда как потребительский создается на некоммерческих началах. К первому типу, рассмотренному в условном примере, относятся сельскохозяйственная артель, рыболовецкая артель и кооперативное хозяйство. Потребительские, в зависимости от вида деятельности, подразделяются на перерабатывающие, сбытовые (торговые), обслуживающие, снабженческие, садоводческие, огороднические, животноводческие и иные. Такой тип кооперативов характерен для Западной Европы. Особенность этих объединений заключается в том, что помимо самых разнообразных функций, таких как: хранение, сбыт продукции, закупка удобрений, семян, они могут осуществлять кредитование своих членов.

В России такая возможность определена Федеральным законом «О кредитной кооперации» от 18.07.2009 г. № 190-ФЗ. Путем добровольного объединения на основе членства, а также по территориальному, профессиональному или иному принципу осуществляется финансовая взаимопомощь путем предоставления займов членам кредитного кооператива – пайщикам [2].

По данным Министерства сельского хозяйства России в 2017 году было зарегистрировано 5839 сельскохозяйственных потребительских кооперативов, из них 1032 – перерабатывающих, 1410 – снабженческо-сбытовых, 1381 – кредитных, 813 – обслуживающих и 1203 – прочих, к которым относятся садоводческие, огороднические и животноводческие кооперативы. Вместе с тем общая динамика сельскохозяйственных кооперативов за последние годы не равномерна [5].

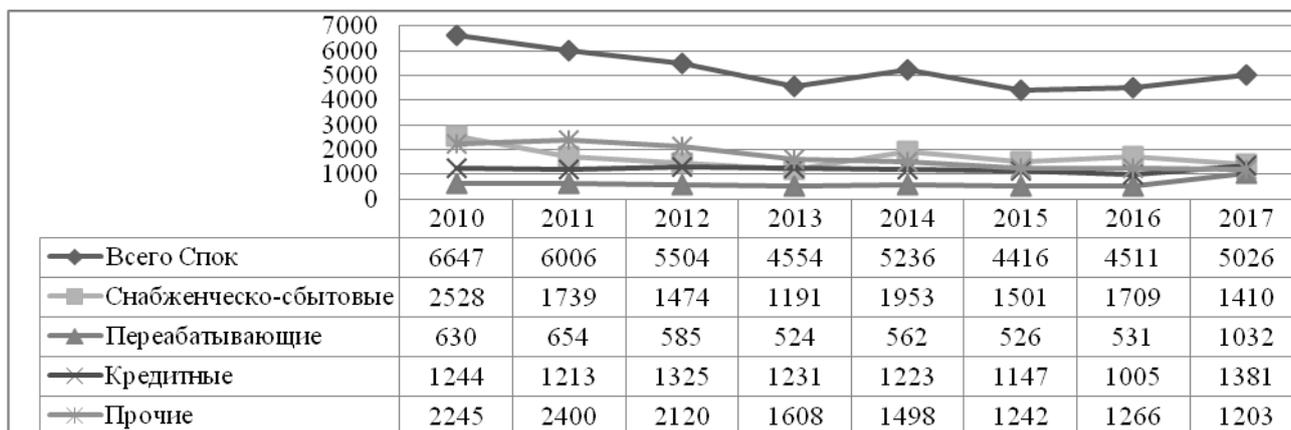


Рис. 1. Динамика количества сельскохозяйственных кооперативов, ед.

В структуре сельскохозяйственных кооперативов наибольший удельный вес занимают снабженческо-сбытовые, на долю которых в 2017 году приходилось 24,1% от общего количества. При этом удельный вес данного вида кооперации заметно снизился, тогда как кредитных и перерабатывающих, напротив, возрос [5].



Рис. 2. Структура видов сельскохозяйственных кооперативов, %

Численность членов составила 392,5 тыс. чел. При этом наибольшее количество 289,9 тыс. чел. или 73,88% являются членами кредитных кооперативов [5].

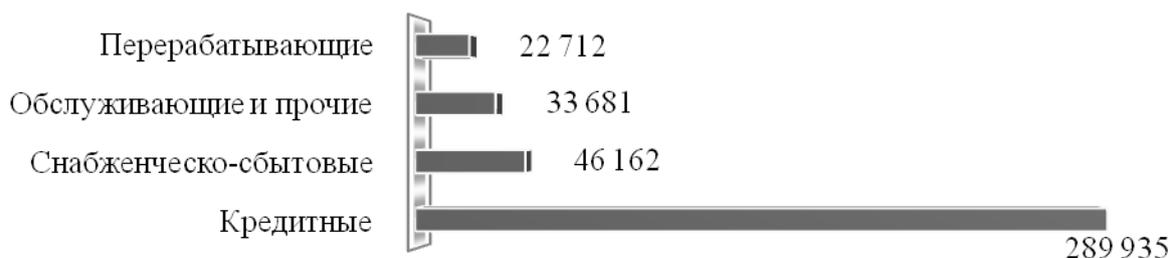


Рис. 3. Распределение количества членов по видам сельскохозяйственных кооперативов в 2017 году, чел.

В 2017 году общий объем отгруженных товаров, выполненных работ и оказанных услуг сельскохозяйственными кооперативами составил 22,8 млрд. руб., в том числе перерабатывающими – 12,6 млрд. руб., снабженческими 5,1 млрд. руб., кредитными – 2,8 млрд. руб., сбытовыми – 2,3 млрд. руб.

Явным лидером в развитии сельскохозяйственной кооперации в России является Липецкая область, где сельскохозяйственные кооперативы вносят существенный вклад в аграрный сектор экономики региона. В настоящее время, в области успешно функционируют 1532 крестьянских хозяйства и индивидуальных предпринимателей, а также 178,8 тысяч личных подсобных хозяйств. По состоянию на начало 2018 года зарегистрировано 893 сельскохозяйственных потребительских кооператива, в том числе 329 кредитных, 58 перерабатывающих, 506 снабженческо-сбытовых. За 2017 год создано 73 кооператива. В кооперацию также вовлечено более 151 тысячи личных подсобных хозяйств. Сумма закупленной сельскохозяйственной продукции по сравнению с прошлым годом выросла на 14% и составила 6662,8 млн. рублей. Малые формы хозяйствования произвели сельхозпродукции на сумму 32,2 млрд. рублей и их доля в производстве составила 30 % [3]. Это впечатляющие показатели, и именно на такой опыт необходимо равняться остальным регионам нашей страны.

Список литературы:

1. Федеральный закон «О сельскохозяйственной кооперации» от 08.12.1995 № 193-ФЗ (в редакции от 23.04.2018 № 90-ФЗ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
2. Федеральный закон «О кредитной кооперации» от 18.07.2009 г. № 190-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
3. Официальный сайт Администрации Липецкой области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://admlip.ru/economy/industry/agroprom/>
4. Онлайн - энциклопедия «Академик» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/bse/98257/Кооперация>
5. Официальный сайт Министерства сельского хозяйства Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mcx.ru/analytics/>

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Кондрусъ Татьяна Александровна

студентка Елецкого государственного университета им. И.А. Бунина

научный руководитель: Шабалина Татьяна Александровна

кандидат педагогических наук, доцент

Елецкого государственного университета им. И.А. Бунина

Для того чтобы эффективно функционировать на рынке каждому предприятию необходимо располагать достаточным объемом финансовых ресурсов, используемых для достижения поставленных целей и выполнения определенных задач. Это свидетельствует о возрастающей роли финансового планирования в организации. Бюджетирование является одной из главных составляющих эффективной системы управления компании, направленной на оптимизацию денежных потоков и повышение конкурентоспособности.

Бюджетирование является важным звеном финансовой стратегии предприятия, так как с помощью бюджета, представляющего собой финансовый план деятельности компании на определенный период времени, осуществляется реализация намеченных целей и задач. На основе разработки, рассмотрения и утверждения бюджета происходит планирование формирования, распределения и использования денежных ресурсов организации.

Как правило, разработка и составление финансового плана – это непрерывный процесс, поэтому завершение анализа и исполнение финансового плана отчетного периода во времени должно совпадать с началом разработки бюджета следующего периода. В связи с этим, организацией самостоятельно определяется его структура и вид плана в зависимости от его предмета, размера компании, профессиональной квалификации работников и соответствующего опыта работы непосредственных разработчиков.

Таким образом, контрольно-аналитическая работа на предприятии состоит в осуществлении систематического контроля над исполнением финансовых планов. Она включает в себя следующие элементы:

- объекты контроля – бюджеты центров ответственности компании;
- субъекты контроля – структурные подразделения, осуществляющие

контроль за исполнением бюджетов;

- предметы контроля – бюджетные показатели и анализ отклонений бюджетных показателей от фактических;

- методы контроля – использование математического аппарата, то есть расчет относительных и абсолютных показателей, построение прогнозных моделей, анализ статистических показателей и т. д.

Основная цель бюджетирования – реализация рационально-организованного планирования, управления и контроля за эффективностью деятельности, осуществляемой компанией, с помощью систематического прогнозирования ее развития путем составления бюджетов. В связи с этим, использование финансового планирования направлено на решение следующих задач:

- обоснование предполагаемой деятельности компании;
- формирование системы контроля и оценки исполнения;
- соблюдение требований действующего законодательства;
- оценка планируемых затрат по временным периодам;
- формирование базы для расчетов эффективности деятельности организации по различным направлениям [3, с. 28].

Поскольку бюджетирование напрямую связано с осуществлением управленческих процессов, то его эффективное применение реализуется через выполнение ряда функций, таких как:

- планирование: разработка бюджета представляет собой одну из главных составляющих реализации управленческих решений и направлена на уточнение основных операций соответствующих подразделений предприятия;

- контроль: при помощи бюджета происходит сравнение фактически достигнутых значений с прогнозируемыми величинами желаемых результатов деятельности компании;

- стимулирование: бюджет – это инструмент стимулирования руководителей и менеджеров соответствующих подразделений в достижении намеченных целей;

- оценка: сравнение планируемых и фактических данных является основ-

ным фактором оценки деятельности всех центров ответственности организации и его руководителей на конец отчетного периода;

- координация и связь: согласованная работа всех подразделений предприятия представляет собой результат координации различных видов его деятельности [2, с. 75].

Реализация на практике функций бюджетирования связана, в первую очередь, с рациональным распределением денежных ресурсов организации, составлением прогнозных планов экономического развития компании, а также взаимодействием центров ответственности ее структурных подразделений, что, в свою очередь, предполагает соблюдение следующих принципов:

- единство: поддержание системного характера бюджетирования, проявляющегося в участии каждого структурного подразделения в формировании бюджета;

- точность: соблюдение строгой детализации и конкретизации оперативных планов деятельности предприятия;

- ответственность: осуществление каждым структурным подразделением контроля за выполнением своей работы при составлении бюджета;

- последовательность: составление финансового плана на основании учетной политики организации, применяемой последовательно от одного отчетного периода к другому;

- согласование целей: взаимодействие руководителей высшего и низшего звеньев, связанное с процессом формирования и реализации бюджетного плана компании;

- установление приоритета: рациональное использование ресурсов предприятия [1, с. 98].

Для успешного ведения деятельности организации необходимо адаптироваться к факторам интенсивно изменяющейся внешней экономической среды. В этих условиях применение бюджетирования будет способствовать сохранению стабильного положения предприятия на рынке, обеспечению постоянного получения прибыли, а также повышению эффективности его функционирования

на рынке.

Список литературы:

1. Бланк И.А. Финансовая стратегия предприятия: учебное пособие. Киев: Ника-Центр, 2015.
2. Лихачева О.Н. Финансовое планирование на предприятии: учебно-практическое пособие. – М.: Проспект, 2014.
3. Незамайкин В.Н., Платонова Н.А., Федоров Я.П. Финансовое планирование и бюджетирование: учебное пособие. – М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2017.

ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Конева Екатерина Васильевна

студентка Пермского агропромышленного техникума

научный руководитель: Мехоношина Ольга Владимировна

преподаватель профессиональных дисциплин

Пермского агропромышленного техникума

Для любого торгового предприятия очень важно учитывать множество деталей, которые иногда, просто невозможно запомнить. Множество расчётов, номеров договоров, полную информацию о поставщиках и т.д. Чтобы облегчить работу специалиста создаются и выходят на рынок большое количество компьютерных программ. Давайте познакомимся с наиболее известными:

1. Бизнес.ру – это программа служит для автоматизации учета продаж торгового предприятия. Можно выделить следующий ряд преимуществ:

- быстрая и простая установка, фиксирование всех операций с денежными средствами в кассе (сдача, возврат, продажа, внесение);
- поступление сведения со всех касс предприятия одновременно;
- возможность подключения сразу в нескольких торговых точек;
- работа без подключения к интернету (работа в режиме оффлайн);
- возможность отслеживать через «онлайн» работу предприятия удаленно;
- полная безопасность данных (дает возможность открывать и закрывать доступ работникам).

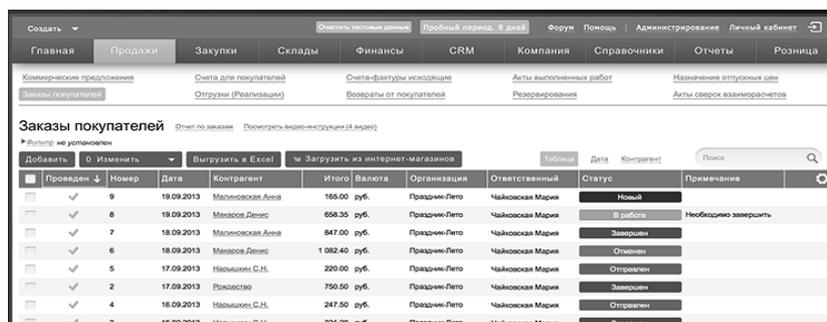


Рис. 1. Программа «Бизнес.ру»

2. 1С – программа для управления и учета. Дает возможность организации настроить ее под себя, а также использовать систему как в локальной (офисной) сети, так и в облаке, и через веб-браузер. Преимущества программы:

- быстрая стандартизация работы, автоматизация документов, бланков и отчетов;
- возможность быстрого получения отчета и документов, контроль действий сотрудников с документами и в учёте;
- повышение качества обслуживания, снижение издержек.

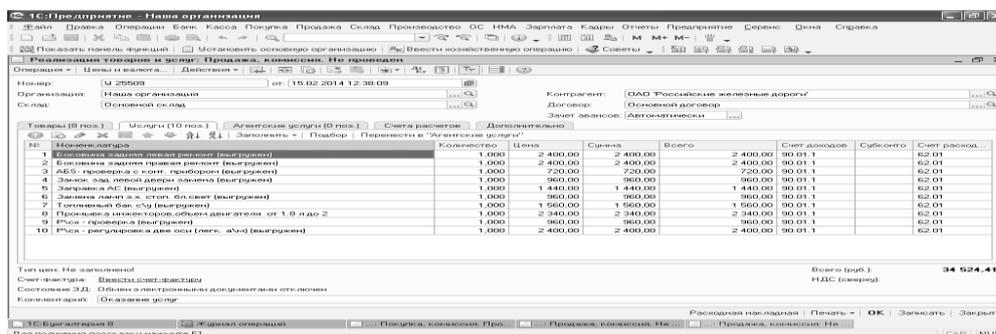


Рис. 2. Программа «1С»

3. Склад и торговля – простая программа, предназначенная для торговли и складского учета. Преимущества программы:

- возможность быстрого и легкого создания первичных документов;
- контроль задолженности клиентов и поставщиков, а также продаж и поступления товара;
- ведение учета остатков на складе;
- резервирование, расчёт полученной прибыли.

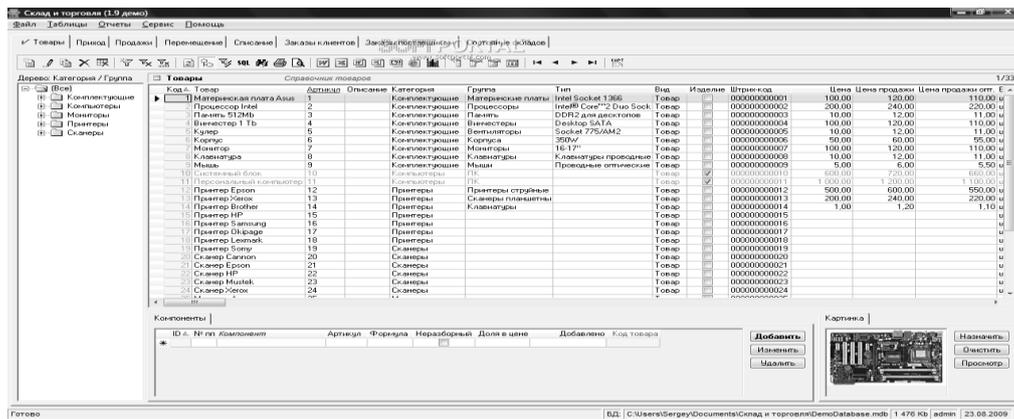


Рис. 3. Программа «Склад и торговля»

4. Профи-Т – программа для магазинов разного формата, которая занимается автоматизацией места кассира, торгового зала и центрального офиса. Преимущества:

- повышение объема продаж;
- масштабирование на большие форматы (хорошо для крупных торговых сетей);
- работа на POS-системах любых производителей;
- работа со всеми моделями онлайн-касс из реестра ФНС РФ;
- кассовое программное обеспечение не требует установки системы управления базами данных на кассах и не зависит от стороннего софта (гарантирует скорость и надежность);
- большое количество моделей дают возможность решать конкретные задачи бизнеса.



Рис. 4. Программа «Профи-Т»

5. Большая Птица – это онлайн-система, которая занимается учетом. Подходит в первую очередь предпринимателям и малых бизнесов в сфере оптовой торговли и предоставления услуг. Благодаря этой системе можно формировать первичные документы без помощи бухгалтера. Преимущества программы:

- модуль для обмена данными с интернет-магазинами;
- возможность работы с заказами;
- возможность работать со скидками, этикетками и ценниками;
- удобный и простой в использовании интерфейс;
- наличие тарифа «Колибри». Он предоставляет всем новым пользователям системы бесплатный аккаунт сразу после регистрации;
- возможность работы со сканерами штрих-кодов.

В отличие от других схожих систем, «Большая птица» предназначена именно для помощи руководителю в управлении бизнесом: а именно для ведения базы контрагентов, остатков товаров на складе, денег на счетах и в кассе, учета доходов и расходов, анализа состояния здоровья компании.



Рис. 5. Программа «Большая Птица»

6. WORKABOX – это сервис, предназначенный для автоматизации розничной торговли. Преимущества:

- в случае если соединение с интернетом будет временно отсутствовать, работу всё равно можно будет продолжать, а после соединения автоматически все данные синхронизируются с сервером;
- возможность управления закупками и поставщиками, остатками на складе, ценами, продажи и клиентами маркетинговыми акциями, сотрудниками, а так же в ней можно делать отчеты, печатать документы;
- управление не только небольшими магазинами, но и крупными торговыми сетями.

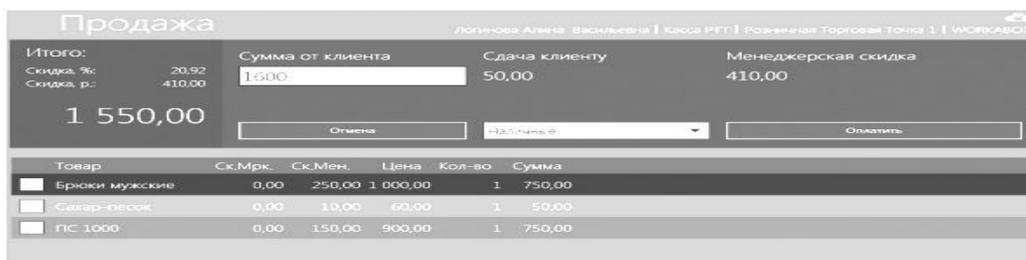


Рис. 6. Программа «WORKABOX»

Все представленные выше программы схожи по смыслу, но, по своему, уникальны. Каждая из них имеет несколько отличающихся друг от друга функций. Руководитель предприятия самостоятельно выбирает программу в зависимости от специфики и возможностей.

1. «Бизнес.ру» может работать сразу с несколькими торговыми точками, а значит она идеальна подойдет для крупных сетей, и обеспечит качественный контроль, который в дальнейшем может исправить недочеты и повысить качество продаваемой продукции.
2. 1С – самая распространенная программа. Это программа в первую очередь помогает в первичных документах при поступлении товара на склад, для печати ценников, а так же хранит в себе информацию о поставщиках и заказчиках. Данная программа подходит для любых предприятий, которые работают с продукцией.
3. Склад и торговля – данная программа схожа с программой «1С» по функциям и лишь отличается более простым интерфейсом. Программа предназначена для автоматизации складских и торговых операций в организациях оптовой и розничной торговли. Преимуществами программы - удобство и высокая скорость работы, низкие требования к аппаратному обеспечению.
4. Профи-Т – это в первую очередь кассовая программа. Она собирает всю возможную информацию с касс: сбор информации о продажах, обновление справочных данных, управление кассовыми узлами, возвраты товаров, печать штрих-кодов, работа с прикассовыми весами и другие различные функции касс.
5. Большая птица – схожа с программами «1С» и «склад и торговля», но

главное ее отличие, что она является бесплатной. Так же выполняет функции учета, работы с заказами, поставщиками, ценниками и документами, но интерфейс отличается.

6. WORKABOX – главный плюс этого сервиса, что он может работать даже без интернета, а так же с несколькими торговыми сетями. Но по своим функциям, он ничем не отличается от выше перечисленных программ (операции с продажами).

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ МЕТОДОВ ПЕРЕОЦЕНКИ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

Концевая Юлия Валентиновна

студент Полесского государственного университета

научный руководитель: Данилкова Светлана Анатольевна

кандидат экономических наук, доцент

Полесского государственного университета

Основные средства – это материальные активы, которые предназначены для использования в процессе производства или поставки товаров и предоставления услуг, при сдаче в аренду или в административных целях, в течение более чем одного отчетного периода.

Переоценка основных средств – это регулярно проводимая оценка основных средств, с целью приведения их фактически сложившейся стоимости к ее реальному рыночному уровню.

В настоящее время, существенная проблема переоценки основных средств заключается в том, что коэффициенты пересчета стоимости рассчитываются на макроэкономическом уровне и редко достоверно отражают реальное изменение стоимости активов.

В соответствии с Положением о порядке переоценки основных средств, переоцененная стоимость объекта основных средств может определяться по усмотрению организации одним из следующих методов:

- индексный метод - производится на основании применения индексов пересчета, когда переоцененная стоимость определяется путем умножения первоначальной стоимости объекта на индекс пересчета;

- метод прямой оценки - базируется на ценах, сложившихся на новые объекты, которые аналогичны оцениваемым, на момент проведения переоценки;
- метод пересчета валютной стоимости - основывается на пересчете в белорусские рубли стоимости объекта в валюте по официальному курсу Национального банка Республики Беларусь.

Каждый из указанных методов имеет преимущества и недостатки, которые представлены в таблице.

Таблица

Преимущества и недостатки методов переоценки основных средств

Наименование метода	Преимущества	Недостатки
Индексный метод	Простота расчета	Несоответствие полученной стоимости реальной стоимости активов, а также искажение финансово-хозяйственных показателей организации; необоснованно высокая стоимость основных средств, что впоследствии приведет к: <ul style="list-style-type: none"> - увеличению налогов на организацию; - увеличению амортизационных отчислений; - завышению себестоимости продукции; - уменьшению рентабельности продукции; завышенная балансовая стоимость и существенное отличие ее от рыночной стоимости, в случае планируемого отчуждения активов или привлечения инвесторов
Метод прямой оценки	Позволяет самостоятельно проверять бухгалтеру стоимость и определять изменения в цене товаров у тех поставщиков, с которыми работает организация; определение реальной рыночной стоимости объекта, что впоследствии окажет положительное влияние на инвестиционную привлекательность организации	Требует более высокой трудоемкости по сравнению с другими методами, а также при оценке сложных объектов (к примеру, здание производственного цеха с оборудованием) необходимо привлекать профессионального оценщика и соответственно нести издержки по оплате его услуг
Метод пересчета валютной стоимости	Позволяет определить рыночную стоимость объекта с более высокой точностью	Не учитывает влияние научно-технического прогресса и изменение цен на рынке; применяется лишь в отношении импортированных объектов основных средств, которые приобретаются за иностранную валюту

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что наиболее альтернативными являются метод прямой оценки, а также метод пересчета валютной стоимости. Но если учесть тот факт, что метод пересчета валютной стоимости применяется только для импортированных объектов основных средств и всего лишь учитывает колебания валютных курсов, то оптимальным является метод прямой оценки. Данный метод позволяет создать наиболее благоприятные условия как для успешного функционирования организации на рынке, так и для привлечения потенциальных инвесторов, которые, владея информацией о реальной стоимости объектов, могут принимать более рациональные и эффективные управленческие решения.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКО-КИТАЙСКОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО ФОНДА

Копанёва Яна Юрьевна

студентка Среднерусского института управления (филиала) РАНХиГС

Маштаков Виталий Витальевич

студент Среднерусского института управления (филиала) РАНХиГС

*научный руководитель: **Попова Ольга Васильевна***

доктор экономических наук, доцент

Среднерусского института управления (филиала) РАНХиГС

Целью статьи является анализ состояния и перспективы развития Российско-Китайского инвестиционного фонда.

Укрепление российско-китайского межрегионального сотрудничества стало лейтмотивом переговоров Владимира Путина с председателем КНР Си Цзиньпином на полях Восточного экономического форума во Владивостоке. По итогам встречи было подписано сразу три документа, посвященных межрегиональному взаимодействию. В частности, министерство по развитию Дальнего Востока и Министерство коммерции Китая скрепили подписями меморандум о взаимопонимании по программе развития российско-китайского сотрудничества в торгово-экономической и инвестиционных сферах на Дальнем Востоке РФ на 2018-2024 годы. Ведомства также договорились о создании делового совета Дальнего Востока Байкальского региона и Северо-Востока КНР.

Китай уже сейчас является крупнейшим зарубежным инвестором дальне-

восточного региона России. На капиталовложения из КНР приходится 7% от общего объема инвестиций в ДВФО. Китайские компании реализуют там более 40 инвестиционных проектов, 8 из которых запущены в 2018 году. Управляющая компания Российско-Китайского Инвестиционного Фонда Регионального Развития создана в 2017 году.

Основными инвесторами Российско-Китайского Инвестиционного Фонда Регионального Развития являются крупнейшие государственные и частные корпорации Китайской Народной Республики, в том числе Китайская Национальная Ядерная Корпорация (China National Nuclear Corporation), компании Свободной экономической зоны Шэньчжэнь.

Под управлением Фонда находится 100 миллиардов юаней. Целью создания Фонда являются инвестиции в проекты на территории Российской Федерации и за ее пределами, реализация которых оказывает экономически значимый эффект на развитие России.

Подводя итог, можно сказать, что на фоне западных санкций в ближайшем будущем Россия и Китай смогут выйти на новый уровень экономических отношений путём планомерного и стабильного развития множества значимых инвестиционных проектов.

В настоящее время Китай вкладывает достаточное количество ресурсов практически во все важные направления российской экономики, от совместных проектов в области энергетики и добычи ископаемых до сферы обслуживания и торговли. Особое внимание Китай уделяет предприятиям, деятельность которых так или иначе связана с Дальневосточной частью страны.

Один из совместных проектов сотрудничества России и Китая в области энергетики является развитие Таньваньской АЭС, которое включает строительство блоков №7 и №8 АЭС и для блоков № 3 и № 4 АЭС «Сюйдапу», работы по поставке радиоизотопных термоэлектрических генераторов, взаимное содействие с Китайскими партнёрами в доработке быстрого реактора, а также решения вопросов и выделения площадки для размещения новых блоков АЭС.

Пользуясь геополитической ситуацией Китайские инвесторы ищут выхо-

ды новые рынки, пока западные страны не пытаются наращивать свою долю в России. На данный момент все более ощутимо выделяется преимущество китайских вложений перед западными. Доля китайских вложений составляет 6,6% и постоянно растет.

Востребованными отраслями производства у компаний с китайскими корнями стали добывающая, нефтехимическая и деревообрабатывающая промышленность и машиностроение. Такие проекты имеют долгосрочные инвестиционные перспективы и не ограничиваются разовым вложением.

Китайская компания Haier, производящую бытовую технику в Набережных Челнах, планирует расширение производственных площадей. В 2018 году было заложено строительство завода по производству стиральных машин с сопоставимыми инвестициями на \$50 млн. Так же на площадке в 127 га должен появиться индустриальный парк из 12 заводов, общая стоимость которых составит около \$1 млрд.

Ещё один не мало значимый проект с участием китайских инвестиций – «Ямал СПГ». Крупнейшей китайской нефтегазовой компания CNPC, которой принадлежит 20% по сжижению газа в Арктике, в 2016 году выкупила китайский инвестиционный Фонд шелкового пути за €1,089 млрд. В 2017 году была запущена первая производственная линия мощностью 5,5 млн. т. Запланировано всего их три, суммарная мощность в год составит около \$23,4 млрд.

В 2019 году запланировано ввести в эксплуатацию принадлежащий китайскому автопроизводителю Great Wall Motors автомобильный завод «Хавейл Мотор Рус» в городе Тула, строительство которого началось еще в 2015 году, а специализация приходится на кроссоверы и внедорожники. Все совокупные инвестиции на строительство оценивались в сумму около \$354 млн.

В 2017 году созданная при участии российско-китайского инвестиционного фонда группа компаний Russia Forest Products (RFP) запустила в городе Амурск Хабаровского края производство сухих пиломатериалов из ели и пихты. Инвестирование в проект оставило 12 млрд. рублей. Так же компанией RFP было анонсировано строительство еще нескольких заводов в Приморье и Яку-

тии.

Ещё масштабный проект, был реализован в 2017 году - станкостроительный завод в Ленинском районе Подмосковья. Инвестиции в российско-китайское производство «ДМТГ РУС» составили около 1,2 млрд. рублей, а все совокупные инвестиции в производство до 2020 года достигнут 8 млрд. рублей.

Позициями развития российско-китайского сотрудничества в области инвестиций главным является наращивание финансовых активов. В случае отсутствия финансовой выгоды ни один инвестор не захочет размещать свои активы, какими бы не были цели предприятия. В случае если китайским инвесторам российский рынок покажется недостаточно привлекательным, они смогут найти более выгодные способы вложения средств - в странах с благоприятным инвестиционным климатом, низким уровнем коррупции, а также более квалифицированными трудовыми ресурсами.

ВЛИЯНИЕ ЗАРУБЕЖНЫХ САНКЦИЙ НА ЭКОНОМИКУ РОССИИ

Костина Ксения Константиновна

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

Нетёсова Анна Сергеевна

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

научный руководитель: Вышенский Михаил Юрьевич

кандидат технических наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Актуальность выбранной темы состоит в том, что экономика России в последние три года переживает не только финансовый кризис, но и давление со стороны других стран, которые все чаще вводят безосновательные жесткие санкции, направленные против России. Поэтому для того, чтобы понять состояние экономики России на сегодняшний день, необходимо проанализировать влияние зарубежных санкций на Россию, а также проанализировать ответные действия России на санкции, направленные против нее.

Понятие санкции рассмотрела Гавриленко А.Е. в своей статье «Влияние санкций на отдельные отрасли Российской экономики»: санкции – это меры воздействия одних участников международной торговли на других с целью из-

менения сложившейся политической ситуации [2].

Понятие эмбарго рассматривают в работе «Влияние санкций на экономику Российской Федерации» Бексултанова Айбика Имрановна и Аслаханова Седа Асуевна: эмбарго — запрещение на ввоз и вывоз иностранных товаров, на пользование имуществом, принадлежащим иностранному государству, и т.п. [1].

Основной «санкционный напор» наших «западных партнёров» начался весной 2014 г., когда произошло присоединения Крыма к России. После этого США и ЕС ограничили доступ крупнейших российских банков и компаний к западному финансированию и ввели секторальные санкции, запретив передачу технологий и оборудования для ВПК таких компаний, как «Газпром», «Газпром нефть», «Лукойл», «Роснефть», «Сургутнефтегаз» и для ТЭК Крыма. В ответ Россия уже в августе 2014 г. ввела эмбарго на поставку продуктов питания из США, ЕС и других стран, которые ввели санкции.

Закон о новых санкциях, принятый в июле конгрессом США и подписанный 2 августа президентом Дональдом Трампом, ужесточает существующие санкции и распространяет их на транспортные отрасли, нефте- и газопроводы. Примером этого может служить строительство газопровода «Северный поток – 2» по дну Балтийского моря. Новый закон проявляет методом недобросовестной конкуренции, т.к. происходит ограничение доступа экономически выгодного покупателю трубопроводного российского газа на международные рынки (в основном Европы). Эти новые санкции не были приняты Европой, т.к. европейцы не вводили санкций в отношении «Газпрома».

Нефтегазовые компаний полностью адаптировались к существующим условиям и санкционному режиму. Поэтому сейчас они больше концентрируются на повышении эффективности и развитии своих ключевых активов в России. С 1 января 2017 г. правительство ввело при закупках госкомпаниями 15%-ный приоритет для российских товаров и услуг. Например, 15%-ный приоритет можно получить при закупке системы телеметрии для наклонного и горизонтального бурения.

Для российского ВПК санкции оказались болезненными. Импортные комплектующие – с Украины, из стран ЕС и НАТО – использовались в 640 образцах российского вооружения. По принятой в июле 2014 г. программе импортозамещения замене подлежало примерно 700 образцов комплектующих с Украины и 860 комплектующих Западных стран. Процесс замены украинских комплектующих должен будет завершиться к 2018 г., а западных – к 2022 г. Например, производство двигателей типа ТВ3-117/ВК-2500 для вертолетов замещается заводом компании «Климов», в 2017 г. выпустит около 150 моторов. Это позволит впервые оснастить все передаваемые Вооруженным силам военные вертолеты новыми моторами российского производства.

Также большую роль сыграло продовольственное эмбарго. В августе 2014г. Россия запретила импорт фруктов, овощей, сыров, молока, мяса и рыбы из всех стран, которые присоединились к антироссийским санкциям. Эмбарго повлекло за собой:

1. Увеличение государственной поддержки (сельскому хозяйству было выделено в 2014 г. – 190 млрд. руб., в 2015 г. – 222 млрд, в 2016 г. – 223 млрд. и так далее);
2. Сокращение доли импорта (в свинине в 3 раза – 8% в 2016 г., а в мясе птицы в 2,5 раза – 5% в 2016 г.).

К тому же торговые сети стали работать с российскими производителями, на которых раньше внимания не обращали.

Анализ рынка розничной торговли, показал сокращение импортных продуктов. На рисунке 1 отображена динамика доли импорта в объеме товарных ресурсов розничной торговли по России [3].

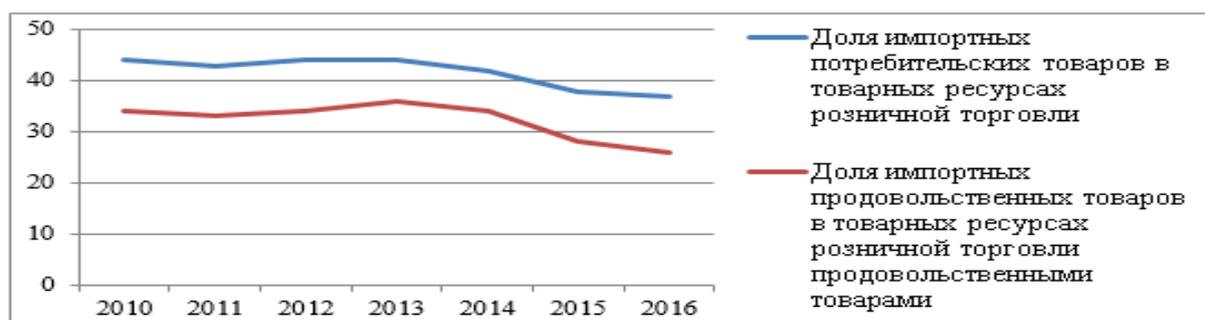


Рис. 1. Доля импорта в объеме товарных ресурсов розничной торговли по России

Пока не известно, будут ли эти санкции использоваться в полной мере, но многое зависит от позиции ЕС и Китая, основных торговых партнеров России.

Для больших проектов трудно найти финансирование без иностранных партнёров. Но в связи с санкциями, направленные на Россию, иностранные инвестиции в российскую экономику упали. Поэтому необходимо искать инвесторов внутри страны. В конечном итоге капиталовложения в российскую экономику не сократились, а продолжили свой рост. В 2016 году капиталовложения составили 14,6 триллионов рублей, что на триллион больше, чем в 2013 году [4].

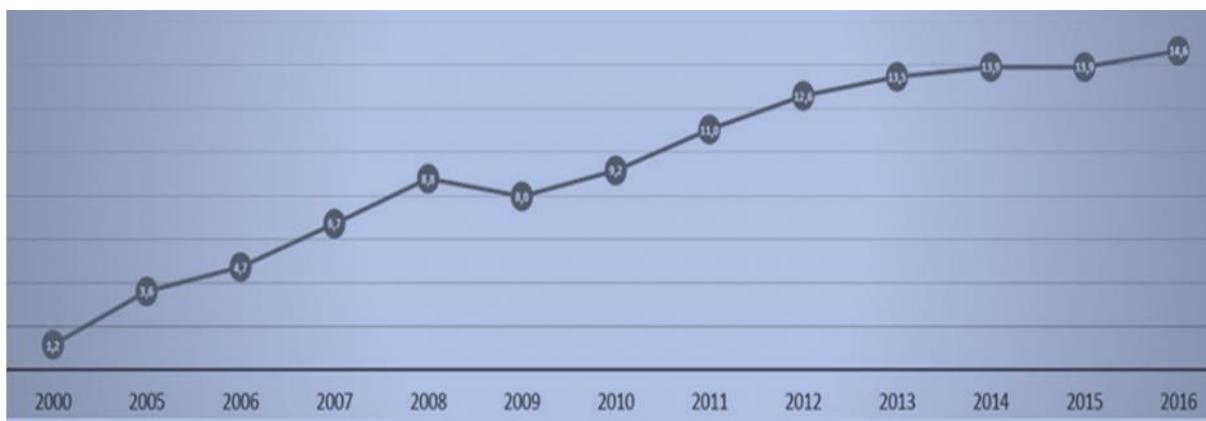


Рис. 2. Инвестиции в основной капитал РФ, трлн. рублей [4]

Сбербанк и Роснефть, крупные российские компании, потеряли возможность привлекать займы за рубежом, кроме краткосрочных кредитов. В начале эта ситуация казалась серьёзным ударом по компаниям, так как Сбербанк, не взяв в долг, не сможет давать в долг россиянам: физическим и юридическим лицам. Поэтому сами россияне стали вносить свои вклады. Депозиты физических лиц в банках за 4 года возросли на 7 триллионов рублей – на 43% [4].

Эти деньги позволили пусть не полностью, но отчасти, компенсировать утрату западных источников финансирования.

По источнику ЦБ РФ можно сказать, что [4]:

- внешний долг корпоративного сектора на 2017 г. по сравнению с 2016 г. уменьшился на 12,5 \$ млрд., что в процентах составляет 2,6;
- отток капитала из России, начиная с 2014 г. уменьшается. В 2016 г. по сравнению с 2015 г. отток уменьшился на 38,3 \$ млрд. (на 65,9%);

- увеличились прямые инвестиции в РФ. В 2016 г. по сравнению с 2015 г. инвестиции увеличились на 26,1 \$ млрд.

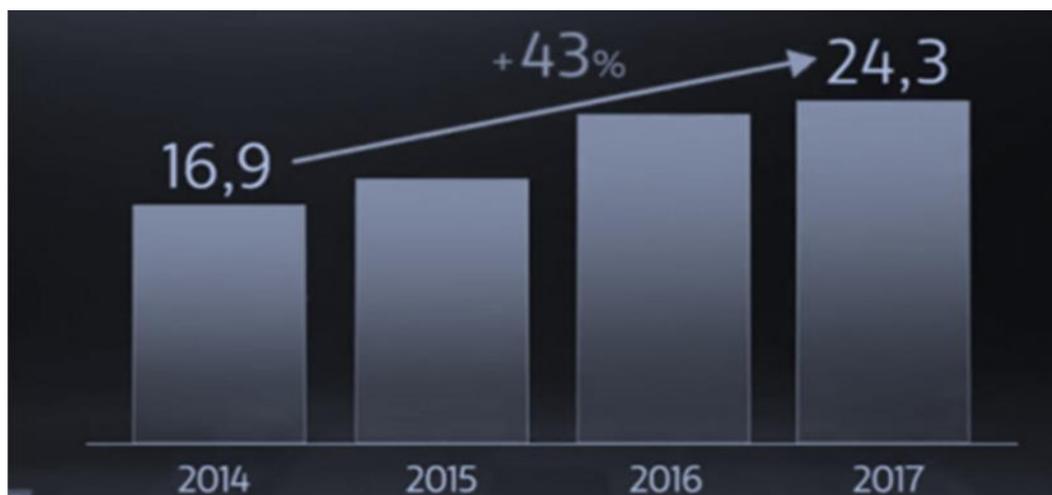


Рис. 3. Объем банковских вкладов населения, трлн. руб., на начало года [4]

Это свидетельствует о том, что в большинстве санкций, направленные против России, дали большой толчок для развития государства. Поэтому сейчас можно оценивать реальные возможности страны и стремиться развить ее потенциал.

Во многом западные санкции помогли России обратить внимание на внутренние проблемы экономики, которые вошли в фазу активного роста, даже, несмотря на сохранение низких цен на нефть. Так же санкции в последние несколько лет научили Россию, что нужно рассчитывать в первую очередь на себя, на развитие собственных производств, развитие малого и среднего бизнеса - то, на что не будет влиять внешняя среда. Поэтому Российская экономика во многом уже приспособилась к непростым внешним условиям, и последнее расширение санкций США в отношении России не нанесет ей существенного и непоправимого ущерба. Наоборот, активное использование внутреннего российского и иностранного (СНГ, Китай, страны Азии, Африки, Латинской Америки) потенциала способствует продуктивному развитию отечественной экономики и страны в целом.

Список литературы:

1. Бексултанова А.И., Аслаханова С.А. Влияние санкций на экономику Российской Федерации // Молодой ученый. - 2016. - №3.

2. Гавриленко А.Е. Влияние санкций на отдельные отрасли российской экономики // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 11.
3. Завадская В.В., Сарсенова Д.Р. Влияние санкций на экономику России // Молодой ученый. - 2017. - №10.
4. Центральный банк Российской Федерации. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.cbr.ru>

IMPACT OF MANAGEMENT ACCOUNTING TO INCREASE THE EFFICIENCY OF ENTERPRISES

Kosykh Margarita Aleksandrovna

graduate student of The T.F. Gorbachev Kuzbass State Technical University

scientific supervisor: Tyuleneva Tatyana Aleksandrovna

PhD in Economics, an assistant professor of

The T.F. Gorbachev Kuzbass State Technical University

Today implementation of management accounting is one of the most discussed topics in management practice. Points of view about the subject of management accounting are located in the range of its interpretation as a type of accounting, including collection, registration and summarizing of data to understand management accounting as management system, including planning, organization, accounting, control, analysis, decision-making at an enterprise [1, p. 4].

Accounting data can not fully meet the need for the head of operational information for decision-making, firstly, due to the fact that accounting is conducted mainly to provide reliable reporting to regulatory bodies; secondly, due to the retrospective nature of accounting, the head will not be able to respond quickly to changes in the workflow and assess prospects for development in making management decisions; third, all business transactions in accounting must be executed by supporting documents, that is, if a document is missing, delayed or decorated incorrectly, but, for example, a service provided to a buyer, a supplier will not make an accounting record and operational information will not arrive on time management [2].

An effective way to improve the efficiency of enterprise activity is introduction of a management accounting system, which is successfully used by foreign enterprises.

Management accounting is a part of management system responsible for prepa-

ration of information on operational and forecast management decisions. It follows that the objective of management accounting is information supporting of management decisions [3, p. 5].

Management accounting provides a head with information on number and condition of inventories; formation of production`s costs; pricing justification; amount of net profit (net loss) and identify causes of deviations; income received and expenses incurred. Obtained information is analyzed, in the course of which ways of more rational using of resources are revealed, information on types and volumes of finished products is prepared, ways of further development are determined, investment policy is developed.

Analyzed information is the basis for transition to the next management accounting function – planning. The importance of planning lies in the fact that with its help an enterprise determines strategy of development.

As a rule, the need to introduce a management accounting system appears when a head begins to notice imperfections of existing enterprise management system:

1. no planning activities of an enterprise, and therefore no calculation planned cost indicators in accordance with internal standards of the enterprise, no projects of results of activity, no analysis of deviations of actual values from planned ones, and no possibilities to identify causes of these deviations;
2. cost accounting system is not transparent, that is, it is impossible to determine their true value, and to analyze them from different positions in order to monitor activities and management;
3. no estimates of profitability for certain types of activities;
4. no procedures for analysis and decision-making in management on the production program, pricing, evaluation of investment projects, etc.;
5. an insufficient level of personnel motivation for cost reduction and increasing of profitability of department and enterprise as a whole;
6. no possibility of prompt receipt of necessary information from heads of departments.

In market conditions, rapid response to external and internal changes is an important condition for improving the efficiency of economic entity. Therefore, before proceeding to introduction of management accounting, you should perform preparatory measures, which include definition of responsibility centers and calculation of their costs. Every responsibility center can independently make management decisions on budgeting, reporting, calculation of deviations from cost plan and assessment of reasons for their appearance. A responsibility centre is important for management accounting system because each of them is assigned a person responsible for results of activity, thereby improving efficiency of management accounting. After allocation of costs to financial responsibility centers, you may move to the implementation of management accounting system. First of all, it needs to determine who will be responsible for organization of management accounting and which department should be given responsibility for its implementation.

Often you can see that responsibility of organization of management accounting is assigned to personnel of accounting department. However, according to some Russian scientists, this choice is irrational, because of, firstly, accounting department is one of the busiest departments; secondly, peculiarity of accounting department's activity does not always coincide with methodology of management accounting; thirdly, due to the specifics of his profession, an accountant is more focused on actual indicators than on plan ones.

As a rule, responsibility for implementation of management accounting rests with the head of an enterprise, because its organization must fully meet his needs in the form of information, methods of its formation and organization of management accounting in a whole. After introduction of management accounting, the head may confer authority commercial director or department of management accounting and control to maintain it.

Next, we determine stages of organization of management accounting. The first step is to identify main users of management accounting information. These are heads of departments responsible for making management decisions of their financial responsibility center. The second stage is definition of management accounting meth-

odology. Efficiency of enterprise activity depends on correct construction of this stage, because here all necessary indicators for the calculation, the depth of analysis, responsibilities of personnel are determined. After definition of methodology of management accounting we can carry out its approval by edition of a local regulation with signatures of responsible persons about acquaintance.

The third stage is formation of list of necessary reporting. Generally, enterprises applying system of management accounting use such forms of management reporting as statement of cash flows, statement of profit and loss, management balance, analysis of financial ratios. At this stage, it is also necessary to determine the timing of reporting to management. The fourth stage is development of management accounting structure, where it is necessary to determine which automated management accounting system will be used in an enterprise; whether management accounting needs to be maintained in parallel with accounting, or their data should be comparable; whether IFRS requirements need to be taken into account. In other words, depending on objectives of implementation of management accounting is necessary to make its structure. The fifth, final, stage is implementation of management accounting methodology, and his end will be adjusted work of management accounting system in a whole [4, p. 46].

All five stages together can improve efficiency of enterprise activity and contribute to development strategy of enterprise.

A process of implementation a management accounting system can be difficult because of follow reasons: resistance of personnel to innovations, problems in recruiting personnel responsible for maintenance of management accounting; misunderstanding differences between accounting and managerial accounting, wrong interpretation of methods of management accounting; problems of automation and software implementation [5, p. 184]. After successful implementation of management accounting system in enterprise, it should not be forgotten that management accounting is a flexible process by which personnel need to provide operational information, adapting to any external or internal changes. As practice shows, interest of a head in effective system of management accounting, and qualified and interested in improv-

ing efficiency of an enterprise specialists, and true strategy may be factors will allow to implement successful functioning of management accounting in an enterprise.

References:

1. Tyuleneva T.A. Formirovaniye sistemy upravlencheskogo ucheta na promyshlennykh predpriyatiyakh: monografiya / T.A. Tyuleneva – Moskva : RUSAINS, 2016.
2. Prikaz Minfina Rossii ot 29.07.1998 N 34n «Ob utverzhdenii Polozheniya po vedeniyu bukhgalterskogo ucheta I bukhgalterskoi otchetnosti v Rossiiskoi Federatsii» (Zaregistrirvano v Minyuste Rossii 27.08.1998 N 1598).
3. Krukovskaya T. A. Organizatiya upravlencheskogo ucheta na predpriyatiyakh khimicheskoi promyshlennosti: avtoreferat disstertatsii na soiskaniye uchenoi stepeni kandidata ekonomicheskikh nauk / Novosibirskii gosudarstvennii tekhnicheskii universitet ekonomiki i upravleniya. Novosibirsk, 2006.
4. Adamov, N.A. Proizvodstvenii uchet – osnova upravlencheskogo ucheta // Auditorskiye vedomosti. 2003. № 11 – s. 140-149.
5. Kerimov V.E. Teoriya i praktika organizatsii upravlencheskogo ucheta na proizvodstvennykh predpriyatiyakh: nauchnoye izdaniye. Moskva: IVTs «Marketing», 2001.

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ЭКОНОМИКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Коток Сергей Геннадьевич

*студент Белорусского торгово-экономического университета
потребительской кооперации*

научный руководитель: Кривошеева Лариса Николаевна

кандидат экономических наук, доцент

Белорусского торгово-экономического университета

Потребительской кооперации,

Малое и среднее предпринимательство в Беларуси вносит весомый вклад в развитие национальной экономики. Доля малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь – 24% ВВП, 40% выручки от реализации продукции, 37% инвестиций в основной капитал, 28,5% налоговых поступлений, более 42% объема внешней торговли. В сфере малого и среднего бизнеса в настоящее время работает более 30% занятого населения. Принимаемые меры по улучшению условий ведения бизнеса способствовали устойчивому приросту количества субъектов малого предпринимательства за период с 2010 по 2016 гг. Их количество увеличилось с 86,9 тыс. до 107,4 тыс. (рост на 23,5%). Количество индивидуальных

предпринимателей к 2016 г. составило 240 тыс. человек, увеличившись по сравнению с 2010 г. на 4,2 тыс. человек или 1,8% (рис. 1).

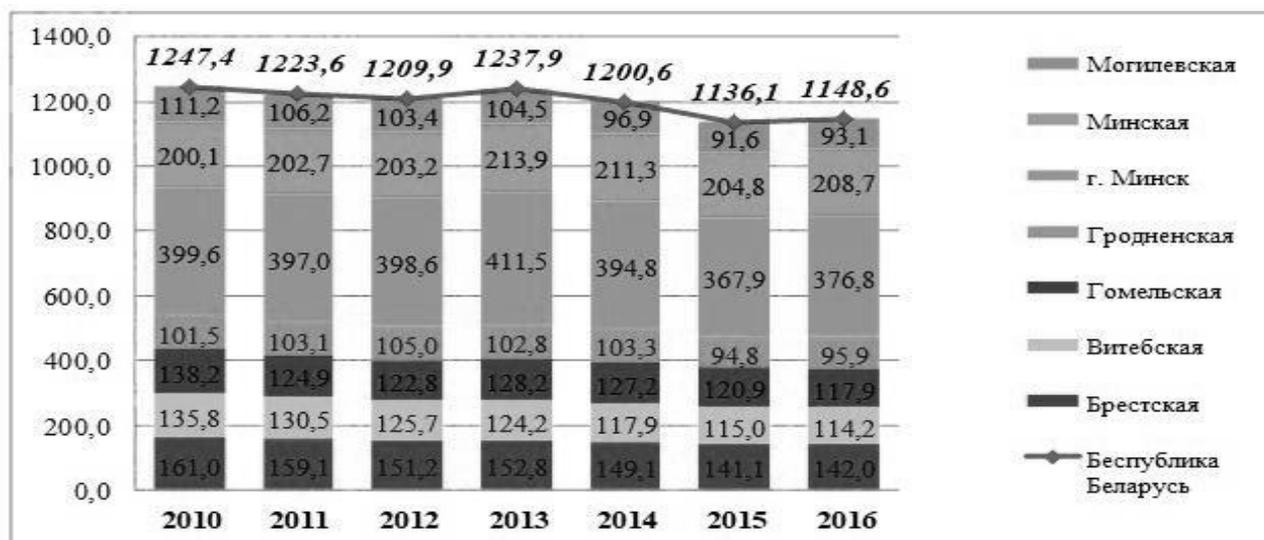


Рис. 1. Статистика количества индивидуальных предпринимателей [2]

В Беларуси отмечается устойчивый рост количества лиц, осуществляющих ремесленную деятельность. С 2010 по 2016 гг. их число возросло в 5,4 раза и составило по итогам 2016 г. более 23 тыс. человек. Такой рост объясняется тем, что для занятия этой деятельностью созданы достаточно комфортные условия. Несмотря на положительную динамику относительных показателей, следует отметить сокращение занятых в данном секторе. За последние три года общее число работников в секторе малого и среднего предпринимательства сократилось на 7,2% (рис. 2).

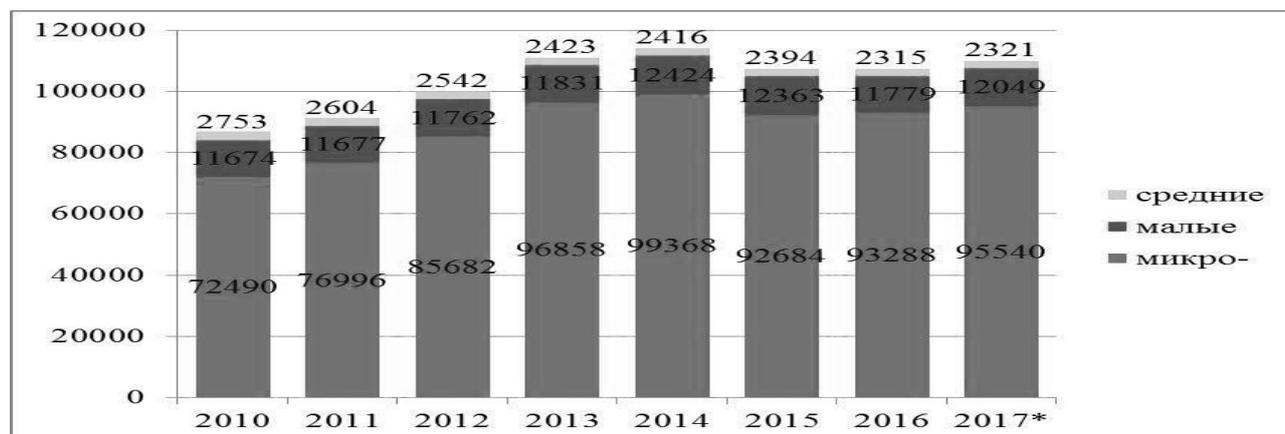


Рис. 2. Статистика общего числа работников в секторе малого и среднего предпринимательства [2]

Частично падение занятости в секторе малого и среднего предпринимательства компенсировалось ростом количества работников, нанятых индивиду-

альными предпринимателями. Этому способствовали принятые в последнее время решения по отмене ограничений для индивидуальных предпринимателей по найму работников, а также сокращение численности работников на государственных предприятиях. Малый и средний бизнес распределен по территории Беларуси неравномерно. Более высокая степень его концентрации отмечается в столице и крупных городах. Основная причина такого положения заключается в том, что в столице и крупных городах более развита инфраструктура, способствующая развитию малого и среднего бизнеса, более высокий уровень доходов и выше покупательский спрос. Основными причинами, сдерживающими в настоящее время развитие МСП и не позволяющими ему усилить вклад в экономику Беларуси, являются:

- нестабильность законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность, неразвитость института оценки регулирующего воздействия проектов нормативных правовых на условия осуществления предпринимательской деятельности, что не позволяет малому и среднему бизнесу осуществлять перспективное планирование своей деятельности;
- отсутствие надлежащих условий для конкуренции, монополизм, особенно со стороны крупных государственных предприятий;
- высокая контрольная нагрузка на бизнес, высокий уровень штрафных санкций, в том числе за формальные нарушения, что способствует ухудшению производственных и финансово-экономических показателей и зачастую приводит к вынужденному прекращению предпринимательской деятельности;
- недостаточное развитие современных финансовых институтов, в том числе неразвитость микрофинансовых организаций, краудфандинговых площадок, венчурных фондов [4].

23 ноября 2017 г. был принят Декрет Президента Республики Беларусь № 7: «О развитии предпринимательства». Следует отметить, что данный декрет предусматривает кардинальное изменение механизмов взаимодействия государственных органов и бизнеса, минимизирует вмешательство должностных лиц в работу субъектов хозяйствования и усиливает механизмы саморегулиро-

вания бизнеса, его ответственность за свою работу перед обществом. При этом сохраняется минимально необходимый уровень контроля со стороны государства. Согласно декрету до 2020 года не допускается повышение существующих налогов и введение новых налогов, сборов и пошлин. При этом сделана оговорка, что повышение ставок налогов, установленных в белорусских рублях, возможно в целях их адаптации к инфляционным процессам. К примеру, ставки земельного налога, акцизов закреплены в белорусских рублях и могут индексироваться. Также повышение налогов возможно, если международные договоры, участницей которых является или станет Беларусь, предусматривают такое повышение.

Очень полезное нововведение: с 1 января 2018 года интернет-магазины смогут применять упрощенную систему налогообложения (УСН). Это важное изменение для бизнеса в сфере e-commerce - с 1 января 2016-го такой бизнес был не вправе использовать упрощенную систему налогообложения. Малым бизнесам проще и удобнее применять УСН, чем другие системы налогообложения. Она предусматривает меньше форм отчетности, затрат на бухгалтерию и в некоторых случаях - более выгодную ставку налога. Например, если при общей системе налогообложения (ОСН) со 100 BYN прибыли вы заплатите 18 BYN как организация и 16 BYN как ИП, то при УСН со 100 BYN выручки (без учета расходов) - соответственно 5 или 3 BYN. Так, декрет закрепляет, что нормативные правовые акты СССР и БССР, в том числе технические, которые регулируют порядок и условия осуществления экономической деятельности, не являются обязательными. До этого, если в белорусском законодательстве были «пробелы» и какие-то вещи не регулировались, могли применяться соответствующие советские акты — если они не противоречили законодательству Беларуси. В некоторых случаях ситуации доходили до абсурда. Так, сейчас законодательством не утвержден бланк доверенности, поэтому можно использовать любую удобную форму. Однако до сих пор популярна форма доверенности, утвержденная в СССР, и госпредприятия зачастую требуют именно ее и не признают никакую другую [1]. Исходя из всего изложенного выше, можно сделать

вывод, что проблемы развития малого и среднего бизнеса являются достаточно актуальными для Республики Беларусь, и что данный сектор экономики может внести достаточный вклад в развитие и повышение количественных и качественных показателей экономического роста страны.

Список литературы:

1. Декрет–7 о развитии предпринимательства. – Белорусское телеграфное агентство. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://www.belta.by/president/view/dekret-7-o-razvitii-predprinimatelstva-277475-2017>
2. Незрелость малого и среднего бизнеса в Беларуси – миф. - Информационно-аналитическое издание о Евразийском регионе: [Электронный ресурс].– Режим доступа: <http://eurasia.expert/nerazvitost-malogo-i-srednego-biznesa-v-belarusi-mif/>.
3. Проблемы малого бизнеса Республики Беларусь.– Белорусское телеграфное агентство: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/4294323/page:7/>
4. Стратегию развития МСП в Беларуси до 2030 года разработают в течение года. Белорусское телеграфное агентство – [Электронный ресурс].– Режим доступа: <http://www.belta.by/economics/view/strategiju-razvitija-msp-v-belarusi-do-2030-goda-razrabotajut-v-techenie-goda-190666-2016/>

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЙ «ИЗНОС» И «АМОРТИЗАЦИЯ» ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ И ИХ ОТЛИЧИЯ

Кохович Юлия Григорьевна

магистрант Полесского государственного университета

научный руководитель: Данилкова Светлана Анатольевна

кандидат экономических наук, доцент

Полесского государственного университета

Одним из основных элементов затрат на производство и реализацию продукции является амортизация.

Многие убеждены, что износ и амортизация – это идентичные понятия. Однако это мнение ошибочно, поскольку они, хотя и имеют что-то общее между собой, все же принадлежат к разным операциям. Поэтому следует разобраться, в чем их разница и доказать, что это различные экономические категории.

Существенные издержки предприятий связаны с затратами на приобретение основных средств. Их особенность заключается в том, что они служат го-

дами, а не расходуются за один производственный цикл, но при этом они изнашиваются.

Проблемы учета амортизации и износа в силу своей актуальности исследовали не только отечественные, но и зарубежные ученые. В частности, в научных трудах И.П. Бабенко рассматривал амортизацию как основной источник финансирования технического переоснащения агропромышленного комплекса, которые образуются в процессе использования средств труда в материальном производстве. Ф.Ф. Бутинец, Л.И. Гаврилюк и Д.Д. Гордиенко трактуют износ, как сумму амортизации объекта основных средств с начала срока его полезного использования; А.Б. Борисов рассматривает амортизацию как элемент себестоимости. В настоящее время, по мнению автора, нет единого подхода к объяснению понятия «амортизация», но можно сказать, что все точки зрения отечественных и зарубежных экономистов схожи между собой.

Таблица 1

**Содержание понятий «износ» и «амортизация»
в экономической литературе**

Автор	Износ	Амортизация
Левкович О.А. [3, с. 150]	Потеря потребительских свойств как в процессе эксплуатации основных средств, так и при их бездействии	Механизм (процесс) постепенного переноса стоимости основных средств на готовый продукт и накопление денежных средств для замены изношенных внеоборотных активов
Гацалов М.М. [2, с. 16, с. 124]	Постепенная утрата основными фондами (зданиями, машинами и другими средствами труда) их полезных свойств	Процесс перенесения стоимости средств труда по мере износа на производимый с их помощью продукт и использование этой стоимости для последующего воспроизводства средств труда
Азрилиян А.Н. [1]	Потеря стоимости основных средств по установленным нормам в процессе их эксплуатации	Процесс переноса стоимости постепенно изнашивающихся основных средств на изготовленную продукцию
Переверзев М.П. [4, с. 71]	Это потеря объектами основных средств своих потребительских свойств и первоначальной стоимости	Это постепенное перенесение стоимости основных средств в процессе их эксплуатации на стоимость готовой продукции, работ, услуг

Особенностью функционирования объектов основных средств является сохранение в течение длительного времени их натуральной формы с одновременным изменением стоимости. В экономической литературе различают такие

понятия как «износ» и «амортизация». Рассмотрим в таблице 1 мнения различных авторов относительно понятий «износ» и «амортизация».

Следует отметить, что различают физический и моральный износ. В первом случае основные средства постепенно теряют свои производственно-технические качества и полностью выходят из строя, то есть утрачивают потребительскую стоимость. Физический износ может проявляться по-разному для разных групп основных средств. Кроме того износ происходит неравномерно. Некоторые элементы (оборудование, инструмент) активно участвуют в производственно процессе, поэтому гораздо быстрее изнашиваются, чем здания.

По мнению автора можно выделить следующие виды физического износа:

- разрушение бездействующих основных средств в результате воздействия природных условий (например, коррозия);
- механическое изнашивание оборудования.

Кроме того физический износ может быть еще полным и частичным.

Моральный износ представляет собой обесценение основных средств, которые еще пригодны к эксплуатации, в результате создания новых, более совершенных.

По мнению автора, на основании сопоставления понятий «амортизации» и «износа» можно выделить следующие отличия:

- по времени наступления – амортизация начисляется в результате износа основных средств, т.е. является его следствием;
- «амортизация» – это денежный эквивалент износа основных средств, тогда как «износ» не имеет денежного выражения;
- амортизация не всегда зависит от уровня износа;
- в бухгалтерском учете термин «износ» не используется, только – «амортизация», а «износ» – понятие из области финансового анализа;
- «износ» – уменьшение стоимости основных средств и показатель устаревания оборудования, а «амортизация» – перенос на стоимость производимой продукции, который позволяет восстановить фонд основных средств.

Таким образом, можно сделать вывод, что понятие «амортизация» является следствием понятия «износ», то есть на первоначальном этапе происходит износ основных средств, а затем предприятие начисляет амортизацию с целью их возобновления. Но с другой стороны, одно понятие не зависит от другого, потому что по объекту может быть полностью списана стоимость на изготовленную продукцию, но он не подвергся полному физическому износу и его можно использовать в будущем и наоборот.

Список литературы:

1. Азрилиян А.Н. Большой бухгалтерский словарь / А.Н. Азрилиян, О.В. Савинская. – М.: Институт новой экономики, 1999.
2. Гацалов М.М. Современный экономический словарь-справочник – Ухта: УГТУ, 2002.
3. Левкович О.А. Бухгалтерский учет: учеб. пособие для вузов / О.А. Левкович, И.Н. Тарасевич. – Минск: Амалфея, 2011.
4. Переверзев М.П. Бухгалтерский учет: учеб. пособие / М.П. Переверзев. – М.: ИНФРА-М, 2009.

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕЖБЮДЖЕТНЫХ ОТНОШЕНИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Краевский Богдан Николаевич

*студент Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

научный руководитель: Лобанова Марина Евгеньевна
кандидат экономических наук, доцент

*Донецкого национального университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского*

Пожалуй, во всем мире не найдется государства, в котором не появлялись бы трудности при установлении межбюджетных взаимоотношений между центром и областями, а также внутри самих территорий. Межбюджетные отношения определяют разного рода аспекты финансовой децентрализации и финансовой самостоятельности территориальных образований.

В соответствии со ст. 71 «Основы межбюджетных отношений» Бюджетного кодекса Республики Беларусь (РБ), межбюджетными отношениями являются отношения, между республиканскими органами государственного управления и органами местного управления и самоуправления при осуществлении

бюджетного процесса [1].

Необходимость перераспределения денежных средств между бюджетами предопределяют дифференциация финансовых возможностей территорий, а также разный уровень обеспеченности органов власти финансовыми ресурсами.

Межбюджетные трансферты предполагают денежные средства, взятые из бюджета и переданные из вышестоящих бюджетов в нижестоящие на безвозвратной и безвозмездной основе. С их помощью осуществляется финансовое выравнивание развития областей в государстве.

Финансовая поддержка из республиканского бюджета должна выравнивать удельные бюджетные расходы, то есть подтягивать бедные регионы по уровню расходов к среднему уровню жизни. Очевидно, что такое выравнивание не должно резко улучшать финансовое положение одних регионов (по отношению к другим), так как в этом случае у региона пропадёт стимул к «добыванию» средств. Не должно выравнивание приводить и к уменьшению состояния региона (относительно других регионов), так как это снизит заинтересованность увеличения собственных доходов, что недопустимо. Формами перераспределения средств являются межбюджетные трансферты и бюджетные кредиты. Межбюджетные трансферты имеют форму дотаций, субвенций и иных межбюджетных трансфертов.

Из республиканского бюджета в консолидированные бюджеты областей и г. Минска передаются дотации и субвенции, размер которых, как и других трансфертов, устанавливается законом о республиканском бюджете РБ на очередной финансовый год. Результаты анализа динамики и структуры безвозмездных поступлений местных бюджетов РБ за 2017-2018 гг. приведены в табл. 1 [2, 3].

Согласно данным, приведенным в табл. 1, размер предоставляемых безвозмездных поступлений в 2018 году по сравнению с 2017 годом увеличился на 21,2 млн. руб., в основном за счёт значительного увеличения объёма дотаций на 98,9 млн. руб. или на 4,3%. Стоит отметить, что финансирование расходов субвенций по всем показателям незначительно уменьшилось, кроме субвенций по

погашению облигаций, эмитированных областными исполнительными комитетами. Наибольшее уменьшение размеров субвенций на финансирование расходов наблюдается по развитию сельского хозяйства и рыбохозяйственной деятельности на 33 млн. руб.

Таблица 1

Анализ динамики и структуры безвозмездных поступлений местных бюджетов РБ за 2017-2018 год

Показатели	Направления	Сумма, млн. руб.		Изменения	
		2017	2018	абс., (+,-)	отн., %
Дотации	На нефть, газ, на переработку нефти, прямые кредиты, доступ белорусских товаров на российский рынок без пошлин и ограничений и другое	2 275,8	2 374,7	98,9	4,3
Субвенции (за исключением субвенций, передаваемых из республиканского дорожного фонда) на финансирование расходов	по восстановлению и развитию регионов, пострадавших в результате катастрофы на Чернобыльской АЭС	91,6	82,5	-9,1	-10
	по предоставлению льгот гражданам, пострадавшим от катастрофы на Чернобыльской АЭС, включая выплату компенсаций и обеспечение бесплатным питанием учащихся на территории радиоактивного загрязнения	196,5	194,5	-2	-1,1
	по проведению мероприятий по радиационной защите и адресному применению защитных мер	87,3	78,6	-8,7	-10
	по индексированным жилищным квотам	46,6	25,9	-20,7	-44,5
	по развитию сельского хозяйства и рыбохозяйственной деятельности	182,8	149,8	-33	-18
	по проектированию и строительству (реконструкции) объектов инженерной и транспортной инфраструктуры для районов жилой застройки	110,7	99,6	-11,1	-10
	по проектированию и строительству (реконструкции) новых уличных распределительных газопроводов	64,9	38	-26,9	-41,4
	по погашению облигаций, эмитированных областными исполнительными комитетами.	16,6	20,4	3,8	22,8
	по обслуживанию облигаций, эмитированных областными исполнительными комитетами.	25,4	10,4	-15	-59
	по уплате части процентов за пользование кредитов, выдаваемых банками на строительство (реконструкцию) жилых помещений, и субсидий на погашение основного долга по этим кредитам	-	45	45	-
Всего безвозмездных поступлений:		3098,2	3119,4	21,2	0,06

Таким образом, можно сделать вывод о том, что на основе межбюджетных трансфертов, которые предоставляются исходя из установленных нормативов бюджетной обеспеченности, осуществляется финансовое развитие регионов в РБ. Такой подход позволяет повышать эффективность использования бюджетных средств и осуществлять концентрацию ресурсов.

Из чего следует, что целью совершенствования межбюджетных отношений в РБ будет повышение эффективности использования бюджетных средств путем улучшения перераспределения бюджетных потоков.

Мы поддерживаем точку зрения тех ученых-экономистов и практиков, считающих, что создание рациональной системы межбюджетных отношений возможно при исполнении следующих мероприятий:

- повышение финансовой самостоятельности регионов, за счёт укрепления доходной базы местных бюджетов. Необходимо установить законодательно минимальное количество собственных доходов в общем объеме доходов бюджетов регионов;

- обеспечение соответствия доходов расходными функциями местных бюджетов и на этой базе достичь общего экономического равновесия. Сбалансированность доходов и расходов местных бюджетов достигается при помощи рационального сочетания разных способов и методов бюджетного регулирования;

- создание единых подходов к организации всех видов финансовой поддержки, в наибольшей степени реализовав потенциал их целенаправленного воздействия на экономику регионов. Механизм предоставления финансовой помощи регионам должен увеличивать заинтересованность органов государственной власти на местах в расширении собственной доходной базы, развитии инвестиционной активности, проведении структурных изменений в экономике регионов;

- обеспечение сокращения дотационности местных бюджетов, на законодательном уровне ограничив их уровень;

- создание республиканских фондов финансовой помощи регионов [4, с.

483-484].

На наш взгляд, дальнейшее реформирование межбюджетных отношений должно заключаться не в увеличении суммарного размера трансфертной поддержки из вышестоящего бюджета, а в увеличении качества распределения трансфертов между областями. Механизмы дотирования должны стимулировать региональные властные структуры к развитию своей ресурсной базы бюджетов. Также, для устойчивого местного развития важно увеличение предсказуемости размера ресурсов, которым будет располагать каждый из регионов в среднесрочной перспективе. При этом перспективное прогнозирование межбюджетных трансфертов должно являться неотъемлемым элементом среднесрочного прогнозирования бюджета в целом. При этом важно, чтобы бюджетные реформы не ограничивались взаимоотношениями республиканского и областного уровней бюджетов. Они должны найти свое практическое применение в каждом районе и городе.

Из всего выше сказанного следует, что комплекс мер по укреплению межбюджетных отношений и перераспределения бюджетных потоков, будет содействовать сбалансированности и стабильности местных бюджетов, выравниванию уровней бюджетной обеспеченности и социально-экономического развития административно–территориальных единиц.

Список литературы:

1. Министерство финансов. Бюджетный кодекс Республики Беларусь: принят Палатой представителей 17.06.2008.: Одобрен Советом Республики 28.06.2008. [Электронный ресурс] – Режим доступа: minfin.gov.by/budgetary_policy/budgetary_legislation/b4573ae0f83809cd.htm
2. Министерство финансов. Закон Республики Беларусь 18.10.2016 г. № 431-З «О республиканском бюджете на 2017 г.» [Электронный ресурс] – Режим доступа: minfin.gov.by/upload/bp/act/zakon_181016_431z.pdf
3. Министерство финансов. Закон Республики Беларусь 31.12.2017 г. № 86-З «О республиканском бюджете на 2018 г.» [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.minfin.gov.by/upload/bp/act/zakon_311217_86z.pdf
4. Сорокина Т.В. Государственный бюджет: учебник – БГЭУ, 2012.

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Кретьева Анастасия Станиславовна

студентка Среднерусского института управления (филиала) РАНХиГС

научный руководитель: Попова Ольга Васильевна

доктор экономических наук, доцент студентка

Среднерусского института управления (филиала) РАНХиГС

Повышение уровня инвестиционной активности является наиболее эффективным инструментом, с помощью которого обеспечивается устойчивый рост экономики Орловской области. Благодаря инвестициям становится возможным преодоление научно-технического отставания, создание новых производственных фондов, формирование современных организационно-экономических институтов и рыночной инфраструктуры [1].

Региональная инвестиционная политика заключается в совокупности мероприятий, направленных на повышение объемов инвестиций, а также на формирование благоприятного инвестиционного климата.

В настоящее время инвестиционная политика Орловской области находится в шатком и нестабильном положении. Принимаемые законы, постановления, указы, распоряжения в области налоговой и социальной политики часто противоречат друг другу. По этой причине становится невозможным в полном объеме провести целенаправленную региональную инвестиционную политику.

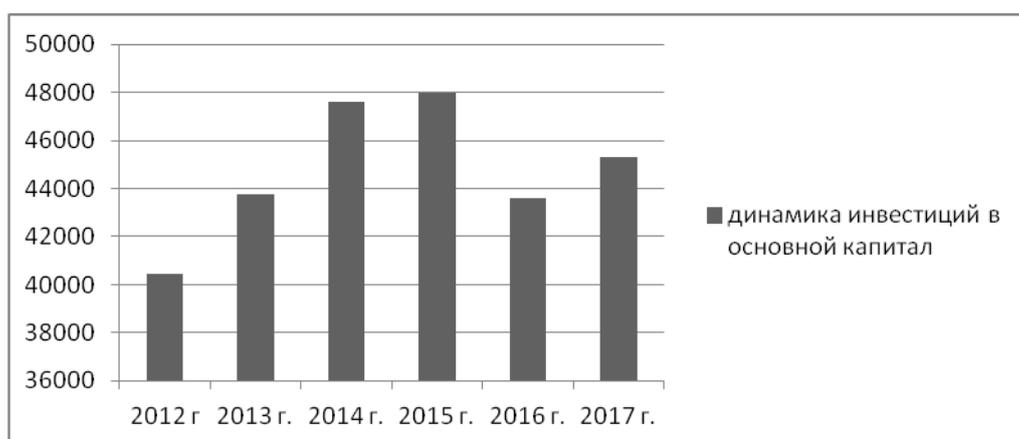


Рис. 1. Динамика инвестиций в основной капитал, млн.рублей.

Органы власти Орловской области в последнее время неоднократно принимали попытки улучшить законодательную базу в области инвестиционной политики региона [5]. Принятые изменения положительно сказались на инве-

стиционной политике. Как можно увидеть из рис. 1, наблюдается рост инвестиций в основной капитал. К 2014 году данный показатель составлял 47580 млн. рублей, к 2015 году он увеличился на 400,6 млн. рублей и составил максимальное значение за рассматриваемый период времени - 47980,6 млн. рублей.

Однако, к 2016 году уровень инвестиций в основной капитал резко снизился по сравнению с 2015 годом на 4385 млн. рублей и составил 43595,6 млн. рублей. К 2017 году показатель увеличился, и это было выше уровня 2016 года на 3,9% в действующих ценах и на 0,9% в сопоставимых ценах. По сравнению с 2016 годом инвестиции в основной капитал увеличились на 1720,1 млн. рублей и составили 45315,7 млн. рублей [2].

Объем инвестиций в основной капитал в расчете на душу населения в 2017 году составил 60,3 тыс. рублей, тогда как в 2016 году он составлял 57,5 тыс. рублей. Всего за период с 2013-2017 гг. в экономику региона вложено порядка 268641,7 млн. рублей инвестиций в основной капитал. Данная динамика говорит о том, что структура инвестиций в основной капитал не является устойчивой, однако наблюдается улучшение уровня инвестиционного климата и инвестиционной базы региона.

Приоритетные сферы для инвестиционной политики в Орловской области являются те отрасли, которые позволяют добиться быстрой окупаемости вложений, а именно: сельское и лесное хозяйство; обрабатывающее производство, транспортировка и хранение. Как можно увидеть из рисунка 2, наибольший объем инвестиций в Орловской области приходится на сельское, лесное хозяйство и составил 31%. Обрабатывающее производство, второй по величине вложений, объем инвестиций составил 23%. Следующий показатель - транспортировка и хранение, показатель составил 12%. Наименьший объем вложений пришелся на государственное управление (1%), строительство (1%), образование (3%), обеспечение электрической энергией, газом и паром (5%).

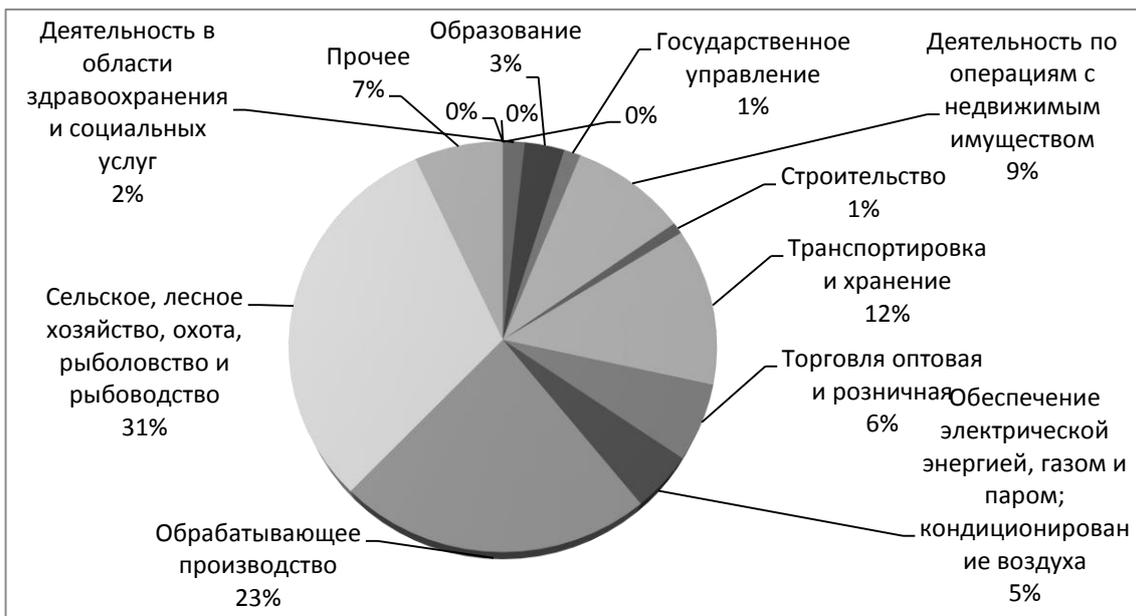


Рис. 2. Структура инвестиций в основной капитал по видам экономической деятельности в 2017 году, %

Доля инвестиций в деятельность в области здравоохранения и социальных услуг составила всего 2%. Как говорилось выше, это связано с принятыми противоречащими друг с другом законами.

Однако, инвестирование социальной сферы в регионе все равно происходит и в этой части для Орловской области имеют большое значение транши Правительства г. Москва. Так, в 2019 году в регионе на программу формирования комфортной городской среды будет использовано 699,3 млн. рублей. Из них на 223,5 млн. рублей будет выделено региону из федерального бюджета, 2,3 млн. рублей из областного, 3,5 млн. рублей из местных бюджетов. Самое значительное финансирование программы благоустройства по межбюджетному трансферту Орловской области выделит Правительство г.Москва и эта сумма составит около 350 млн. рублей.

Так, в 2018 году Правительство г. Москва уже выделяло Орловской области на благоустройство 250 млн. рублей. На эти деньги были сделаны три фонтана в Орле, начата реконструкция Городского парка, произведено благоустройство ряда городских территорий г. Орла и т.д.

Преобладающий объем инвестиций в основной капитал финансировался за счет собственных средств, доля которых в общем объеме составила 57,9 %,

привлеченных источников - 42,1% [3].

Структура инвестиций в основной капитал по видам экономической деятельности имеет большой разрыв между долями. В регионе на данный момент являются несколько отраслей, пользующиеся большим объемом инвестиций. Однако, в ближайшее время, по прогнозам экономистов, инвестиционная политика Орловской области должна представлять собой уравновешенную систему целевых ориентиров, определяющую направление инвестиций и принимаемых решений, которые в условиях рыночных отношений концентрируются на обеспечении целенаправленного социально-экономического развития региона.

В связи с приведенными выше данными, следует обратить внимание на основной рост объема инвестиций в 2017 году в сельское и лесное хозяйство [4]. Так, за последнее время в регионе были реализованы следующие крупные инвестиционные проекты: ООО «Знаменский СГЦ» осуществляет инвестиционную деятельность направленную на развитие животноводства (1,1 млрд. рублей); ООО «Агропромышленный холдинг «Мираторг» продолжает реализацию инвестиционного проекта по организации производства сельскохозяйственных культур на площади 40 тыс. гектар и строительству животноводческих комплексов на территории региона (2,17 млрд. рублей); ООО «Агропромышленная компания «Кумир» реализует инвестиционный проект по созданию производственного комплекса по выращиванию овощей в закрытом грунте (126 млн. рублей); ЗАО «Санofi-Авентис Восток» осуществляет развитие мощностей по производству инсулина (368 млн. рублей); ООО «Керама Марацци» осуществляет развитие производства керамических изделий (2,5 млрд. рублей).

Правительство Орловской области реализует целенаправленную политику по привлечению инвесторов и повышению уровня инвестиционного климата. К 2015 году им удалось в полном объеме реализовать данный план, но 2017 год показал, что политика в данной области значительно ослабла. Однако, исходя из представленного выше анализа, можно сказать, что 2017 год дал новый толчок для развития инвестиционной политики в регионе. В регион привлекаются новые инвесторы.

Так, в ноябре 2018 года между Правительством Орловской области и ООО «Стемал» был подписан специальный инвестиционный контракт (СПИК) о создании завода по производству цементно-стружечных плит мощностью 35 тыс. куб. м. в год с цехом по структурированию и лакированию цементно-стружечных плит мощностью 10,5 тыс. куб. м. на 100 рабочих мест. Стоимость проекта составляет 2,3 млрд. рублей, срок действия контракта составляет 7 лет. За это время объем инвестиционных вложений может достичь 4 млрд. рублей.

По данным Орелстата, уже в январе-сентябре 2018 года организации и предприятия всех форм собственности Орловской области использовали 35,4 млрд. рублей инвестиций в основной капитал, что на 15,6% (в сопоставимых ценах) больше, чем было в том же периоде 2017 года. Таким образом, в перспективе наблюдается увеличение инвестиционной деятельности и повышение уровня деловой активности региона. Будут рационально использоваться средства на повышение различных отраслей экономики Орловской области.

Список литературы:

1. Блау С.Л. Инвестиционный анализ: Учебник для бакалавров - М.: ИТК Дашков и К, 2016.
2. Инвестиционный портал Орловской области [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://invest-orel.ru>
3. Портал Орловской области – публичный информационный центр области [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://orel-region.ru>
4. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Орловской области [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://orel.gks.ru>
5. Юсупов Т.З. Понятие инвестиционной деятельности. Виды инвестиционной деятельности // Международный центр науки и образования - Москва: 2016.

PROBLEMS OF USING ECONOMIC DATA TO IDENTIFY THE LEGALIZATION OF INCOME OBTAINED BY CRIMINAL MEANS

Krivtsova Nelly Evgen`evna

student of The T.F. Gorbachev Kuzbass State Technical University

scientific supervisor: Tyuleneva Tatyana Aleksandrovna

PhD in Economics, an assistant professor of

The T.F. Gorbachev Kuzbass State Technical University, Kemerovo

Currently, one of the main problems of Russia's economic development is the

presence of shadow sector, which has a negative impact on socio-economic situation of the state. Therefore, there is a need to identify factors of formation and functioning of such activities, as well as special economic relationships that exist both in the internal and external environment. Negative results of shadow economy are due to the loss of monetary policy instruments due to existence of significant currency turnover, which are not regulated by the banking system and the levers of tax policy, waste of public funds, social degradation, growth of shadow employment, differentiation of citizens' incomes, reduction of the level of accumulation in society, loss of investment potential, outflow of funds from the sphere of social reproduction, difficulties in transition to innovative development model due to lack of investment [2]. Indirect impact of shadow economy is reflected in deterioration of macroeconomic policy effectiveness due to macroeconomic regulation errors. Negative impact of shadow sector is also reflected in wrong assessment of macroeconomic results, which is negative for both long-term planning and the choice of public economic policy. The growth of uncontrolled shadow sector threatens loss of control over state resources, deterioration of stability and protection of financial system, and creates favorable conditions for growth of corruption and criminalization of economic ties, increase in illegal migration flows [5].

On the one hand, legalization of shadow economic relations today is a way of survival of a significant part of citizens, on the other hand it is a factor slowing economic growth and having a negative impact on social and political stability. Shadow economy has penetrated almost all spheres of economic activity that can affect social and political situation of the state. Legalization of incomes from criminal activities is very dangerous for the state and society as a whole, as they serve as a source of financing of terrorism, bribery of officials, strengthening financial stability of criminal groups, introduction into power structures of people closely associated with organized crime. Thus, legalization of criminal incomes is a serious threat to the security of the country [5].

Since the legalization of criminal incomes is carried out mainly through various financial frauds, an important role in creating a high-quality evidence base is giv-

en to formation of economic information. According to experts [1], law enforcement agencies should develop a method of using economic information to detect the legalization of criminal proceeds. Economic information in a hidden form illustrates the degree of influence of criminal activity on financial and economic activities of companies. Therefore, it can be implicitly traced features of criminalization, including the legalization of income. These characteristics can be seen in the form of various discrepancies that require forensic evaluation [4]. Therefore, the basis of guidelines for the identification of legalization of criminal income, according to experts, will be forensic recommendations for using economic information [1], based on in-depth theoretical research. Their development will make it possible to use methods of scientific forecasting to create potential models of legalization of criminal proceeds and provide the opportunity not only to identify and solve, but also to prevent crimes.

Forensic recommendations on the use of economic information should be created on the basis of regulatory and legislative qualification of crimes, according to articles 174 and 174.1 of the criminal code of the Russian Federation, especially the formation of a model of criminal activity for the legalization of assets, as well as the laws of actions for legalization in economic information [4]. This development will provide the required information and establish the circumstances of the act, which form the subject of evidence.

Криминалистические рекомендации по применению экономической информации должны создаваться на базе нормативно-законодательной квалификации преступлений, согласно статьям 174 и 174.1 УК РФ, особенности формирования модели криминальной деятельности по легализации активов, а также закономерностей осуществления действий по легализации в экономической информации [4]. Данная разработка обеспечит получение требуемой информации и установление обстоятельств деяния, которые формируют предмет доказательства.

An important component of economic information from the standpoint of proving the legalization of criminal assets are accounting indicators. The manifestation of characteristic features of criminalization in the accounting data is provided by the

presence of protective functions of accounting. Computer accounting software, compared with manual entry of information, has a more significant impact on protective functions of accounting, and this fact should be borne in mind when developing measures to detect criminal activity.

Separate components of criminalistic "money laundering" are created on the basis of economic information, as signs of legalization of criminal incomes are naturally manifested in these data. Methods of criminalistic assessment of money laundering on the basis of economic information consists of several stages [1]. The first stage is formulation of questions that need to be answered as a result of the assessment. The second stage is identification of composition and types of economic information for the forensic assessment of legalization of criminal proceeds on the basis of economic information. The third stage is to determine signs of legalization of criminal income by analyzing economic information and forensic evaluation of its results. The fourth stage is identification on the basis of economic information that has signs of legalization of criminal proceeds, circumstances that form the subject of evidence in a criminal case. The fifth stage is a comparison results of forensic assessment with results of operational and investigative actions in order to detect discrepancies. The sixth stage is to identify causes of discrepancies identified in the fifth stage. At the end of these six stages, results of the forensic assessment of legalization criminal proceeds on the basis of economic information can be used to assess investigative situations and prepare investigative versions, as well as to establish causes and conditions of the offense.

Thus, one of the main reasons for low efficiency of combating money laundering is the lack of effective methods of detection of such crimes, including on the basis of economic information. More complete using advantages of economic information is a promising direction to identify cases of criminal legalization of incomes and obtain evidence for disclosure of this type of crime.

References:

1. Aliev V.M. Teoreticheskiye osnovy i prikladniye problem bor`by s legalizatsiyey (otmyvaniyem) dokhodov, poluchennykh nezakonnym putem: Dis.

- dokt. jurid. nauk. Moskva, 2010.
2. Zhugalev S.A., Trubetskaya O.V. Osobennosti tenevykh otnoshenii v rossiiskoi ekonomike [Elektronnyi resurs] // Sbornik materialov IX Mezhdunarodnoi studentcheskoi nauchnoi konferentsii «Studentcheskii nauchnyi forum» - 2017. Rezhim dostupa: scienceforum.ru/2017/2609/29371
 3. Ugolovnoye pravo Rossii. Uchebnil dlya vuzov. V 2 t. T. 2. Osobennaya chast' / Pod red. A.N. Ignatova i Yu.A. Krasikova. Moskva, 2007.
 4. Ugolovnyi kodeks Rossiiskoi Federatsii.
 5. Federal'nyi zakon ot 07.08.2001 № 115-FZ «O protivodeistvii legalizatsii (otmyvaniyu) dokhodov, poluchennykh prestupnim putem, I finansirovaniyu terrorizma»

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РОССИЙСКОГО РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Ксенофонтова Елена Артемьевна

студентка Пермского торгово-технологического колледжа

научный руководитель: Ефремова Юлия Сергеевна

преподаватель высшей квалификационной категории

Пермского торгово-технологического колледжа

«До нынешнего кризиса Россия была довольно комфортной площадкой для ведения ресторанного бизнеса. Сейчас же на отечественном рынке общепита сложилась непростая ситуация», - рассуждает ресторатор Александр Орлов.

В первом квартале 2016 года показатели российской экономики ухудшились. Инфляция продолжает расти – официально в первом квартале она составила 19% на все товары и 25% на продовольственные товары. В этой ситуации реальный располагаемый доход населения снижается. При этом первыми статьями экономии выступают поездки и развлечения, а самым популярным развлечением россиян в крупных городах уже давно стало посещение ресторанов. Студенческие посиделки в заведениях фаст-фуда, завтраки в кофейне, вечерний ужин в шикарном ресторане или простой обед в студенческой столовой – все эти сферы почувствовали на себе влияние режима экономии, в котором живут россияне с конца прошлого года.

С апреля 2015-го по март 2016 года количество посещений предприятий общественного питания, включая столовые, снизилось на 1,5%, что равноценно потере 13 млн. клиентов. Предприятия общественного питания активно реагируют на сокращение количества клиентов новыми акциями и заманчивыми

предложениями, которые не оставляют потребителей равнодушными. Так, походы в рестораны с использованием различных промо-предложений (бизнес-ланчи, купоны, подарки, скидки для студентов, акции с развлекательными мероприятиями, совместно проводимые с авторами продуктов и игр) совсем не уменьшились, но и выросли за счет дополнительных посещений. Это выразилось в приросте «промо-трафика» (клиентов, участвующих в таких акциях) на 3% за 12 месяцев на конец марта 2016 года (рис. 1) [1].

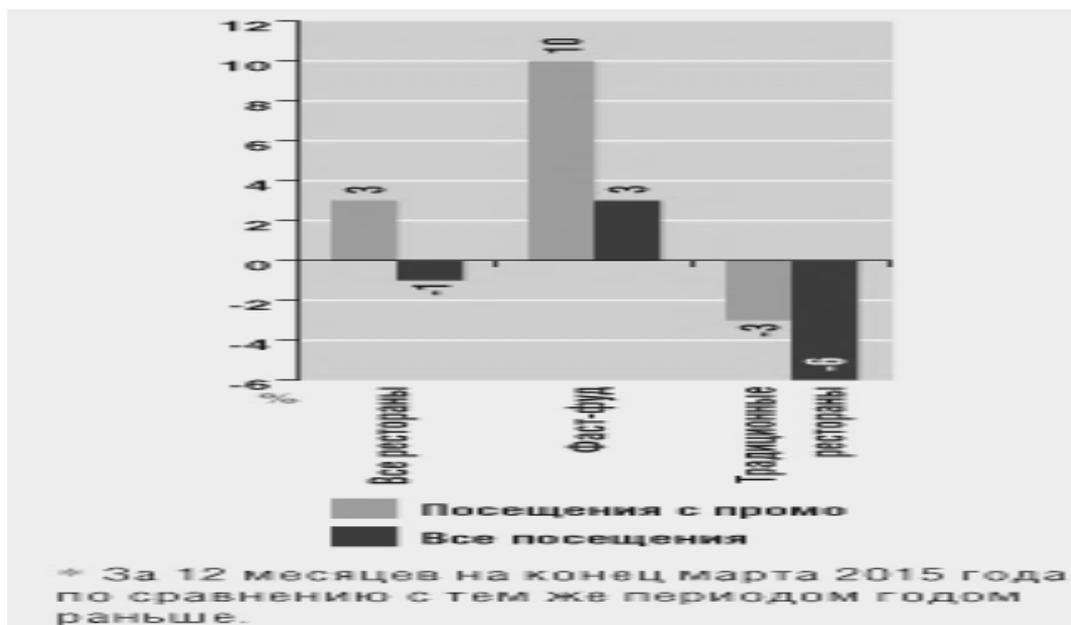


Рис. 1. Динамика посещений ресторанов с использованием промо – предложений в 2015 -2016 г, %

Примеры таких акций и предложений: в Burger King – «Заправься с World of Tanks и Burger King»; в кофейнях «Шоколадница» – «Маша и Медведь. Собери игрушки», а также купоны на скидку, которые можно скачать в Интернете; в «Макдональдсе» – 7-я бесплатная чашка кофе; в KFC – «Pepsi Free Refill. Покупай стакан и пей, сколько хочешь». Та же положительная динамика прослеживалась и в первом квартале 2016 года: промо-предложения снова принесли дополнительные 3% посещений по сравнению с промо-визитами прошлого года, что отчасти компенсировало общий отток клиентов.

Важно отметить, что разные типы ресторанов в разной степени смогли воспользоваться этой антикризисной стратегией. Эффективнее всего промо-акции «сработали» в ресторанах быстрого питания, посещение которых до сих пор растет – на 3% за последние 12 месяцев и на 1% за первый квартал 2016 го-

да. Их рост во многом обусловлен невысокими ценами, которые привлекают в том числе и клиентов из более дорогих ресторанных сегментов, а также использованием специальных промо-предложений. Около одной трети всех посетителей фаст-фуда заказывают комбинированные блюда и используют акционные предложения. Доля таких предложений колеблется от 30 до 40% всех посещений в зависимости от сегмента ресторана быстрого питания (бургерные концепции, продажа сэндвичей и хот-догов, уличные киоски, азиатские концепции, доставка пиццы, русские концепции быстрого питания – блинные, пирожковые и другие). За последние 12 месяцев посещения ресторанов быстрого питания с использованием промо-предложений выросли на 10%, что во многом помогло сегменту фаст-фуда не только «остаться на плаву», но и вырасти в этот непростой период.

Кризис по-разному повлиял на посещаемость разных типов ресторанов. Сегмент ресторанов с обслуживанием официантами оказался наиболее уязвимым – он потерял 15% в посещениях (рис. 2) [5].

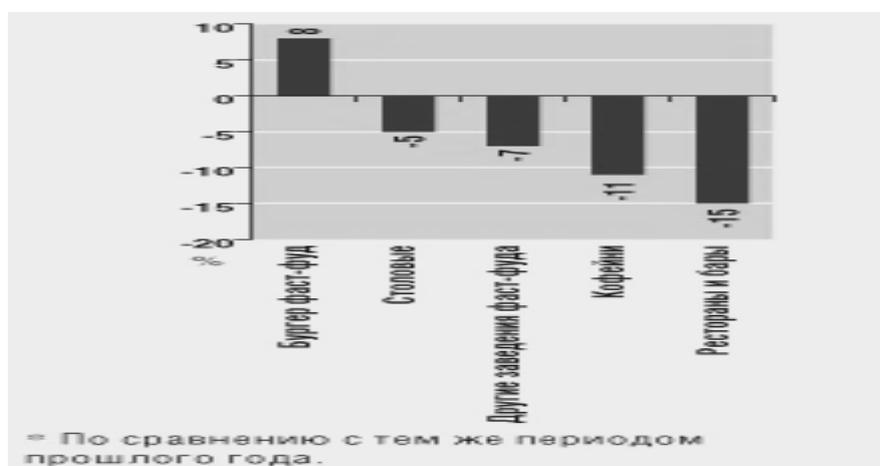


Рис. 2. Динамика посещений различных типов заведений общественного питания в 1-м квартале 2016 года

Немного лучше обстоит ситуация в рабочих столовых предприятий, которые потеряли в первом квартале 5% посещений, когда первая волна сокращений прокатилась по стране. Что касается сегмента фаст-фуда, то он сохранил стабильный трафик по сравнению с прошлым годом (в основном благодаря сегменту бургеров). Розничные торговые точки, в которых потребители покупают готовую к употреблению еду, максимально выиграли от «проседания» ре-

сторанного рынка [3].

Дешевые концепции «еды на ходу», такой как сэндвичи или пицца, пострадали немного меньше. Уже сейчас на трех крупнейших игроков этого сегмента – «Макдональдс», KFC и Burger King – приходится почти 20% визитов в рестораны всех форматов, и эта доля продолжает расти.

Потребители, все же решившие зайти в ресторан, стали более экономными и осмотрительными, чем в докризисные времена. Клиент стал заказывать меньше блюд и заменять дорогие позиции в меню более дешевыми. В основном упало потребление тех продуктов и напитков, которым легко найти замену дома – например, чая и десертов, – либо недешевых категорий, таких как алкогольные напитки. В более дорогих ресторанах с обслуживанием официантами спад посещений отразился на потреблении почти всех категорий продуктов и напитков. Редкими исключениями стали кофе, а также недорогие прохладительные напитки (морс, квас), которые стали чаще заказываться в традиционных ресторанах взамен более дорогих соков и газированных напитков.

Крупные корпорации в целом – как в ресторанном сегменте, так и в фаст-фуде – довольно успешно сопротивлялись кризису, потеряв только 1% в посещениях, тогда как независимые концепции понесли гораздо более ощутимые потери в визитах. Преимущества сетевых ресторанов, которых и так в России больше, чем в среднем по Европе, стали очевидными во время кризиса (рис. 3) [2].

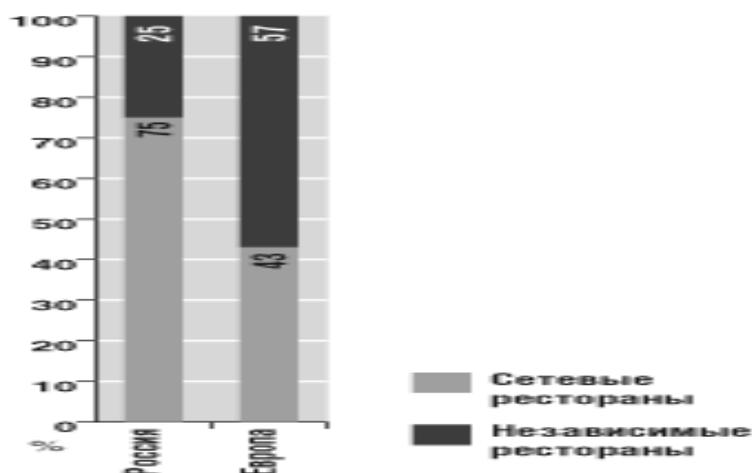


Рис. 3. Структура посещений предприятий общественного питания по странам в 2015 году, %

Сетевые заведения могут предложить клиентам бюджетные блюда гарантированного качества и стабильный сервис, а скидки и промо-акции позволяют экономить еще больше, при этом широкие рекламные возможности могут донести эту информацию до потребителей [4].

Кризис порождает новые тренды на рынке. Однако рестораторы не опустили руки, и можно наблюдать явление новых концепций – как в этом, так и в более дешевом сегменте. Главные условия – бюджет, качество еды и новизна. Среди новых трендов можно отметить суповые концепции, предлагающие здоровую недорогую и привычную русским еду, заведения формата антикафе, в которых клиенты платят за проведенное там время, а также пан-азиатскую кухню, включая лапшичные. Быстро развиваются разнообразные форматы уличной еды, которые начинают входить в повседневную жизнь. Во втором квартале 2016 года отмечается некоторое замедление негативных процессов на ресторанном рынке, темп падения посещений снижается. Однако пока рано говорить о начале восстановления рынка [3].

Основной задачей предприятий общественного питания в XXI веке должен стать переход от количественных показателей к качественным. Нолько те предприятия общественного питания могут остаться на потребительском рынке, продукция которых будут полностью соответствовать требованиям качества и безопасности, принципам здорового питания, и сочетаться с предоставлением современных форм обслуживания [4].

Список литературы:

1. Обзор российского рынка общественного питания [Электронный ресурс]. <http://www.foodmarket.spb.ru/current.php?article=2162>.
2. Предприятия общественного питания и XXI век [Электронный ресурс]. <http://www.tztver.ru/articles/detail/95>.
3. Ефимова О.П. «Экономика общественного питания» - Мн.: Новое знание, 2003.
4. Метелев С.Е., Калинина Н.М., Елкин С.Е., Чижик В.П. «Экономика предприятия (торговли и общественного питания): Учебник: для студентов высших учебных заведений» - Омск: Издатель Омский институт (филиал) РГТЭУ, 2011.
5. Фридман, А.М. «Экономика предприятия общественного питания: учеб-

ник» / А.М. Фридман - М.: ИТК «Дашков и К», 2014.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКЦИИ ПО ЭКОНОМИЧЕСКИМ ЭЛЕМЕНТАМ

Курак Алена Федоровна

студентка Полесского государственного

научный руководитель: Якубова Ирина Петровна

кандидат экономических наук, доцент

Полесского государственного университета

Для управления экономикой как на микро- так и на макроуровне необходимо наличие четкого и хорошо организованного процесса получения достоверной и качественной учетной информации, используемой для принятия оперативных управленческих решений и контроля за их выполнением. Основными информационными базами управления являются система национальных счетов и бухгалтерский учет. Но для интеграции управления по вертикали, когда одна конкретная функция с одной информационной базой (например, учет) реализуется на разных уровнях управления (участок – цех – предприятие – отрасль – экономика в целом), необходимо сопоставление такой информации. Полнота, достоверность статистических показателей зависят от того, насколько методология системы бухгалтерского учета удовлетворяет правилам построения системы национальных счетов и наоборот. Поэтому возникает необходимость обоснованного информационного обеспечения отражения процессов и результатов хозяйственной деятельности предприятия и экономики Республики Беларусь в целом.

Одним из главных макроэкономических показателей результатов функционирования экономики является валовой внутренний продукт (далее ВВП). ВВП равен разности между валовым выпуском и стоимостью товаров и услуг, полностью потребленных в процессе производства, т. е. промежуточным потреблением. Показатель ВВП формируется на национальном счете «Производство», который отражает операции, относящиеся непосредственно к процессу производства, и составляется для экономики страны в целом, ее секторов и отраслей. Целью построения счета производства является характеристика резуль-

татов производств товаров и услуг.

В методологических положениях по формированию счета производства определено, что выпуск товаров и услуг – это суммарная стоимость товаров и услуг, являющихся результатом экономической деятельности резидентов в отчетном периоде. Промежуточное потребление – стоимость товаров и услуг, которые потребляются в отчетном периоде в процессе производства.

В соответствии с постановлением Национального статистического комитета Республики Беларусь: Об утверждении формы государственной статистической отчетности 4-ф (затраты) «Отчет о затратах на производство и реализацию продукции (работ, услуг)» и указаний по ее заполнению, выделяют следующие элементы затрат, представленные на рисунке 1.



Рис. 1. Классификация затрат по экономическим элементам

Использование системы национальных счетов предполагает изучение ее показателей с позиции информационного обеспечения бухгалтерским учетом.

Бухгалтерский макроэкономический учет - это бухгалтерский учет динамического типа, в котором акцент выполняется не на проданную, а на валовую продукцию и добавленную стоимость [5].

Развитие макроэкономической концепции бухгалтерского учета обуславливает необходимость исследования гармонизации бухгалтерского учета затрат на производство с методологией системы национальных счетов. Затраты хозяйствующего субъекта являются центральным объектом в учетной системе организации.

Бухгалтерский учёт затрат на производство продукции осуществляется в соответствии с:

- Законом Республики Беларусь от 12 июля 2013 года №57/З «О бухгалтерском учете и отчетности» [4];
- Инструкцией о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета, утвержденной постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 29.06.2011 N 50 [1];
- Инструкцией по бухгалтерскому учету доходов и расходов, утвержденной постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30 сентября 2011 г. N 102 [2];
- Национальным стандартом бухгалтерского учета и отчетности «Учетная политика организации, изменения в учетных оценках, ошибки», утвержденным постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 10.12.2013 N 80 [3].

Основной классификационной группой затрат, используемой в планировании и учёте, является группировка по экономическим элементам и калькуляционным статьям. Калькуляционные статьи отражают состав затрат в зависимости от направления расходов и места возникновения (сырьё и материалы, топливо и энергия на технологические цели, общепроизводственные затраты).

Под элементом понимаются экономически однородные затраты, которые в данной организации не могут быть разложены на отдельные слагаемые. Таким образом, в основе группировки затрат по экономическим элементам находится их экономическая однородность.

В Республике Беларусь в настоящее время бухгалтерский учет затрат на производство по экономическим элементам не ведется. Однако, в III разделе «Затраты на производство» Типового плана бухгалтерских счетов предусмотрены свободные номера 30-39, на которых можно организовать учет по экономическим элементам.

Практическая методика учета затрат на производство по экономическим элементам может быть построена на основе использования рекомендуемого

нами перечня счетов, представленного в таблице 1.

Таблица 1

**Рекомендации по дополнению рабочего плана
бухгалтерских счетов предприятия**

Действующие счета	Рекомендуемые счета
Раздел 3. «Затраты на производство»	Раздел 3. «Затраты на производство» Подраздел 3.1 «Затраты по экономическим элементам»
20 «Основное производство»	30 «Потребленные материальные ресурсы»
21 «Полуфабрикаты собственного производства»	31 «Нематериальные сторонние работы и услуги»
23 «Вспомогательное производство»	32 «Затраты на оплату труда»
25 «Общепроизводственные расходы»	33 «Отчисления на социальные нужды»
26 «Общехозяйственные расходы»	34 «Амортизация»
28 «Брак в производстве»	35 «Налоги и сборы на производство»
29 «Обслуживающие производства и хозяйства»	36 «Прочие затраты»
	39 «Обобщение и распределение затрат»

Таким образом, с помощью классификации затрат по экономическим элементам будет достигнуто единообразное формирование в системе бухгалтерского учета показателей затрат для составления отраслевого национального счета «Производство» по отрасли «Промышленность». Кроме того, в бухгалтерском учете затрат можно получить показатели, сопоставимые с показателями счета «Производство». Например, достоверная информация об элементе «материальные затраты» (как и остальных элементов) необходима для отражения в системе национальных счетов счета «Производство», на котором материальные затраты отражаются как промежуточное потребление. Это дает возможность определить валовую добавленную стоимость как сальдо по счету «Производство» путем их вычитания из стоимости валового выпуска продукции промежуточного потребления. Такая методика учета позволит увеличить достоверность исчисления макроэкономических показателей на уровне министерств, ведомств, отраслей и всего народного хозяйства; позволит добиться вертикальной интеграции данных бухгалтерского учета затрат и результатов производства в систему национальных счетов, а также адаптировать данные бухгалтерского учета организаций к требованиям международных стандартов по финансовой отчетности, что особенно актуально в условиях нарастающей

тенденции внедрения в национальную систему учета принципов и требований международных стандартов.

Список литературы:

1. Инструкция о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета: утв. Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь 29.06.2011 №50 (в ред. в ред. постановлений Минфина от 30.06.2014 г. №46) // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2018.
2. Инструкция по бухгалтерскому учету доходов и расходов: утв. постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30.09.2011 г., № 102 (в ред. Постановления от 31 дек. 2013 г., № 96) // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2018.
3. Национальный стандарт бухгалтерского учёта и отчётности «Учётная политика организации, изменения в учетных оценках, ошибки»: утв. постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 10.12.2013 г., №80 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2018.
4. О бухгалтерском учете и отчетности: Закон Республики Беларусь от 12 июля 2013г. № 57-З (в ред. Закона Республики Беларусь от 17.07.2017 №52-З) // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2018.
5. Якубова, И.П. Бухгалтерский макроэкономический учет добавленной стоимости в организациях / Банковская система: устойчивость и перспективы развития: сборник научных статей седьмой международной научно-практической конференции по вопросам банковской экономики, / Министерство образования Республики Беларусь [и др.]; редкол.: К.К. Шебеко [и др.]. – Минск: ПолесГУ, 2016.

АВТОМАТИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ МАТЕРИАЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ В ЛОКОМОТИВНОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Кухарчук Юлия Сергеевна

*магистрант Белорусского государственного университета транспорта
научный руководитель: Кушнеров Дмитрий Николаевич*

кандидат экономических наук, доцент

Белорусского государственного университета транспорта

Актуальность темы заключается в том, что управление материальными ресурсами является наиболее трудоемким участком. От того насколько пра-

вильно будут составлены хозяйственные операции зависит правильность формирования себестоимости перевозок, прибыли, налога на прибыль и НДС.

Материальные ресурсы представляют собой часть оборотных фондов предприятия, т.е. тех средств производства, которые полностью потребляются в каждом производственном цикле, целиком переносят свою стоимость на готовую продукцию и в процессе производства меняют или теряют свои потребительские свойства.

В качестве запасов к бухгалтерскому учету принимаются активы, учтенные в составе средств в обороте, приобретенные и (или) предназначенные для реализации, или находящиеся в процессе производства продукции, выполнения работ, оказания услуг, или находящиеся в виде сырья, материалов и других аналогичных активов, которые будут потребляться в процессе производства продукции, выполнения работ, оказания услуг, или используемые для управленческих нужд организации [1].

Как следствие, значение материальных ресурсов определяется тем, как и насколько они используются в деятельности локомотивного депо. В связи с этим величина их расходования оказывает прямое влияние на формирование себестоимости и, соответственно, цены продукции, а также её конкурентоспособности. Следует заметить, что одним из приоритетных направлений деятельности предприятий является повышение эффективности использования материальных ресурсов, что в условиях цифровизации транспортной отрасли приобретает особую актуальность.

В 2002 году Государственным объединением «Белорусская железная дорога» была принята созданная командой белорусских центров разработок IBA Group концепция построения Корпоративной Информационной Системы (КИС). В качестве центральной системы (ядра) в составе КИС было решено использовать продукты, предлагаемые поставщиками ERP-систем.

В 2004 году было принято решение выбрать продукты компании SAP SE, чтобы на их основе разработать единую централизованную систему управления ресурсами и финансами.

С сентября 2010 года в промышленной эксплуатации на предприятии «Локомотивное депо Минского отделения БЖД» работает типовое решение SAP для технического обслуживания и ремонтов оборудования (подсистема ТОРО) для всех серий локомотивов, эксплуатируемых на БЖД. Решение обеспечивает поддержку как малых (ТО2, ТО3, ТР1), так и крупных (ТР2, ТР3, КР1, КР2) ремонтов.

Подсистема ТОРО позволяет:

- планировать потребности в материалах на основании реального расхода;
- проводить контроль, анализ и регулирование движения всех ресурсов;
- контролировать выполнение работ и управлять комплектацией оборудования;
- вести в электронном виде книгу ремонтов оборудования, материальные отчеты, сдельные наряды и другие документы;
- управлять качеством ремонтных работ;
- осуществлять мониторинг технического состояния оборудования и его узлов.

В рамках проекта была введена электронная паспортизация основных узлов локомотива, заведены справочники дефектов с привязкой к технологическим картам по их устранению, налажена интеграция SAP ТОРО с внешними диагностическими системами локомотивного депо.

С ноября 2010 года в промышленной эксплуатации функционирует корпоративная подсистема «Управление материально-техническим снабжением» (УМТС). Подсистема УМТС представляет собой решение для централизованного управления материально-техническим снабжением всего Объединения, интегрирующее в один функциональный блок:

- процессы планирования от расчёта потребности материалов до иерархического утверждения заявок на закупку;
- закупочную деятельность, отражающую в системе полный документооборот;
- специфический для БЖД процесс нормированного снабжения

- подчиненных предприятий, «Разнарядка»;
- складские операции от регистрации до контроля транспортировки;
 - специфический для БЖД процесс обработки заявок на ведение единого Дорожного справочника материалов.

Такая структура подсистемы УМТС позволяет обеспечить прозрачные и интегрированные процессы снабжения от формирования заявки до использования материала в производстве, а также предоставить в различных ракурсах и временных срезах финансовую и логистическую отчетную информацию.

В современных условиях от рационального подхода к регулированию запасов выгода достигается, как показывает практика, существенных размеров, что особенно важно для железной дороги, нуждающейся в больших запасах.

Правильно поставленный учет позволяет добиться высоких результатов в получении прибыли от перевозочного процесса. Материальные ресурсы занимают наибольшую часть в локомотивном хозяйстве и в свою очередь правильный их учет обеспечивает бесперебойную работу локомотивов.

Понимание значения материальных запасов и управление ими на принципах оптимальности - важнейшее условие бесперебойного и комплексного обеспечения потребителей материальными ресурсами, широкого маневрирования ими и ускорения оборачиваемости вложенных в них средств. Для решения этой задачи заложены большие резервы повышения эффективности производства.

Список литературы:

1. Инструкция по бухгалтерскому учёту запасов: Постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 12. 11. 2010 № 133 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2017.

ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ ЭКОНОМИКИ ФРАНЦИИ

Кушнер Ирина Дмитриевна

*студентка Белорусского торгово-экономического университета
потребительской кооперации*

научный руководитель: Кривошеева Лариса Николаевна

*кандидат экономических наук, доцент
Белорусского торгово-экономического университета
потребительской кооперации*

Франция – одна из самых развитых европейских стран. Несмотря на то, что в стране довольно большая доля экономических субъектов принадлежит государству, Франция в мировой экономике стабильно занимает место в первой десятке. Во Франции один из самых высоких уровней жизни в мире. Основным признаком экономической модели Франции является интенсивное государственное вмешательство в экономику (дирижизм). На протяжении длительного периода государство владело предприятиями практически во всех отраслях экономики, а доля частного сектора была незначительна.

Государство осуществляло административное регулирование экономики и выступало в роли инвестора, осуществляя бюджетное финансирование национализированных предприятий. Социально ориентированная модель Франции отличается высокой долей государственной собственности, широкими масштабами государственного регулирования, высокой долей госбюджета в ВВП, развитой системой социальной поддержки, наличием института производственной демократии.

Туризм – одна из важнейших отраслей экономики Франции. Доля туризма в ВВП страны составляет 7%. Сектор обеспечивает более миллиона рабочих мест, а мероприятия туристической сферы, которых более 4000, собирают около 300 млн. человек ежегодно. Франция – первое в мире направление по количеству туристов – 81 миллион [1]. В 2016 году доход от международного туризма составил 50 883 000 000 (долл. США) [4]. Замки Луары - замки во Франции, расположенные в долине реки Луары и её притоков. Обилие великолепных архитектурно-исторических памятников в этой части Франции опреде-

лило занесение долины Луары в Список всемирного наследия ЮНЕСКО.

Большая часть замков была возведена в средние века, но значительно перестроена позднее, в эпоху Возрождения, когда французские короли жили на берегах Луары, её притоков или вблизи от них (XV—XVI века).

Эйфелева башня – металлическая башня в центре Парижа, самая узнаваемая его архитектурная достопримечательность. Названа в честь главного конструктора Гюстава Эйфеля; сам Эйфель называл её просто «300-метровой башней». Башня, впоследствии ставшая символом Парижа, была построена в 1889 году и первоначально задумывалась как временное сооружение, служившее входной аркой парижской Всемирной выставки 1889 года. Эйфелеву башню называют самой посещаемой платной достопримечательностью мира и самой фотографируемой. Эйфелеву башню в 2017 году посетили 6,2 миллиона человек [2]. С момента открытия для публики в 1889 году ее посетили 300 миллионов человек. Количество занятых в государственном секторе составляет около четверти всего экономически активного населения страны.

Почти треть всей собственности в экономике приходится на долю государства. При расчете отпуска во Франции учитывается, сколько часов в неделю трудится сотрудник. Работникам, которые выбрали 39-часовую рабочую неделю вместо стандартной 35-часовой, полагаются две дополнительные недели отпуска. Во Франции, Италии и некоторых других европейских странах для менеджеров высшего звена и научно-педагогических работников предусмотрена такая разновидность отпуска, как «сэбетикл». Это длительный (до 11 месяцев), обычно оплачиваемый отпуск, предоставляемый раз в 7–10 лет при продолжительном стаже работы на предприятии.

Также в большинстве стран Европы предусмотрены отпуска, связанные с событиями семейной жизни (рождение ребенка, вступление в брак, смерть члена семьи), учебные отпуска и даже дополнительные отпуска для некурящих или не тучных людей. Высшее образование во Франции официально является бесплатным и полностью финансируется государством. За время обучения студенты платят только административный взнос, который варьируется от €200 до

€500 в год (исключение составляют только бизнес-школы).

Главную статью расходов иностранного студента во Франции составляет именно проживание. Однако и в этом отношении французское правительство стремится облегчить жизнь студентам и предлагает ряд стипендий, покрывающих расходы на жизнь во Франции. Кроме того, студент может запросить стипендию от правительства своей страны или участвовать в конкурсе стипендий от независимых фондов.

Также некоторые высшие школы предоставляют своим студентам специальные стипендии. Учебные стипендии и социальные стипендии ориентированы на студентов, которые планируют пройти обучение во французском высшем учебном заведении и получить там диплом о высшем образовании. Размер стипендий составляет 760-800 евро в месяц, они выплачиваются в течение учебного года. Стипендии на ведение научной деятельности, например, для написания диссертаций во Франции с совместным научным руководством во Франции, составляют 760 евро в месяц и выплачиваются не более чем на 6 месяцев в году. По состоянию на январь 2018 года, средняя зарплата во Франции составляла 1911 евро [3].

Наиболее высокооплачиваемой профессией во Франции является специальность программиста. В этом нет ничего удивительного, поскольку мир продолжает стремительно компьютеризироваться. Так, среднестатистические программисты, трудящиеся в одном из городов Франции, получают примерно 1260 евро. Если же специалист имеет высокую квалификацию, то уровень его заработной платы повышается до 2000 евро в месяц. Во Франции работодатели особенно высоко оценивают труд: врачей, юристов, финансистов, менеджеров по продажам. Иногда представители этих специальностей получают до 5 – 6 тысяч европейских рублей ежемесячно. Минимальная зарплата финансистов и докторов составляет около 2,5 тысяч европейских рублей. Квалифицированные представители рабочей специальности получают до 3,5 тысяч евро. Средняя пенсия во Франции составляет приблизительно 1000 евро. Для Европы это средний показатель, который находится на одном уровне с выплатами в Вели-

кобритании и Италии. Отличием пенсионной системы Франции является равенство минимального возраста выхода на пенсию для женщин и мужчин. В соответствии с пенсионной реформой к 2018 году он вырастет с 60 до 62 лет, при этом трудовой стаж должен составлять не менее 42 лет.

Следует отметить, это довольно высокая планка, так как в других странах для получения пенсии достаточно проработать в среднем около 30 лет. Быть безработным во Франции – выгодно. Пособия по безработице, которые выплачиваются французским правительством, составляют 57,4 процента от средней зарплаты и, очевидно, этого более чем хватает на жизнь. Максимальный размер пособия по безработице во Франции равен 6161 евро в месяц. Но такие суммы получает очень маленькое количество людей. Зачастую безработным выплачивается пособие в пределах от 1000 до 1500 евро в месяц. Во Франции безработным разрешено трудоустроиваться на временную работу на неполный рабочий день без права потери получения пособия. Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что экономика Франции социально ориентированная.

Список литературы:

1. France.fr .Туризм как важнейшая отрасль экономики Франции [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ru.france.fr>
2. RU.HABERLER.COM Число посетителей Эйфелевой башни [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ru.haberler.com/>
3. Зарплаты Инфо [Электронный ресурс]: Какая средняя зарплата во Франции в 2018 году. Режим доступа: http://zarplatyinfo.ru/v_mire/kakaya-srednyaya-zarplata-vo-francii-v-2017-godu.html
4. Франция - Международный туризм, доходы, в текущих ценах (долл. США) [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://knoema.ru/atlas/%D0%A4%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%86%D0%B8%D1%8F/topics>

АНАЛИЗ МИРОВОГО РЫНКА LUXURY ОДЕЖДЫ И АКСЕССУАРОВ

Лагун Андрей Вадимович

магистрант Гродненского государственного университета им. Янки Купалы

научный руководитель: Разова Елена Леонидовна

кандидат философских наук, доцент

Гродненского государственного университета им. Янки Купалы

В настоящее время понятие luxury товаров весьма расплывчато, но специ-

алисты выделяют несколько основных параметров, по которым можно отличить такие товары:

- производятся в ограниченных количествах;
- продукция предназначена для особого стиля жизни;
- у фирмы производителя есть своя история;
- бренд гарантирует подлинность своей продукции [1].

Одежда и аксессуары являются ключевыми для рынка персональных luxury товаров. В 2017 году доля luxury одежды и аксессуаров составила 51% всего рынка luxury. При этом характер потребления всех товаров на рынке luxury схож. Поэтому в исследованиях эти категории зачастую объединяются и результаты могут применяться для отдельных групп товаров.

Последние 10 лет рынок luxury одежды и аксессуаров растёт быстрыми темпами. С 2008 по 2017 год совокупный среднегодовой темп прироста составил 5,5%. Начиная с 2010 года соотношение долей одежды и аксессуаров изменилось. После 2009 года объем продаж luxury аксессуаров стал превышать долю одежды. При этом продажи аксессуаров начали демонстрировать быстрый рост. Динамика рынка отражена на рисунке 1.

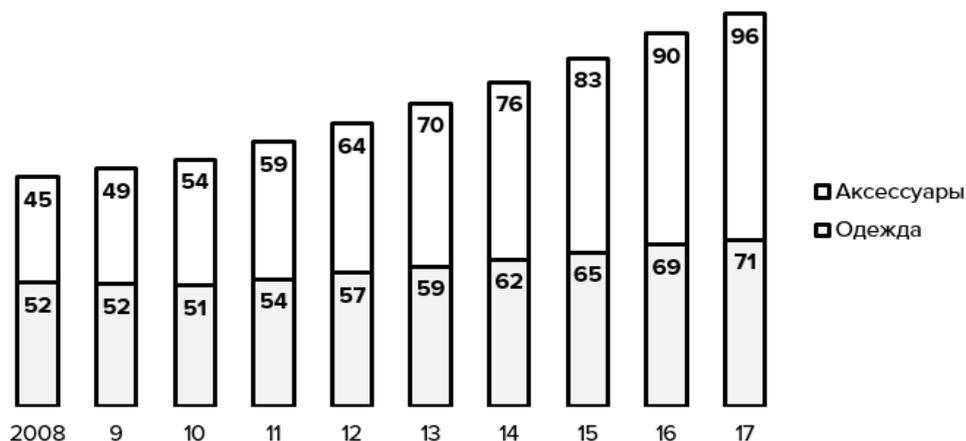


Рис. 1. Мировой рынок luxury одежды и аксессуаров, млрд. \$

По структуре каналов продаж на рынке персональных luxury товаров наибольшую долю занимают монобрендовые магазины. Монобрендовые – реализующие продукцию только одного дизайнера или бренда. Такие магазины лучше доносят суть бренда помогают формировать концепцию в восприятии

потребителей. Со специальными магазинами, торговыми центрами, супермаркетами и duty free ситуация другая – в таких магазинах продукция может попросту затеряться среди множества марок производителей. Но, в то же время, ритейлеры помогают расширить аудиторию бренда и избавить дизайнеров от хлопот с развитием собственной сети магазинов, сосредоточив все ресурсы на создании продукции. Наиболее перспективным каналом продаж считается online, показывающий пока только 9% продаж, но в будущем это соотношение изменится в пользу online [2]. Структура продаж по каналам отражена на рисунке 2.

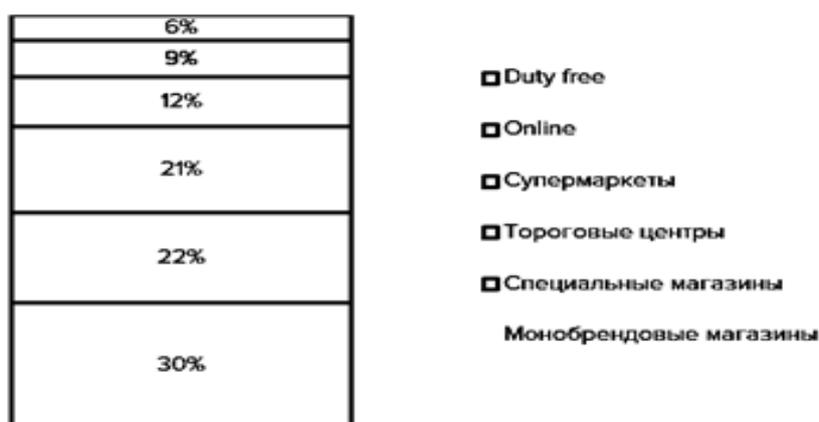


Рис. 2. Структура продаж на рынке персональных luxury товаров в мире по каналам продаж в 2017 году

Несмотря на то, что на 2017 год всего 8% рынка персональных luxury товаров занял канал продаж online, прогнозируется быстрый рост продаж в сети интернет с совокупным среднегодовым темпом прироста 13,6%. Структура прогнозируемых продаж отражена на рисунке 3.

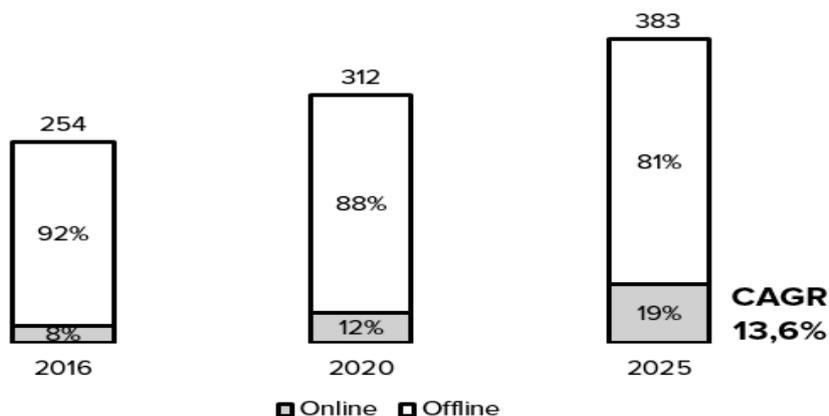


Рис. 3. Структура продаж на рынке персональных luxury товаров в мире, млрд. \$

Согласно последнему исследованию «The Age of Digital Darwinism» международной консалтинговой компании McKinsey&Company, 78% продаж персональных luxury изделий в 2016 году было совершено благодаря взаимодействию с продукцией online. Это означает, что реальная роль online на самом деле выше, чем просто канал продаж. Структура продаж отражена на рисунке 4.



Рис. 4. Структура продаж на рынке персональных luxury товаров в мире в 2016 г.

Digital оказывает все большее влияние на то, как покупатели роскоши выбирают бренды и товары. Сегодня пользователи начинают изучение предложений брендов с сети интернет. Покупатель сперва ищет советов пользователей социальных сетей, информацию в СМИ или мнения популярных блогеров перед тем, как войти в магазин. Заинтересовавшись, часть из них покупает товары online, которые поступают к ним с помощью курьерской службы. Также зачастую пользователи делятся впечатления о покупке. Другая часть покупателей выбирает привычный способ покупки – в магазине. Даже с развитием цифровых технологий до сих пор остаётся важным вживую увидеть и пощупать интересные товары прежде чем их купить. Поэтому online стоит рассматривать не только как канал продаж, а также и как способ увеличить охват бренда: повышать его узнаваемость, развивать лояльность и оповещать о новинках [3].

Мировой рынок luxury одежды и аксессуаров постоянно видоизменяется, что позволяет ему расти быстрыми темпами. Основная точка роста – digital сфера. Цифровым технологии находят применение на всех этапах предложения, включающих изучение спроса, изготовление и продажу. На сегодняшний день

важность канала online продаж настолько велико в сегменте luxury одежды и аксессуаров, что его уже нельзя игнорировать. Использование передовых инструментов позволяет перешагнуть компании на новый уровень и получить доступ к широким возможностям.

Список литературы:

1. Люкс против премиума: что такое роскошь сегодня // Ведомости – М., 2016. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/lifestyle/articles/2016/03/09/632873-lyuks-protiv-premiuma-cto-takoe-roskosh-segodnya>
2. Luxury Goods Worldwide Market Study, Fall–Winter 2017 // Bain & Company [Electronic resource]. – Boston, 2017. – Mode of access: <http://www.bain.com/publications/articles/luxury-goods-worldwide-market-study-fall-winter-2017.aspx>.
3. Luxury in the age of digital Darwinism // McKinsey&Company [Electronic resource]. – New York, 2018. – Mode of access: <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/luxury-in-the-age-of-digital-darwinism?cid=soc-app>.

ФОРМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ ОБОРОТНЫХ АКТИВОВ ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Лагунина Маргарита Юрьевна

магистрант Елецкого государственного университета им. И.А. Бунина

научный руководитель: Степаненкова Наталья Михайловна

кандидат экономических наук, доцент

Елецкого государственного университета им. И.А. Бунина

В современных условиях предприятия имеют широкую возможность маневрирования оборотным капиталом. Они сами определяют потребность в оборотном капитале в разрезе отдельных групп оборотных активов и создают комбинацию источников финансирования, исходя из общей стратегии развития предприятия.

На сегодняшний день существует необходимость поиска альтернатив привлечения средств для финансирования оборотных активов. Существующие в зарубежной практике методы начинают внедряться в отечественную практику. В следствие этого появляются трудности их применения из-за отсутствия четкой законодательной базы и надлежащих исследований в области их применения.

Основной целью статьи является рассмотрение источников финансирования оборотных активов предприятий с учетом новых нестандартных форм, а также их комбинации в контексте современных рыночных условий.

Изучение различных литературных источников позволяет выделить ряд уже устоявшихся источников формирования оборотных активов. Но динамичное развитие экономики вносит коррективы в данный перечень, тем самым формируя предпосылки для последующего изучения в представленной области.

В российской практике различают следующие группы источников финансирования оборотных средств: собственные, заемные, дополнительно привлеченные. Состав и структура источников формирования оборотных средств представлены на рис. 1.

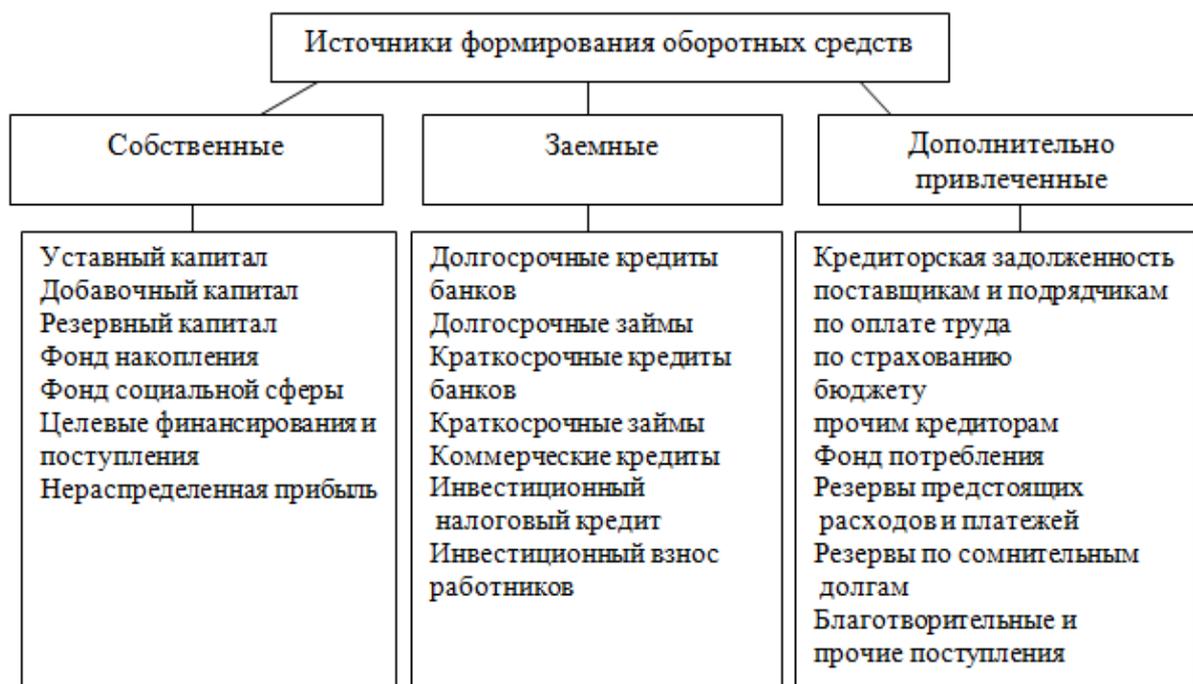


Рис. 1. Источники формирования оборотных средств

Обеспечение предприятия оборотными средствами обычно происходит за счет собственных источников: резервного капитала, уставного капитала, прибыли и других. Но в силу ряда объективных обстоятельств (задержки в оплате счетов клиентов, инфляция, рост размеров производства и других) у предприятия появляется временная необходимость в дополнительных оборотных средствах. В этих случаях экономическое обеспечение хозяйственной деятельности сопровождается привлечением заемных источников – банковских и коммерче-

ских займов, кредитов, инвестиционного, налогового кредита и других.

Помимо выше представленных, можно выделить нетрадиционные источники финансирования оборотных активов, такие как: оформление договора поручительства, договор комиссии, толлинг, форфейтинг, факторинг. Остановимся на них подробнее.

Сущность поручительства как метода обеспечения обязательства заключается в том, что поручитель ручается перед кредитором за выполнением должником своих обязательств, которые существуют в отношениях должника и кредитора [3, с. 473]. При нарушении должником своих обязательств перед кредитором, последний в праве требовать исполнения данного обязательства от поручителя. Поручитель обязан исполнить обязательство вместо должника. При всем этом, поручитель отвечает перед кредитором в том же объеме, что и должник, в том числе и за уплату основного долга, процентов, неустойки, возмещение убытков, если договором поручительства не установлено другое. Далее поручитель выдвигает встречное требование к должнику, который погашает понесенные поручителем траты, а также заранее оговоренную цену самой услуги поручительства.

В договоре комиссии подразумевается, что за счет комитента одна сторона (комиссионер) берет на себя обязательство по указанию другой стороны (комитента) за деньги провести одну либо ряд сделок от собственного имени. Л.С. Омельченко в своей статье отмечал: «Комиссионер должен совершать сделки в соответствии с указаниями комитента и на условиях выгодных для него. Договор комиссии может быть заключен на определенный срок либо без определения срока, с определением или без определения территории его выполнения» [5, с. 91]. За выполнение распоряжения по продаже продукции, принадлежащей комитенту, комитент обязан выплатить комиссионеру плату, которая называется комиссионным вознаграждением.

Определение договору факторинга в своих трудах дает В.П. Астахов: «Договор факторинга – это договор, в соответствии с которым за денежное вознаграждение одна сторона (фактор) берет на себя обязательство передать либо

передает денежные средства в распоряжение второй стороне (клиенту), а клиент свое право денежного требования к третьему лицу (должнику) уступает либо обязуется уступить фактору» [1, с. 205]. При приобретении денежного требования все риски, которые связаны с выполнением этих условий, принимает на себя фактор. «Факторинг является действенным инструментом расчетов, выделения денежных средств, уменьшения рисков неплатежей по договорам купли-продажи» [5, с. 89]. Еще его, возможно, определить как альтернативную форму предоставления кредита в рамках пополнения дефицита оборотного капитала и более удачный метод выделения денежных средств для предприятий, осуществляющих торговую деятельность.

Одним из нетрадиционных источников формирования оборотных активов является форфейтинг. И.А. Бланк определяет форфейтинг как «финансовую операцию, которая основана на коммерческом кредитовании и характеризуется его свойствами» [2, с. 312]. При этом ее сущность заключается в одновременной либо постепенной перепродаже форфейтеру поставщиком финансовых активов, а конкретно дебиторской задолженности клиента (за товары, работы и услуги), выраженные экономическими инструментами, без права дальнейшего регресса со стороны форфейтера к форфейтисту. В случае, если форфейтист берет на себя все риски по сделке, операция форфейтинга может быть не покрытой, или покрытой дополнительными финансовыми инструментами (гарантия, аваль векселей, покрытие собственности в виде залога).

В критериях дефицита финансовых ресурсов для формирования оборотных активов применяются также толлинговые схемы. В.А. Леонгардт в своем пособии расшифровывает понятие толлинговых операций, под которыми понимают «...порядок организации производства по переработке сырья, способы реализации готовой продукции, произведенной из этого сырья, условия и формы расчетов за услуги по переработке» [4, с. 177]. Различают два вида толлинга: внутренний, который представляет собой приобретение зарубежной фирмой сырья, и внешний, при котором ввозится зарубежное сырье из-за границы.

Таким образом, все рассмотренные нетрадиционные схемы финанси-

ния оборотных активов могут быть использованы в условиях недостатка собственных оборотных средств на предприятиях. Они являются дополнительной альтернативой к общеизвестным способам формирования оборотных имущественных комплексов. Данные схемы применимы в современных экономических реалиях и могут принести дополнительную финансовую выгоду хозяйствующим субъектам, повысить эффективность их функционирования в условиях нехватки финансовых ресурсов.

Список литературы:

1. Бухгалтерский (финансовый) учет. В 2 т. Т. 2: учебник для академического бакалавриата / В.П. Астахов.– 12-е изд., перераб. И доп. – М.: Издательство Юрайт, 2016.
2. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента Т.1. – 2-е изд., перераб. и доп. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2015.
3. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет. – М.: ИНФРА-М, 2016.
4. Учет и анализ (финансовый управленческий учет и анализ): учебное пособие / В.А. Леонгардт. – Ростов–на–Дону: Феникс, 2015.
5. Омельченко Л.С., Пискулёва И.В. Исследование различных форм финансирования оборотных активов предприятий в современных условиях // Вестник экономики. 2015. №47. С.86-94

УЧЕТ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ В РАЗРЕЗЕ КРАТКОСРОЧНЫХ АКТИВОВ

Левкевич Виктория Александровна
студентка Полесского государственного университета
научный руководитель: Галкина Марина Николаевна
ассистент Полесского государственного университета

Краткосрочные активы оказывают значительное влияние на формирование производственного потенциала организации, обеспечивая ритмичный и непрерывный процесс производства.

Во многих литературных источниках «краткосрочные активы» имеют различные трактовки. Следовательно, в настоящее время между учеными-экономистами не существует единого и точного пояснения понятия «краткосрочные активы».

Определение сущности «краткосрочные активы»

Автор и литературный источник	Трактовка категории
Стражева Н.С., Стражев А.В.	Оборотные средства представляют собой предметы труда, которые используются в одном производственном цикле и полностью переносят свою стоимость на вновь созданный продукт. [6, с. 28]
Ивасенко А.Г.	Оборотные средства – совокупность денежных средств, авансированных для создания и использования оборотных производственных фондов и фондов обращения для обеспечения непрерывного процесса производства и реализации продукции. [1, с.116]
Коваленко Н.Я.	Оборотные средства полностью переносят свою стоимость на вновь созданную продукцию, участвуя в процессе производства в течение одного производственного цикла и, следовательно, требуют постоянного возмещения на прежнем уровне при простом воспроизводстве или в увеличенных размерах при расширенном воспроизводстве. [2 с. 192]
Молокович А.Д.	Краткосрочные активы - составная часть имущества организации, представляющая собой финансовые ресурсы, направляемые на создание производственных запасов; осуществление затрат, связанных с производством; образование фондов денежных средств, ценных бумаг, платежных и денежных документов; финансовые вложения организации. [4, с. 101]
Пузанкевич О.А.	Краткосрочные активы – совокупность имущественных ценностей предприятия, обслуживающих текущую производственно-коммерческую деятельность в течение одного операционного цикла. [5, с. 132]
К. Уолш	Оборотный капитал – разность между текущими активами и краткосрочными обязательствами. [7, с. 47]
Лишанский М.Л., Круш З.А.	Оборотные капитал – это совокупность финансовых и кредитных ресурсов, авансированных в обслуживание одного производственно-коммерческого цикла материализованных в оборотных производственных активах и активах сферы обращения. [3, с. 171]

Источник: собственная разработка

Таким образом, краткосрочные активы – это сумма денежных средств, авансируемая в оптимальном размере в хозяйственный оборот, обеспечивающая непрерывность процесса производства и обращения.

Рассмотрим классификацию краткосрочных активов по законодательству Республики Беларусь.

Выпуск и реализация готовой продукции – это основные этапы производственной деятельности субъекта хозяйствования, при отсутствии которого невозможна главная его цель – удовлетворение потребительского спроса потребителей и получение прибыли.

Поскольку результатом деятельности предприятия служит реализация то-

варной продукции, выполнение работ и предоставление услуг, то совершенствование учета реализации готовой продукции является актуальной проблемой в настоящее время. Важную роль при достижении данной цели играет повышение своевременности и эффективности учета наличия и движения готовой продукции.

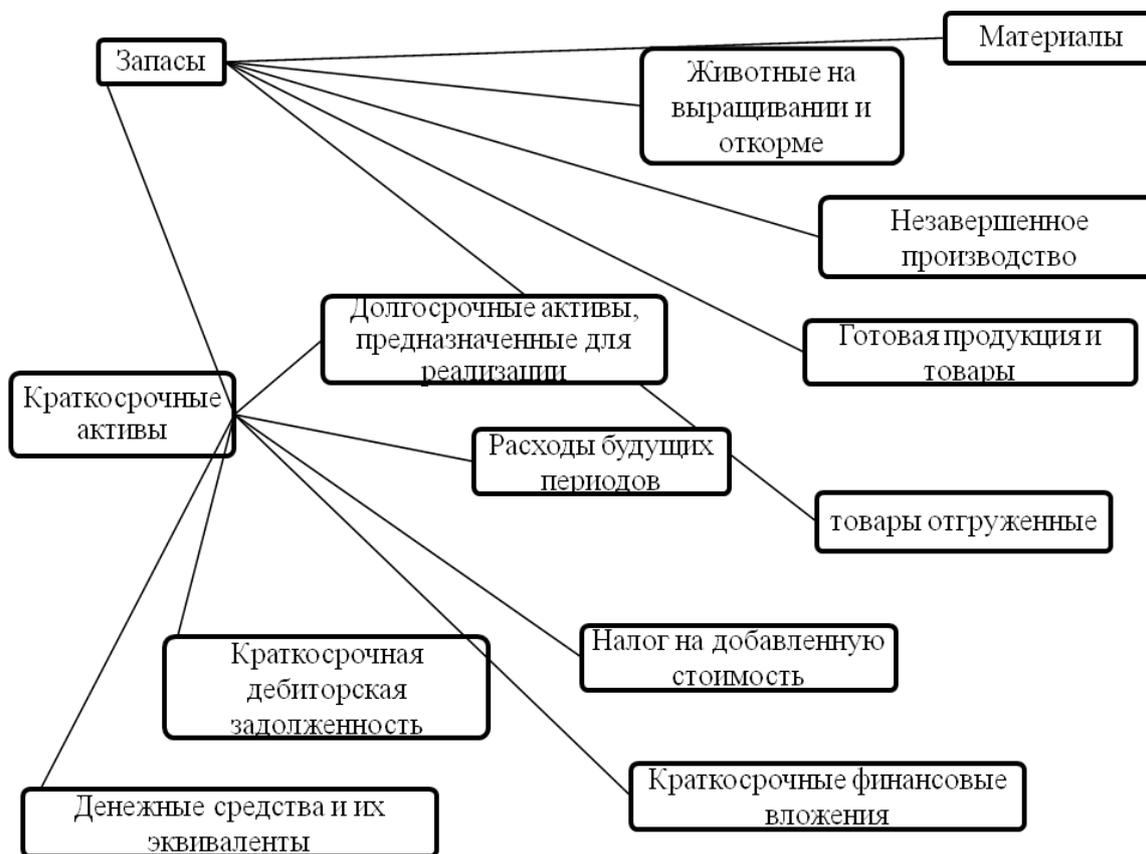


Рис. 1. Классификация краткосрочных активов (собственная разработка)

Предприятие ОАО «СКБЗ «Альбертин» занимается производством картона, бумаги и товаров санитарно-гигиенического назначения. На примере этого предприятия, рассмотрим учет готовой продукции.

Порядок учета готовой продукции ОАО «СКБЗ «Альбертин» соответствует порядку, закреплённому в учетной политике, которая, в свою очередь, соответствует положениям действующих нормативных документов. Вся выпущенная продукция своевременно и в полном объеме оприходована на склад или отпущена покупателям из производства.

При изучении системы бухгалтерского учета и формирования отчетности в ОАО «СКБЗ «Альбертин» был выявлено отсутствие аналитического учета по

счету 43 «Готовая продукция»

В связи с этим на предприятии ОАО «СКБЗ «Альбертин» к счету 43 «Готовая продукция» рекомендуется использовать следующие счета аналитического учета в разрезе основных товарных групп: картон, бумага, товары санитарно-гигиенического назначения.

Рассмотрим предлагаемую систему счетов аналитического учета готовой продукции подробнее в таблице 2.

Таблица 2

Аналитический учет готовой продукции в ОАО «СКБЗ «Альбертин»

Номер счета	Номер субсчета	Название счета
43	1	Картон
43	2	Бумага
43	3	Товары санитарно-гигиенического назначения

Источник: собственная разработка

Применение вводимой системы аналитических счетов учета готовой продукции по счету 43 «Готовая продукция», предоставит возможность для более детального анализа и контроля производства и реализации готовой продукции ОАО «СКБЗ «Альбертин», кроме того, обеспечит руководство информацией для принятия важных управленческих решений в области производства или продажи определенного вида готовой продукции.

Список литературы:

1. Ивасенко А.Г. и др. Финансовый менеджмент. Описание: Ивасенко А.Г. и др. Финансовый менеджмент. – М.: Юнитра – М, 2009.
2. Коваленко Н.Я. Экономика сельского хозяйства. Под ред. Н.Я. Коваленко. – 2010.
3. Лишанский М. Н. Финансы сельскохозяйственных предприятий. / Лишанский М.Н., Шохина Л.С., Маслова И.Б., Круш З.А. и др. – М.: Колос, 2004.
4. Молокович, А.Д. Финансы и финансовый рынок : учеб. пособие / А.Д. Молокович, А.В. Егоров. – 2-е изд., перераб. и доп. – Минск : Изд-во Гревцова, 2013.
5. Пузанкевич О.А. Финансы организации: учеб. пособие / О.А. Пузанкевич [и др.]; под ред. О.А. Пузанкевич. – Минск: БГЭУ, 2016.
6. Стражева Н.С., Стражев А.В. Бухгалтерский учет: Учеб.-методич. Пособие / Н.С. Стражева, А.В. Стражев. – 10-е изд., перераб. и доп. – Мн.: Книжный дом, 2004.
7. Уолш К. Ключевые показатели менеджмента: Как анализировать, сравни-

вать и контролировать данные, определяющие стоимость компании: Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Дело, 2011.

СЕРВИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ КАК ФАКТОР МАРКЕТИНГОВОГО ВЛИЯНИЯ НА ПОРТРЕТ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Леготина Екатерина Ивановна

студентка Оренбургского государственного университета

научный руководитель: Береговая Ирина Борисовна

кандидат экономических наук, доцент

Оренбургского государственного университета

Процесс смещения рыночного фокуса с индустриального продукта в сторону повышения роли услуги характеризует понятие сервизации экономики. Сфера услуг становится движущей силой развития бизнеса, что является прямым следствием влияния на конкурентоспособность предприятия. Становится необходимой переориентация стиля менеджмента, бизнес-процессов, маркетинговой и производственной логистики.

Процесс сегментации потребителей как неотъемлемая часть маркетингового планирования требует корректировки на функциональном уровне. Портрет потребителя в соответствии с тенденциями сервизации составляется согласно учета комплекса требований к материальному продукту и к сопутствующим его продаже услугам. Вследствие, наблюдается развитие сферы послепродажного обслуживания. В портрет также включаются параметры, характеризующие взаимоотношения предприятия и клиента (степень потребительской удовлетворенности, выраженная уровнем лояльности) [2].

Если первичные клиентские базы сохраняли информацию идентифицирующую клиента и минимальные демографические характеристики (пол, возраст), то современные хранилища данных содержат информацию: высказанные и неявные предпочтения, маршрут покупателя от знакомства с продуктом до совершения покупки, стадия принятия решения о покупке, степень готовности к осознанной переплате за сервис высокого качества, лидеры мнений.

Таким образом, происходит переход от интенсификации коммерческих усилий сбытовой политики к максимизации удовлетворения явных и скрытых потребностей клиента. Инструментом выступает спектральное расширение

предоставляемых услуг: «пожизненная гарантия» на товар, круглосуточные линии консультаций и поддержки, гарантийное обслуживание без предъявления чека. Трансформация становится основой для формирования нового подхода к организации деятельности: гибкой в принятии управленческих решений, «прозрачной» в маркетинговых коммуникациях и заинтересованной в развитии материально-сервисных систем. Сравнительный анализ индустриальной экономики и экономики сервисизации представлен в таблице 1.

Таблица 1

Сравнение индустриальной экономики и экономики сервисизации

Параметр	Индустриальная ориентация экономики	Экономика сервисизации
Цель	Повышение объемов сбыта продукции	Повышения степени удовлетворения потребительского запроса
Конечный продукт	Изделие, товар, процесс и т.п.	Комплекс готового товара и сопровождающих услуг
Понимание качества	Соответствие производственной технологии	Возможность установления коммуникации с потребителем на всех этапах продажи
Внутренний менеджмент	Иерархичность, линейность	Матричная, проектная структура
Фактор эффективности предприятия	Высокий объем сбыта, масштабы производства	Понимание детерминант систем предпочтений клиента

Выделенные отличия направлений ориентации экономических систем позволяют сделать вывод о повышении роли атрибутивных элементов продажи – эмоциональный отклик клиента на совокупность условий общей удовлетворенности от коммуникации (комфорт, внимание, вовлеченность) [1].

Реорганизации требуют процессы не только послепродажного обслуживания, но и алгоритмы маркетингового «допродажного» взаимодействия с клиентом, что является характеристикой стадии первичного планирования. Факт обладания товаром, как материальной вещью, не удовлетворяет в полной мере запроса потребителей. Условия сервисизации заставляют предприятия ориентировать коммерческие усилия согласно тенденциям эволюции потребностей клиента (комфортные условия совершения покупки, качество послепродажного обслуживания, долгосрочное взаимодействие с предприятием как гарант доверительных отношений).

Практическое заключение исследования влияния экономики сервисизации

на процесс сегментации потребителей состоит в необходимости концентрации менеджмента предприятия на корректировку: стиля управления бизнес-процессами, организационной структуры, коммуникативной политики, направлений стратегического маркетинга.

Список литературы:

1. Покуль В.О. Мотивационно-личностные детерминанты поведения потребителей в социальных медиа. Текст научной статьи по специальности «Психология» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/motivatsionno-lichnostnye-determinanty-povedeniya-potrebiteley-v-sotsialnyh-media>
2. Сервизация экономики как современная концепция маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.productguide.ru/products-3397-1.html>

ОБЗОР РОССИЙСКОГО РЫНКА БЕЗАЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ

Лезина Вероника Юрьевна

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

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

кандидат химических наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

В настоящее время Россия повторяет развитие зрелых рынков, где потребители всерьез озабочены вопросами сохранения молодости и здоровья. Наблюдаются высокие темпы роста продуктов, позволяющих поддерживать хорошее самочувствие и форму. Эту тенденцию как нельзя лучше иллюстрирует российский рынок безалкогольных напитков.

Особой популярностью в последнее время пользуются безалкогольные напитки – за счет своей способности утолять жажду, радовать потребителей приятным вкусом и не оказывать вредного влияния на человеческий организм. На протяжении последних нескольких лет российский рынок безалкогольных напитков демонстрирует высокие и устойчивые темпы роста. Такой успех связан с наблюдаемой в последнее время тенденцией смещения потребительских предпочтений в сторону напитков более полезных для здоровья, чем привычная газировка, а именно – минеральной воды и соков.

Рынок безалкогольных напитков включает: напитки газированные или не

газированные, приготовленные на воде или природной минеральной воды, соков и их концентратов, зернового сырья, настоев или экстрактов растительного, пряно-ароматического сырья, сахара и его заменителей, пищевых добавок и других ингредиентов [3].

В 2013-2017 годах натуральный объем продаж безалкогольных напитков в России увеличился на 1%: с 15,10 млрд. л. до 15,25 млрд. л. Наибольший за пятилетие объём продаж был отмечен в 2014 году и составил более 15,6 млрд. л. продукции. В 2015 году реализация безалкогольных напитков в стране сократилась на 4,5% к уровню 2014 года, что было вызвано снижением уровня доходов населения и стремлением покупателей к экономии. В 2016 и 2017 годах спад продаж сменился ростом, составившим 1,5% и 0,8% относительно предшествующих лет соответственно. Невысокий темп прироста продаж в 2017 году объясняется аномально холодными весной и летом, которые не способствовали росту спроса на продукцию [1].

В целом структура рынка безалкогольных напитков за 2017 год представлена на рисунке 1[1].

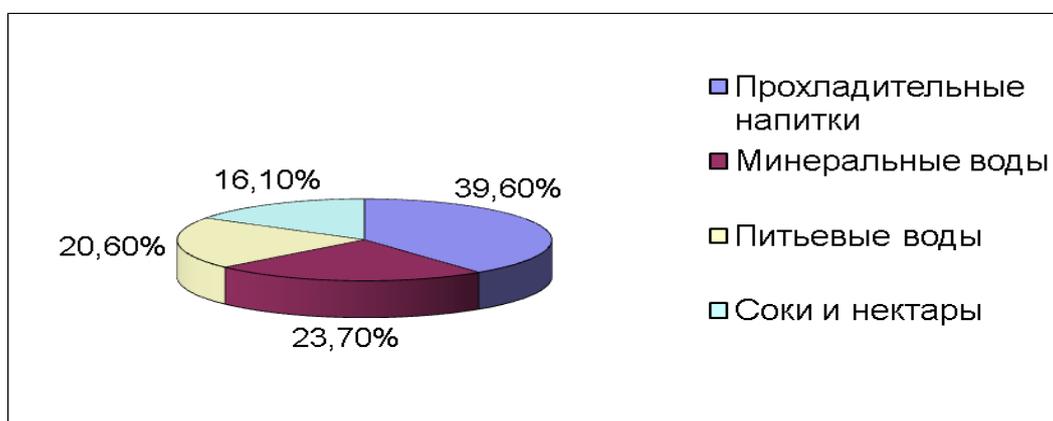


Рис. 1. Структура рынка безалкогольных напитков за 2017 год

Как видно из диаграммы, представленной на рисунке 1, на российском рынке безалкогольных напитков в структуре натуральных продаж лидируют прохладительные напитки. В 2017 году их доля от общего объёма продаж составила 39,6%. На втором месте по объёму продаж находятся минеральные воды – 23,7%. Питьевые воды занимают третью позицию в объёме внутренних продаж – 20,6%. Замыкают список соки и нектары – 16,1%. В 2013-2017 годах

доля питьевых вод в структуре продаж безалкогольных напитков в России заметно возросла, а доля соков и нектаров – снизилась [4].

Производители безалкогольных напитков на российском рынке представлены следующими компаниями: «Аква-Вайт» г.Ессентуки, ООО «ЯКАиБН» г.Ярцево, ООО «Минеральные воды Кавказа» г.Пятигорск, ООО «Пепсико Холдингс», ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия», ООО фирма «Меркурий», ООО «ПК»Аквалайф», ООО «Карачинский источник», ООО «Фонте Аква», ОАО «Компания Росинка», ООО «ПК «Лидер», ООО «Шишкин Лес Торг», ООО «Эдельвейс Л», АО «Нарзан», ООО «Эден Спрингс». На долю двух крупнейших игроков отрасли (ООО «Пепсико Холдингс» и ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия») по итогам 2016 года приходится 65% отраслевой выручки [5]. Практически все ведущие компании демонстрируют положительную динамику темпов роста выручки.

Розничные продажи безалкогольных напитков по регионам представлены на рисунке 2 [4].

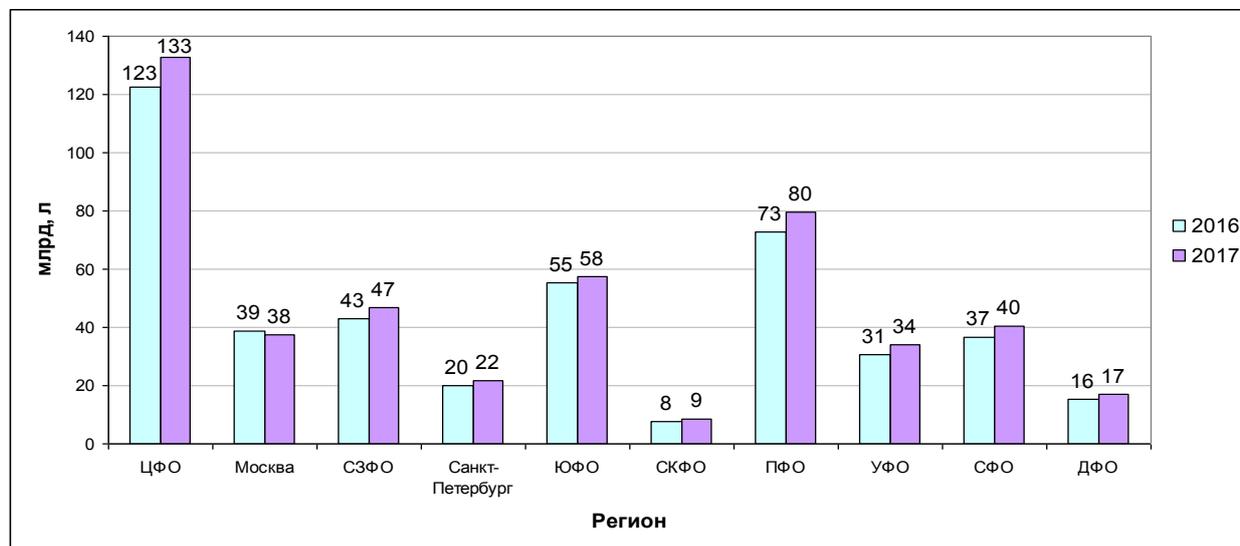


Рис. 2. Розничные продажи безалкогольных напитков по регионам, млрд. руб.

Структура розничных продаж безалкогольных напитков по регионам, представленная на рис. 2, достаточно стабильна, но при этом происходит снижение доли продаж в Москве (по итогам 2017 года на 8,8%). Это позволяет говорить о том, что рынок близок к насыщению, поэтому показывают более низкие темпы роста, чем региональные рынки, увеличившие свои структурные до-

ли [4].

Основным каналом продаж безалкогольных напитков являются дискаунтеры, на которые приходится больше половины продаж всей категории. В гипермаркетах реализуется около 25% продаж безалкогольных напитков, при этом за последний год они снизились на 7% в натуральном выражении, в денежном выражении продажи стабильны. Почти 15% продаж категории приходится на супермаркеты [2].

В 2018-2022 годах продажи безалкогольных напитков в России будут демонстрировать умеренную положительную динамику – в среднем на 1,5% ежегодно. На увеличение продаж будут влиять такие факторы, как рост спроса на питьевую воду, особенно в таре большого объема, а также рост продаж безалкогольных напитков в холодное время года. По оценкам BusinesStat, к 2022 году объем продаж безалкогольных напитков в России вырастет до 16,45 млрд. л. [5].

Таким образом, рынок безалкогольных напитков растёт, но постепенно замедляет свои темпы роста, что позволяет говорить о близости к насыщению. Рынок все еще находится на этапе роста, но уже близок его пик.

Список литературы:

1. Анализ рынка безалкогольных напитков в России в 2013-2017 г., прогноз на 2018-2022 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: marketing.rbc.ru/research/27114/
2. Итоги лета 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nielsen.com/ru/ru/insights/news/2017/summer-2017-retail-audit.print.html>
3. Кажаяева О.И. Товароведение и экспертиза продовольственных товаров: учебное пособие / О.И. Кажаяева, Л.А. Манихина; Министерство образования и науки Российской Федерации. - Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2014.
4. Рынок безалкогольных напитков-2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://t-laboratory.ru/2018/06/04/rynok-bezalkogolnyh-napitkov-2018/>
5. Экспресс-анализ привлекательности российского рынка безалкогольных напитков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fira.ru/express-analysis-russian-market-of-soft-drinks>

СОПОСТАВЛЕНИЕ КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ ГУГЛ ЭДВОРДС И ЯНДЕКС ДИРЕКТ

Леонова Анна Евгеньевна

студентка Новосибирского государственного аграрного университета

научный руководитель: Кабакова Ольга Геннадьевна

кандидат экономических наук, доцент

Новосибирского государственного аграрного университета

На дворе двадцать первый век, большинство людей перестали посещать магазины в поисках товара. Всё что им нужно они могут найти на просторах интернета благодаря контекстной рекламе. Так что из себя представляет эта контекстная реклама? Упрощает поиск людям нужных им товаров с помощью ключевых слов в их запросе. Контекстная реклама производит сортировку порталов чтобы выдать вам ссылки на те страницы, которые по большей части совпадают с вашим запросом. Системы контекстной рекламы различны. Самыми популярными из них являются – Google AdWords и Yandex Директ [1, с. 12].

На сегодняшний день компании ведут борьбу за рынок потребителей, активизируя продажу услуг и товаров, а также сервисы, связанные с продажей товаров и услуг.

Например, рассмотрим всеми известную контекстную рекламу Яндекс Директ. «Директ» самый первый сервис поисковой рекламы для русскоязычных пользователей. Его образование произошло на год раньше, чем у конкурентов AdWords и Begun, появившихся с 2002 года.

Возможности данной контекстной рекламы:

1. может вам предоставить статистику популярности запросов в Рунете;
2. управление своей рекламой на сайтах, которые предоставляет нам поисковая система Яндекс;
3. написание своего текста для объявлений;
4. выбор запросов, по которым будет показано ваше объявление;
5. выбор местоположения потенциальных покупателей.

Как и везде за первое место ведется борьба. В контекстной рекламе все точно также. Размещение объявлений происходит по принципу оплата за клик. Смысл в том, что программа приписывает вашей рекламе оценку за качество

текста в вашем объявлении и кликабельность. Может быть и так, что вы единственный человек предоставляющий данную услугу или товар. Тогда ваша реклама оценивается по-другому, при достаточном вложении средств ваша реклама будет находиться в топе запросов (поиск в целом, спецразмещение). При этом цена клика будет рассчитываться по многим факторам: позиция размещения, стратегия показов, конкретная площадка, накопленная статистика, Показатели конкурентов.

Рассмотрим такую контекстную рекламу как Google AdWords:

Сервис данной контекстной рекламы дает нам некое преимущество для более эффективного запуска нашей рекламы. Помимо продвинутого интерфейса, самым большим их плюсом является мультинациональность аудитории Google.

Допустимые варианты показа вашей рекламы:

1. В данную контекстную рекламу входит не только поиск, но и другие системы гугл (картинки, покупки). Также Google AdWords предоставляет поиск и на других поисковых сайтах, не будем забывать о партнерах по показу объявлений (AOL, Поиск@mail.ru и т.д.).
2. Выбор местоположения для нахождения носителей определенного языка. Языковой таргетинг позволит вам выбрать те сайты Google и сторонних ресурсах, которые написаны на нужном вам языке. Также в настройки этой рекламы входит выбор местоположения (страна, город, регион), и показ вашей рекламы будет ограничен этой территорией. Программа просто на просто будет исключать все, что не входит в перечень выбранного вами места.
3. Выбор целевой аудитории (мужчины, женщины, семья, недвижимость).
4. Ваша реклама будет показываться не только пользователям ПК, но и тем, кто использует приложения сети Google на телефоне, планшете.

Этим самым она позволяет охватить пользователей, которым будет интересна ваша услуга или товар, ведь не часто увидишь девушку, ищущую запчасти на авто или парня, скупающего продукцию для омолаживания кожи.

Создание рекламных компаний с персонализированными категориями очень важная часть контекстной рекламы. Это позволит сэкономить приличную сумму.

Перейдем к сравнениям двух самых популярных компаний занимающихся контекстной рекламой:

Таргетинговое преимущество Google над Яндекс:

1. Показ вашего объявления на устройствах, которые были приобретены в недавнее время.
2. Программа Google настроена так, чтобы она находила пользователей, использующих приложения или заходящих на определенные сайты, имеющих одну тематику.
3. Люди, использующие приложения с тематикой вашей рекламы, безусловно будут оповещены о том, какие услуги или товары вы предоставляете.

Подведем итоги наших рассуждений:

1. Показ рекламы в огромном количестве приложений. Google AdWords будет раскидывать вашу рекламу во все возможные ресурсы, даже в приложения которые используются Яндекс Директ.
2. Реклама Яндекс обеспечивает связь с такими поисковиками как Рамблер и Mail.ru.
3. Яндекс безусловно более популярный на просторах русскоязычного интернета. Но не все люди разговаривают на русском, и тут вступает в ход Google. Охват аудитории не менее важный показатель.
4. У Google имеется свой видеохостинг где он также распространяет свою рекламу-YouTube. В то время как у Яндекса такой альтернативы нет.
5. Google отказался от ручной настройки компании по продвижению приложений. Он считает, что сейчас все отлично работает, и нет смысла что-то менять, ведь можно сделать хуже, вмешаться в эту работу практически невозможно. Тем временем, Яндекс дает возможность регулировать даже самые мелкие детали вашей контекстной рекламы.

6. Преимущество таргетингов мы с вами уже рассмотрели. В основном они связаны с приложениями доступными Google и недоступными Яндекс.

При проведении исследования мы рассмотрели различные точки зрения и не смогли прийти к одному выводу. Все зависит от того, что вы предоставляете. Если вы хотите сделать опору на русскоязычную аудиторию, то мы вам советуем использовать Яндекс. Google хорош тем, что есть возможность найти заграничных покупателей (постройка домов, крупные перевозки). Контекстная реклама очень упрощает нашу жизнь. Теперь даже не обязательно выходить из дома, чтобы совершить какие-либо сделки. Достаточно просто правильно кликнуть.

Список литературы:

1. Филипп Царевский, Практикум для рекламодателей. Учебник для новичков. Помощник для маркетологов. 2015 г. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://direct-all-in.ru/kniga-yandex-direct>

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ НА РЫНКЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ РФ

Логинова Ксения Александровна

студентка Новосибирского государственного аграрного университета

научный руководитель: Кабакова Ольга Геннадьевна

кандидат экономических наук, доцент

Новосибирского государственного аграрного университета

В современных условиях продовольственный рынок является дифференцированным как с точки зрения потребителей продукции, так и присутствием товаропроизводителей, отличающихся не только товарным ассортиментом, но и качественными характеристиками товара. Поэтому важное значение имеют маркетинговые исследования предпочтений потребителей в употреблении продукции.

На сегодняшний день предприятия, занимающиеся производством молока, осуществляют комплексную переработку сырья, закупают механизированное и автоматизированное оборудование, производят специализированные виды тары, пастеризуют, охлаждают и реализуют большой ассортимент молочных продуктов на рынок, что является комплексом научно-технического развития

(зависит от инноваций и уровня технологического прогресса в индустрии производственно-промышленного комплекса) [2, с. 22].

Молочная промышленность – это специализированная отрасль пищевой индустрии, которая направлена на производство молочной продукции с последующей её реализацией на рынке. Основные цели, которые ставят перед собой предприятия, является получение прибыли с продаж данного типа товара и максимальная занятость рынка [1, с. 3]. Рассмотрим структуру Российского сегмента молочного рынка (рис. 1) [4].

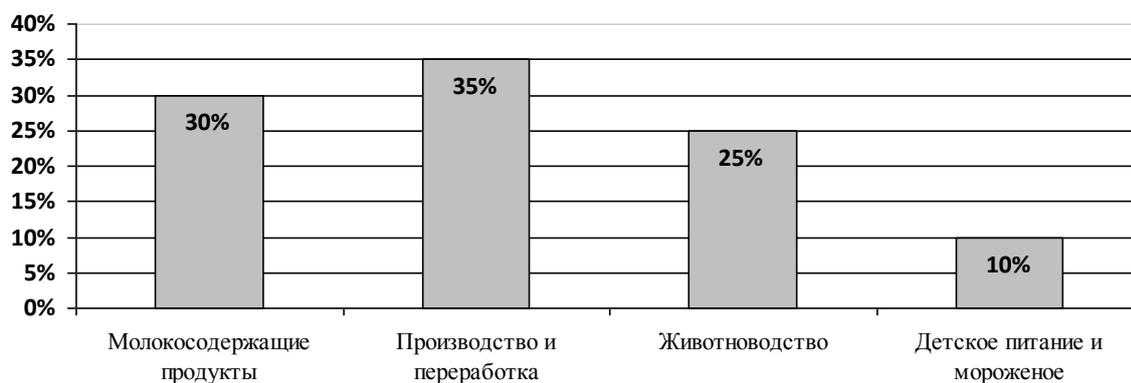


Рис. 1. Структура сегмента молочного рынка РФ, %

Исходя, из рисунка 1 можно сделать вывод, что значимую долю российского молочного рынка занимает производство и переработка молочной продукции (35% в общей структуре рынка).

На рис. 2 представлено потребление молока на душу населения в России.

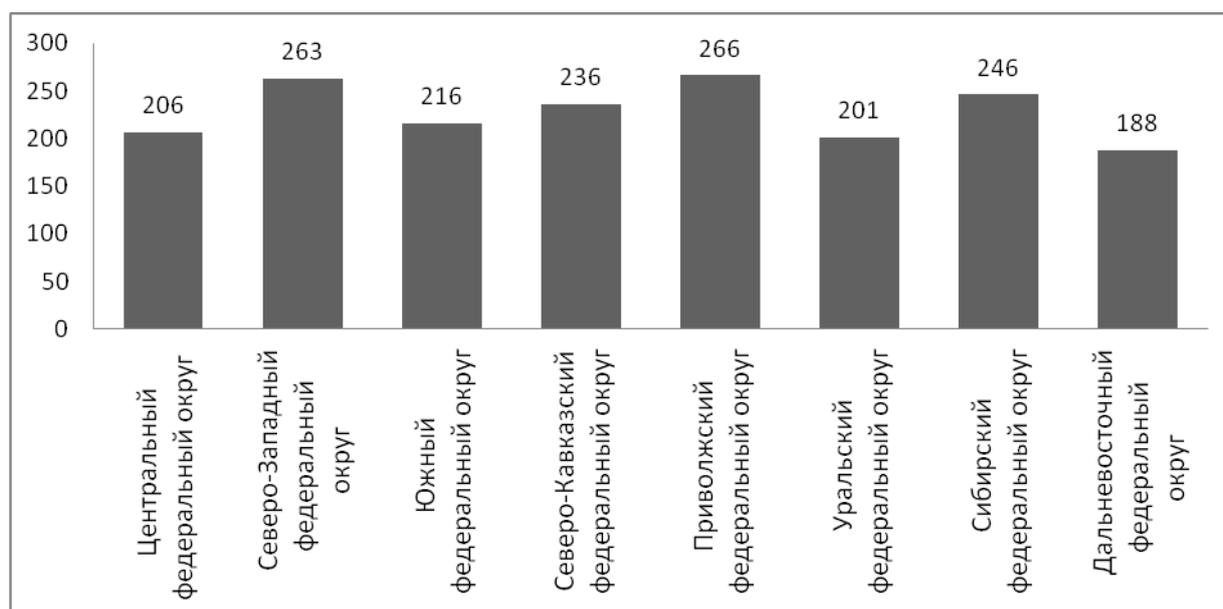


Рис. 2. Потребление молока на душу населения в России по регионам в 2017 г.

Общее количество потребляемого молока на душу населения в России в 2017 г. составляет 231 л. Высокое потребление молока наблюдается в Приволжском федеральном округе – 266 л., а наименьшее количество молока потребляет Дальневосточный федеральный округ – 188 л.

Основные факторы роста реализации молочной продукции на рынке:

1. Рост доходности населения (увеличение заработной платы, пенсии, стипендии и т.д.);
2. Уровень развития данной отрасли (технология производства и обработки);
3. Активная реклама (уровень осведомленности населения и методы реализации товара на рынок);
4. Повышенный интерес к здоровому образу жизни (занятие спортом и рациональное питание человека);
5. Предрасположенность населения РФ к молочным продуктам.

Эти факторы роста значительно влияют на увеличение спроса на молочную продукцию. Тем самым можно сделать вывод, что постепенное увеличение молочной продукции (сметаны, йогуртов и других) приведет к тому, что данная промышленность будет показывать более высокие показатели реализации продукции на рынке. Технология производства молочной продукции развивается и становится совершенней. За счет этого потребление молока и молочной продукции становится безопасней и полезней («ЭКО», «БИО»). Также следует выделить, что в России численность населения с каждым годом увеличивается, а это значит, что на все категории молочной продукции потребность будет только возрастать (это и детское питание, и сметана, и кефир и многие другие молочные продукты) [2, с. 151].

Еще одно преимущество, что молоко является очень полезным в рационе любого человека, состав питательных веществ в нём приближен к идеально сбалансированному. И человек не может жить без этого продукта, т.к. оно употребляется во многих предприятиях общественного питания и входит в состав многих блюд и напитков. Молоко используют, как основной ингредиент пита-

ния в детских садах, школах и институтах, его используют при изготовлении молочной продукции (йогурт, сметана, ряженка) и многое другое [1, с. 11].

В заключении хотелось бы отметить, что для любого государства, так и для России производство и переработка молока очень затратное дело. У этой отрасли имеется большое количества этапов реализации продукции, а именно: производство, контроль качества, учет, подготовка документации для последующей реализации и сбыт продукции. Поэтому выживать молочному рынку в условиях жесткой конкуренции очень сложно. Исходя, из этого Россия проводит политику импортозамещения, позиционируя себя на достойном уровне, экспортируя некоторую молочную продукцию на международный рынок, не закупая при этом молока за рубежом. Россия постепенно приходит к тому, чтобы быть независимой от технологий и продукции в молочной промышленности, налаживая собственное производство оборудования и комплектующих к ним элементов [3, с. 81].

Потребность в молоке и молочной продукции в России ежегодно увеличивается. Лидерами по потреблению молока является Приволжский федеральной округ. В структуре молочного рынка наибольшую долю составляет производство и переработка молока, а именно 35%.

Список литературы:

1. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы. М.: Финансы и статистика, 2010.
2. Ильичева И.В. Маркетинг. М.: Ульяновск: УлГТУ, 2010.
3. Орлова А.И., Салганов А.А. Маркетинговое исследование молочной продукции на рынке продовольственных товаров РФ М.: Экономические науки, 2015.
4. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gks.ru>
5. Официальный сайт Министерства сельского хозяйства Новосибирской области. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://mcx.nso.ru/>

ОСОБЕННОСТИ ЖИЗНЕННЫХ И ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СОВРЕМЕННОЙ ОБУЧАЮЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ (НА ПРИМЕРЕ СТУДЕНТОВ ТЕХНИКУМА ПИ (Ф) РЭУ ИМ. Г.В. ПЛЕХАНОВА

Лузина Надежда Олеговна

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

научный руководитель: Гордеев Александр Евгеньевич

кандидат психологических наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Современная профессиональная подготовка предъявляет повышенные требования к личностным компетенциям специалистов. Их обучение невозможно без изучения индивидуальных особенностей обучающихся, ядром которых является их система жизненных и профессиональных ценностей.

Чтобы достичь наиболее качественного результата в профессиональной подготовке специалистов необходимо учитывать эти особенности, чтобы затем эффективно выстраивать систему обучения. Для этого в техникуме был проведён анализ ценностных установок молодёжи от 16 до 19 лет.

Цель исследования: выявление сформированности ценностных установок студентов с целью совершенствования процесса подготовки специалистов среднего звена.

Испытуемые 105 человек, обучающиеся техникума на отделениях Торгово-технологическом и информационно-коммуникативных технологий, мужского и женского пола, в соотношении: на отделении ИКТ – 29 % - девушек, 71% - юношей, на отделении ТТО – 83 % - девушек, 16 % - юноши.

В работе была использована методика Милтона Рокича «Ценностные ориентации», которая проводилась путём ранжирования двух классов ценностей: терминальных и инструментальных.

Анализ работы показал уровень жизненных целей к позиции по отношению к различным критериям: отношение к труду, семье, образованию и другие.

Для анализа были рассмотрены три первые и три последние позиции. Первые определяются как значимые, последние как отвергаемые.

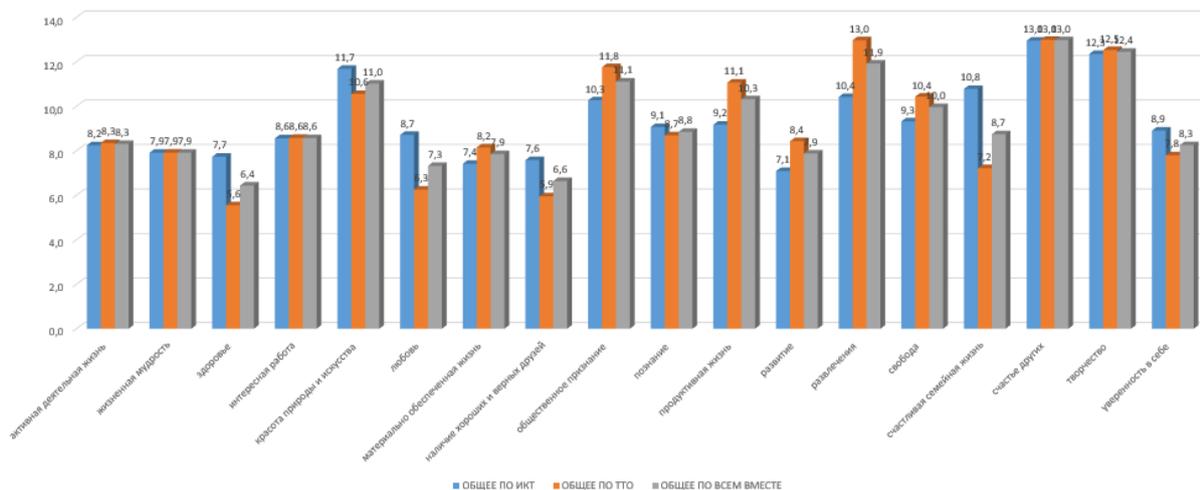


Рис. 1. Шкала терминальных ценностей студентов

Анализ дал следующие результаты: на первом месте у студентов отделения ИКТ стоит «развитие» (работа над собой, постоянное физическое и духовное совершенствование). Данный факт можно объяснить выбором профессии, так как испытуемые получают образование по специальностям «Программирование в компьютерных системах» и «Информационные системы».

Для студентов отделения ТТО важным критерием является «здоровье» (физическое и психическое). Необходимо отметить, что в большинстве испытуемые - это девушки, обучающиеся на экономических специальностях «Экономика и бухгалтерский учёт», «Страховое дело», которые характеризуются низкой физической активностью, что является особенностью данных профессий.

На втором месте у студентов ИКТ находится «материально-обеспеченная жизнь», данное качество, предположительно, связано с преобладанием прохождения опроса мужской частью студенчества, для которого данная категория является показателем того, насколько мужчина реализовал себя в жизни, результатом его личной эффективности, социальной успешности и профессиональной самореализации.

«Наличие друзей» также входит в тройку важных критериев для студентов отделения ИКТ и занимает третье место. На последнем месте из трёх, студенты ТТО ставят «любовь». Возможное объяснение заключается в возрастных особенностях, поскольку испытуемые – подростки, и это качество наиболее характерно для женской его части.

Для создания полной картины необходимо уделить внимание и инструментальным ценностям обучающихся.

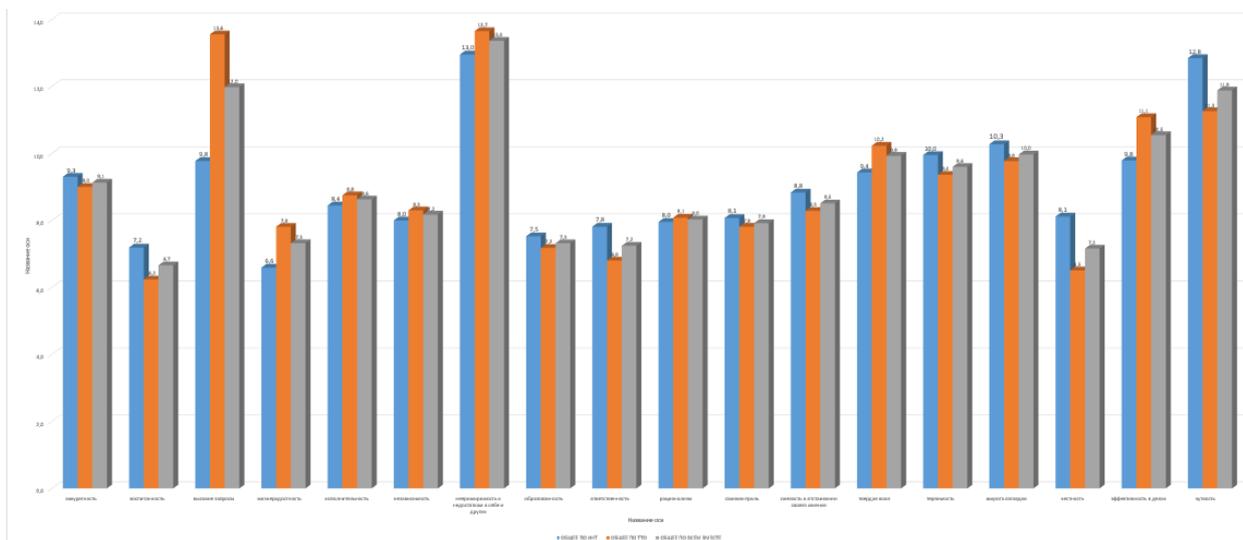


Рис. 2. Шкала инструментальных ценностей

Были рассмотрены три приоритетные позиции. Как и в предыдущем варианте жизненные ценности студентов обеих отделений заметно отличаются: для студентов ИКТ ценности распределены в следующей последовательности:

1. «жизнерадостность» (чувство юмора);
2. «воспитанность» (хорошие манеры);
3. «образованность» (широта знаний);

у студентов ТТО:

1. «воспитанность»
2. «честность» (правдивость, искренность)
3. «ответственность».

Для всех респондентов «воспитанность» занимает не последнее место и является общим показателем. В приоритете у студентов ИКТ находится «образованность», что в совокупности с «чувством юмора» и «воспитанностью» говорит о том, что обучающиеся довольно объективно оценивают внешний мир и при столкновении с трудностями могут всегда с ними справиться.

На отделении ТТО количество испытуемых женского пола преобладает над мужским, этот факт повлиял на расстановку ценностей, значение имеет также и получаемая в техникуме профессия.

Далее проанализируем три наиболее отвергаемые ценности. Среди терминальных - это «красота природы», «творчество», «счастье других» - у студентов ИКТ, «творчество», «развлечение», «счастье других» и «общественное признание» - у студентов ТТО.

При анализе следует уделить внимание тому факту, что современная обучающаяся молодёжь не отдаёт предпочтение одному из самых важных процессов деятельности человека, который создаёт новые ценности и знания – творчеству. «Творчество» - это мыслительный процесс высокого уровня, который иначе можно назвать как мастерство, чей отличительной особенностью является уникальность его результата.

Незаинтересованность в творческом процессе у студентов ТТО объяснима и связана со спецификой их профессии.

Крайнюю позицию и у студентов ИКТ и у студентов ТТО занимает отношение к «счастью других». Надо отметить, что данный критерий очень близок к понятию эмпатии (сопереживания), т.е. способности тонко чувствовать эмоции другого как свои собственные. Люди обладающие слабой способностью к сопереживанию плохо понимают чужие чувства и воспринимают любые проблемы только со своей позиции.

Необходимо отметить, что чувство эмпатии характерно для развития эмоционального интеллекта человека. В настоящее время существует огромное количество высказываний о преобладании роли эмоционального интеллекта над интеллектуальным, поскольку важнейшими составляющими эмоционального интеллекта являются: самосознание, самоконтроль, эмпатия, мотивация, социальные навыки, без которых дальнейшее совершенствование и развитие человеческой личности невозможно. Исследовав обучающихся можно сделать вывод, что образовательный процесс, повышая IQ, отдаёт малое значение повышению EQ, а между тем для полноценной личности, которая может добиться успеха в профессиональной деятельности необходимо равное сочетание и взаимодействие этих двух важных составляющих, а именно тандем IQ и EQ, которые должны усиливать друг друга.

Для более глобального сравнения можно проанализировать общие результаты у студентов, обучавшихся в 2006 году. Данные возьмем из диссертации и автореферата по ВАК 19.00.13 кандидата психологических наук Мерзляковой Светланы Васильевны по теме: Психологические особенности ценностных ориентаций современных студентов. Обращает на себя внимание тот факт, что при сравнении ценностных ориентаций студентов техникума Российского экономического университета (настоящее время) и студентов Астраханского государственного университета и филиала Российского государственного гуманитарного университета в г. Астрахани (исследования 2006 г.) наблюдается полная соотнесенность ценностей как терминальных, так и инструментальных, таким образом, можно предположить, что на протяжении 12 лет процесс образования либо не изменился, либо является неэффективным.

В структуру значимых ценностей всех испытуемых 2006 года входят «здоровье», «любовь», «наличие хороших и верных друзей». Список отвергаемых ценностей содержит «красоту природы и искусства», «развлечения», «счастье других», «творчество», что также соответствует отвергаемым ценностям испытуемых в настоящее время.

Небольшое отклонение можно увидеть, если рассматривать результаты отдельных групп, например, у студентов отделения ИКТ наблюдается интерес к профессиональным навыкам и ценностям самоутверждения.

Можно предположить, что данный факт связан с наличием большего числа юношей среди респондентов или с особенностью профессий, преподаваемых на отделении, которые предполагают интерес к самообучению и самообразованию, что является спецификой данных профессий.

В ходе работы были установлены и проанализированы значимые и отвергаемые позиции нравственных и жизненных установок обучающейся молодежи и сделан вывод о том, что структура ценностных ориентаций современных подростков может измениться при проведении мероприятий, повышающих когнитивные способности студентов и при погружении их в среду, которая будет в комплексе воздействовать на формирование профессиональных навыков, по-

вышая их практическую ценность.

ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ЗДОРОВЬЯ НАСЕЛЕНИЯ

Лунова Валентина Дмитриевна

*магистрант Пермского национального исследовательского
политехнического университета*

научный руководитель: Карпович Юлия Владимировна

*доцент Пермского национального исследовательского
политехнического университета*

На здоровье населения, в современных условиях, оказывает влияние множество различных факторов. Здоровье характеризуется наличием или отсутствием у человека вредных привычек, разным уровнем информированности и грамотности относительно рисков в сфере здоровья, ценности здоровья и степени активности для его поддержания. проблемы здоровья нации имеют комплексный характер, а потому являются уделом мыслей и дел не только медицинских работников. Здоровье - это состояние полного физического, душевного и социального благополучия, а не только отсутствие болезни и инвалидности. Одно из условий здоровья - упорядоченная и слаженная жизнь в современных, не всегда положительных, реалиях. Данные принципы закреплены и в ряде законов нашего государства. Однако между теорией и практикой всегда существовал определенный разрыв. Эта проблема присутствует и в изучаемом вопросе. По мнению современных ученых, адекватной оценке реального состояния здоровья населения России способствует осмысление роли и места системы охраны здоровья в жизни общества и конкретного индивида. Одним из условий стабильного и успешного развития общества является показатели, характеризующие здоровье населения. Материалы исследований, проведенных специалистами, свидетельствуют, например, что в 2014 году в сравнении с 2008 годом отмечается рост болезней эндокринной системы, расстройств питания, нарушений обмена веществ (+ 21,4 %), новообразований (+ 14,8 %), болезней костно-мышечной системы и соединительной ткани (+ 8,5 %), болезней мочеполовой системы (+ 7,5 %), врождённых аномалий (пороки развития), деформаций и хромосомных нарушений (+ 6,2 %), болезней уха и сосцевидного отростка (+

6,1 %), болезнй нервной системы и болезнй органов пищеварения (+ 5,0 %), болезнй органов дыхания (+ 4,7 %), болезнй системы кровообращения (+ 3,6 %). Возрастающее количество хирургических операций, по данным «Государственного доклада о состоянии здоровья населения Российской Федерации» в 2014г. свидетельствует о том, что больные поступают в медицинские учреждения с заболеваниями в поздних стадиях, когда кроме операции уже ничего сделать невозможно [1]. Причины различные, но среди них можно выделить основные: дорогие не только лекарства, но и платные медицинские услуги, длительное ожидание приема специалистов. По официальной статистике за чертой бедности находиться более 24-25% граждан России [2]. У большинства населения нет возможности лечиться у платных специалистов. Можно сделать вывод, что социальные условия современной российской действительности становятся одним из основных факторов риска.

Необходимо отметить, также, что возрастает научно-практическая потребность разработки идеи единства качества окружающей среды и здоровья человека, чтобы обеспечить комплексный, системный подход к анализу взаимоотношений человека со средой его обитания и к решению проблем устойчивого развития. В этой связи содействие здоровьесбережению как процесс, ориентированный на саморегуляцию личности и обретение смысла здорового образа жизни, становится стратегией устойчивого развития. Современное социокультурное пространство характеризуется сменой приоритетов и ценностей, особым значением здоровья субъектов, как гарантии качества устойчивого развития, подчиняющегося законам здоровьесбережения. необходимость в исследовании ценностей системы сохранности здоровья как стратегического звена образовательной деятельности учебных учреждений, которые должны стремиться формировать потребность учащихся в здоровом образе жизни. В законодательстве РФ понятие «охрана здоровья» определяется как совокупность мер, политического, экономического, правового, социального, культурного, научного, медицинского, гигиенического и противоэпидемического характера, направленных на сохранение и укрепление физического и психического здоро-

вья каждого человека, поддержания его активной долголетней жизни, предоставление ему медицинской помощи в случае утраты здоровья [3]. Изучив законодательство, Российской Федерации, можно сделать вывод, что достаточно полно и последовательно отражены права детей и подростков на охрану здоровья с учетом рекомендаций Всемирной организации здравоохранения, международных обязательств, а также факторов, влияющих на здоровье, присущих нашей стране. Право на охрану здоровья состоит по своему содержанию из нескольких прав и обеспечивается охраной природной среды, созданием благоприятных условий труда, быта, отдыха, воспитания и обеспечения полноценным доброкачественным питанием, а также предоставлением детям и подросткам доступной медицинской и социальной помощи, достоверной информации о состоянии здоровья и факторах на него влияющих.

Достижение устойчивого развития вырабатывается в условиях системного применения экономического, социального и экологического подходов. При этом экологическая составляющая является результирующей в данной триединой системе, а ее компонент «здоровье» – индикатором экономического и экологического благополучия.

В настоящее время особая роль ресурса здоровья определяется тем, что он становится активным источником динамического развития общества. Однако ресурс здоровья не является предметом оценки в экономической науке и лишь в последние годы его начинают признавать в качестве одного из ключевых стратегических ресурсов развития государства и обеспечения его государственной безопасности.



Рис. 1. Факторы, влияющие на здоровье населения

Рассмотренные ранее причины, влияющие на здоровье населения, представлены в виде схемы на рисунке 1.

Для успешного решения вопросов связанного со здоровьем нации, необходимо учитывать все факторы в совокупности.

Комплексное решение проблемы позволит повысить качество жизни, и повлиять не только на здоровье отдельного человека, но и всего общества в целом.

Список литературы:

1. https://static1.0.rosminzdrav.ru/system/attachments/attaches/000/026/627/original/Doklad_o_sostojanii_zdorovja_naselenija_2014.pdf?1434640648
2. Росстат <http://www.gks.ru/>
3. Консультант плюс <http://www.consultant.ru/>

СОДЕРЖАНИЕ

1	Агашкова А.В., Анисимова И.А., Пацких М.А., Тимонина Т.С., <i>научный руководитель</i> : Попова О.В. Инвестиционная привлекательность отдельных стран мира	3
2	Алексеева В.Е., Горбачук А.Н., <i>научный руководитель</i> : Андреева Н.Н. Социальное партнерство в России	7
3	Амирханян М.О., <i>научный руководитель</i> : Шабалина Т.А. Оценка эффективности использования основного капитала в условиях рынка	11
4	Андреева Ю.А., <i>научный руководитель</i> : Воронина Э.В. Современное состояние российского рынка молока питьевого	15
5	Анищенкова Я.В., <i>научный руководитель</i> : Евтухова О.М. Идентификация и качественная оценка оливковых масел, реализуемых в розничной торговой сети г. Красноярск	20
6	Бабенко С.В., <i>научный руководитель</i> : Добрыдень Н.В. Совершенствование инвентаризации в организации	24
7	Баглай М.А., <i>научный руководитель</i> : Саркисян Л.Г. Условия хранения и транспортировки ртути	27
8	Бакаева К.С., <i>научный руководитель</i> : Козлова Л.В. Сущность и основные характеристики инвестиционной деятельности на рынке жилой недвижимости	28
9	Балабанова И.В., <i>научный руководитель</i> : Германчук А.Н. Оценка уровня корпоративной культуры предприятия	32
10	Балдина Т.А., Уржумова М.В., <i>научный руководитель</i> : Нагоева Т.А. Денежная система Евросоюза: современное состояние, проблемы и перспективы развития	36
11	Баранов А.А., <i>научный руководитель</i> : Попова О.В. Особенности инвестиционной деятельности физических лиц в современных экономических условиях	42
12	Баранова Ю.Р., <i>научный руководитель</i> : Авдейчик О.В. Особенности отражения денежных потоков организациями страхования в соответствии с МСФО (на примере Белорусского Республиканского унитарного страхового предприятия «БЕЛГОССТРАХ» (БЕЛГОССТРАХ))	46
13	Бармин Р.А., <i>научный руководитель</i> : Бармина Э.Э. Возможности использования социальных сетей для продвижения компаний-работодателей	51
14	Барсукова Д.Д., <i>научный руководитель</i> : Степанькова О.А. Проблемы внедрения молекулярной кухни в Пермском крае	56
15	Барташевич А.С., <i>научный руководитель</i> : Затолгутская Н.Н. Пути совершенствования отчета о прибылях и убытках в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности	59
16	Басерова Э.М., <i>научный руководитель</i> : Попова О.С. Потребительская оценка качества гигиенических губных помад	64
17	Безенцева Л.М., <i>научный руководитель</i> : Лунева М.Н. Инфраструктура цифровой экономики	68

18	Бельбас А.В., <i>научный руководитель</i> : Ракитина М.Г. Компьютерное зрение в розничной торговле	73
19	Билич В.В., <i>научный руководитель</i> : Макаренко О.И. Механизмы и инструменты создания эффективной системы экономической безопасности организации	77
20	Блажко О.В., <i>научный руководитель</i> Лобанова М.Е. Экономическое содержание системы пенсионного страхования	82
21	Бобылева А.В., <i>научный руководитель</i> : Шарифулин С.Р. Шаблонность входных испытаний работников сервисных организаций	86
22	Богоянец А.А., <i>научный руководитель</i> : Саркисян Л.Г. Условия хранения и транспортировки тропических плодов	91
23	Бондарева Ю.А., <i>научный руководитель</i> : Протасова Н.Я. Консолидированная отчетность в Республике Беларусь	94
24	Бородина М.С., Бухтиярова И.И., <i>научный руководитель</i> : Горбова И.Н. Экономические санкции против России: позитивные аспекты и их влияние	99
25	Бочарова В.А., <i>научный руководитель</i> : Руденок О.Ю. Теоретический аспект определения сущности и видов оборотных активов	102
26	Бузмакова Т.В., Фролова Ю.В., <i>научный руководитель</i> : Нагоева Т.А. Проблемы и перспективы развития банковского автокредитования в Российской Федерации	106
27	Бухтиярова И.И., Бородина М.С., <i>научный руководитель</i> : Кружкова И.И. Современное управление материально – производственными запасами на предприятии	112
28	Васильева А.И., <i>научный руководитель</i> : Симанова И.М. Сравнение потребительских свойств моющих средств для посуды	115
29	Ваулина О.В., <i>научный руководитель</i> : Мазунина Т.А. Экологическая упаковка	119
30	Викторович К.Л., <i>научный руководитель</i> : Данилкова С.А. Состав инвентаризационных комиссий как индикатор качества проведения инвентаризации	123
31	Владимирова П.В., <i>научный руководитель</i> : Мехоношина О.В. Инновационный менеджмент: управление инновационным процессом	126
32	Власова К.Ю., <i>научный руководитель</i> : Симанова И.М. Обзор рынка чистящих и моющих средств	131
33	Волкова М.Н., <i>научный руководитель</i> : Калугина Г.А. Управление качеством в сфере технического обслуживания и ремонта воздушных судов	135
34	Вологжанина Ю.А., <i>научный руководитель</i> : Ращупкина В.Н. Повышение эффективности деятельности предприятия на основе применения сбалансированных финансовых показателей	140
35	Воробьева О., <i>научный руководитель</i> : Воробьева Е.К. Стратегический маркетинг основа обеспечения конкурентных преимуществ предприятия	144

36	Вронская О.С., <i>научный руководитель</i> : Нефедова Ю.В. Теоретические аспекты категории финансовая стратегия	148
37	Габибова К.К., <i>научный руководитель</i> : Полякова А.В. Использование плодов айвы в производстве мучных кондитерских изделий	153
38	Галка Т.А., <i>научный руководитель</i> : Васильева И.И. Элементы питания для электроники и мелкой техники: экологический аспект	158
39	Гапон М.А., <i>научный руководитель</i> : Авдейчик О.В. Проблемы перехода Республики Беларусь к международным стандартам финансовой отчетности	162
40	Гафаров Т.А., <i>научный руководитель</i> : Бакирова Р.Р. Воздействие принятой пенсионной реформы на молодёжь	167
41	Гильфанов Д.А., <i>научный руководитель</i> : Желтовских Е. В. Повышение сервисной деятельности посредством бесконтактного обслуживания	171
42	Гладких Е.А., <i>научный руководитель</i> : Давыдова Е.Ю. Особенности учета основных средств в соответствии с российскими и международными стандартами	175
43	Гоменюк Л.Г., <i>научный руководитель</i> : Руденок О.Ю. Методики оценки инвестиционной привлекательности	180
44	Гордеева А.К., <i>научный руководитель</i> : Кузнецова Т.В. Молекулярная кухня	184
45	Гордей Т.А., <i>научный руководитель</i> : Данилкова С.А. Бухгалтерская отчетность: национальные и международные стандарты	188
46	Городилова Т.А., <i>научный руководитель</i> : Попова А.А. Роль маркетолога в социальных сетях	191
47	Гредюшко Т.В., <i>научный руководитель</i> : Давыдова Е.Ю. Признание и оценка животных на выращивании и откорме по международным стандартам финансовой отчетности (МСФО)	194
48	Гущин Д.Б., <i>научный руководитель</i> : Кривошеева Л.Н. Актуальные проблемы и перспективы малого предпринимательства	199
49	Дагиль Д.Д., <i>научный руководитель</i> : Галкина М.Н. Направления совершенствования управленческой отчетности в промышленных организациях	201
50	Дементьева Е.Е., <i>научный руководитель</i> : Рейзенбук К.Э. Информационные технологии для моделирования и совершенствования бизнеса организации	205
51	Денищик У.Н., <i>научный руководитель</i> : Бедретдинова Е.Н. Вклады в белорусских рублях	209
52	Дзюбина А.А., <i>научный руководитель</i> : Баранцева С.М. Особенности ценообразования в ДНР и государственное регулирование торговой деятельности	214
53	Диева А.А., <i>научный руководитель</i> : Воеводина Н.А. Анализ инструментов мерчандайзинга на предприятии розничной торговли ООО «Облпрод» г. Перми	218

54	Добрук Ю.А., <i>научный руководитель</i> : Грудько С.В. Факторный анализ рентабельности собственного капитала на примере КПСУП «Гродненская Птицефабрика»	224
55	Дорошенко Я.Э., <i>научный руководитель</i> : Стахивич В.М. Совершенствование эффективности использования производственных запасов	226
56	Дурновцева А.С., <i>научный руководитель</i> : Чернавина Т.В. Практическое применение мобильных приложений	230
57	Евтеева В.В., <i>научный руководитель</i> : Чайковская О.В. Аналитическое обеспечение управления оборотными активами предприятия	237
58	Еранцев В.С., <i>научный руководитель</i> : Лобанова М.Е. Рекомендации по формированию инвестиционной привлекательности предприятия	241
59	Ефремова Д.С., <i>научные руководители</i> : Казакова Е.Г., Снегирева Л.С., Атаманов Р.В. Исследование качества питьевого пастеризованного молока розничной торговой сети города Перми	246
60	Жагун В.А., <i>научный руководитель</i> : Бедретдинова Е.Н. Роль малого бизнеса в современной экономике	249
61	Жданкова А.А., <i>научный руководитель</i> : Дьяковская О.С. Технология продукции и организации общественного питания: анализ и состояние предприятий общественного питания в городе Соликамске	254
62	Зайкин Е.П., <i>научный руководитель</i> : Ханагян Т.А. Управление талантами в государственном секторе	258
63	Залата Е.Я., <i>научный руководитель</i> : Баранцева С.М. Роль цены в системе маркетинга	262
64	Захарова А.С., <i>научный руководитель</i> : Чаплина А.Н. Формирование стратегии организации сферы услуг на основе стейкхолдерского подхода	266
65	Зеленина Т.А., <i>научный руководитель</i> : Желтовских Е.В. Совершенствование коммерческой деятельности за счёт автоматизации логистических процессов	271
66	Зинкевич Ю.Э., <i>научный руководитель</i> : Данилкова С.А. Контроль расчётов с персоналом по оплате труда	276
67	Зуева Х.А., <i>научный руководитель</i> : Родионова Е.В. Инновационная активность предприятий в России	279
68	Иванов А.А., <i>научный руководитель</i> : Рейзенбук К.Э. Разработка проекта системы поддержки принятия решений при кредитовании физических лиц	284
69	Исмаилова В.С., <i>научный руководитель</i> : Богова Е.М. Перспективы развития интернет-торговли продуктами питания на рынке России (на примере г. Березники Пермского края)	288
70	Каменева Т.А., <i>научный руководитель</i> : Киселева Л.Г. Совершенствование торгового обслуживания клиентов	294
71	Капустина А.А., <i>научный руководитель</i> : Донец Л.И. Самоопределение личности в условиях изменения бизнес-среды	298

72	Капцевич Д.О., <i>научный руководитель</i> : Чигрина А.И. Динамика ВВП на душу населения: обоснование возможностей использования в аналитических процедурах	301
73	Карпеко К.А., Хилинская С.А., <i>научный руководитель</i> : Нилов Д.Г. Правовое положение токенов в Республике Беларусь	306
74	Карпец Е.Е. Анализ форм осуществления маркетинговой деятельности в ООО «Арония» и их эффективности	310
75	Каштанова В.О., <i>научный руководитель</i> : Бакирова Р.Р. Сравнительный анализ обеспечения продовольственной безопасности регионов Приволжского федерального округа	313
76	Кваша А.Г., <i>научный руководитель</i> : Долматова Г.Е. Стратегическое управление финансовой деятельностью предприятия	317
77	Кичан Е.И., <i>научный руководитель</i> : Малевский Э.З. Денежные средства как экономическая категория, их роль в рыночной экономике	322
78	Ковтун С.А., <i>научный руководитель</i> : Зерова О.Н. Инвестиционный потенциал Донецкой Народной Республики	326
79	Коленченко М.В., <i>научный руководитель</i> : Есина Ю.Л. Сельскохозяйственная кооперация как перспективный фактор развития АПК России	331
80	Кондрусь Т.А., <i>научный руководитель</i> : Шабалина Т.А. Теоретические аспекты бюджетирования на предприятии	336
81	Конева Е.В., <i>научный руководитель</i> : Мехоношина О.В. Программное обеспечение торговых предприятий	339
82	Концевая Ю.В., <i>научный руководитель</i> : Данилкова С.А. Преимущества и недостатки методов переоценки основных средств	344
83	Копанёва Я.Ю., Маштаков В. В., <i>научный руководитель</i> : Попова О.В. Перспективы развития Российско-Китайского инвестиционного фонда	346
84	Костина К.К., Нетёсова А.С., <i>научный руководитель</i> : Вышенский М.Ю. Влияние зарубежных санкций на экономику России	349
85	Kosykh M.A., <i>scientific supervisor</i> : Tyuleneva T.A. Impact of management accounting to increase the efficiency of enterprises	354
86	Коток С.Г., <i>научный руководитель</i> : Кривошеева Л.Н. Анализ состояния и развития малого и среднего бизнеса в экономике Республики Беларусь	358
87	Кохович Ю.Г., <i>научный руководитель</i> : Данилкова С.А. Экономическая сущность понятий «износ» и «амортизация» основных средств и их отличия	362
88	Краевский Б.Н., <i>научный руководитель</i> : Лобанова М.Е. Пути совершенствования межбюджетных отношений в Республике Беларусь	365
89	Кретова А.С., <i>научный руководитель</i> : Попова О.В. Состояние и перспективы развития инвестиционной деятельности в Орловской области	370
90	Krivtsova N.E., <i>scientific supervisor</i> : Tyuleneva T.A. Problems of using economic data to identify the legalization of income obtained by criminal means	374

91	Ксенофонтова Е.А., <i>научный руководитель</i> : Ефремова Ю.С. Актуальные проблемы российского рынка общественного питания	378
92	Курак А.Ф., <i>научный руководитель</i> : Якубова И.П. Бухгалтерский учет затрат на производство продукции по экономическим элементам	383
93	Кухарчук Ю.С., <i>научный руководитель</i> : Кушнеров Д.Н. Автоматизация управления материальными ресурсами в локомотивном хозяйстве	387
94	Кушнер И.Д., <i>научный руководитель</i> : Кривошеева Л.Н. Особенности социально-ориентированной экономики Франции	391
95	Лагун А.В., <i>научный руководитель</i> : Разова Е.Л. Анализ мирового рынка Luxury одежды и аксессуаров	394
96	Лагунина М.Ю., <i>научный руководитель</i> : Степаненкова Н.М. Формы финансирования оборотных активов предприятий в современных условиях	398
97	Левкевич В.А., <i>научный руководитель</i> : Галкина М.Н. Учет готовой продукции в разрезе краткосрочных активов	402
98	Леготина Е.И., <i>научный руководитель</i> : Береговая И.Б. Сервизация экономики как фактор маркетингового влияния на портрет потребителя	406
99	Лезина В.Ю., <i>научный руководитель</i> : Воронина Э.В. Обзор российского рынка безалкогольных напитков	408
100	Леонова А.Е., <i>научный руководитель</i> : Кабакова О.Г. Сопоставление контекстной рекламы Гугл Эдвордс и Яндекс Директ	412
101	Логинова К.А., <i>научный руководитель</i> : Кабакова О.Г. Маркетинговые исследования молочной продукции на рынке продовольственных товаров РФ	415
102	Лузина Н.О., <i>научный руководитель</i> : Гордеев А.Е. Особенности жизненных и ценностных ориентаций современной обучающейся молодежи (на примере студентов техникума ПИ (ф) РЭУ им. Г.В. Плеханова)	419
103	Лунева В.Д., <i>научный руководитель</i> : Карпович Ю.В. Факторы развития здоровья населения	424

Научное издание

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ
РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА**

Материалы

*III Международной научно-практической конференции
студентов и учащихся*

Том 1 (А - Л)

Компьютерная верстка – А.А. Игнатьева

Формат 60x90 1/16. Бумага для ВХИ
Усл. печ. л. 27,1

Пермский институт (филиал) РЭУ имени Г.В. Плеханова
г. Пермь, бульвар Гагарина, 57, <http://rea.perm.ru>