



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

**Том 2 (М - Я)**

**Пермь 2017**

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 II Международной научно-практической конференции студентов и учащихся (Пермь, декабрь 2017 г.) / Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова». – Пермь: Изд-во «Пермский института (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2017. – 279 с.

В книге представлены материалы II Международной научно-практической конференции студентов и учащихся, проходившей в Пермском институте (филиале) Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова в ноябре-декабре 2017 года.

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

Материалы опубликованы в авторской редакции.

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

© Пермский институт (филиал)  
ФГБОУ ВО «Российский экономический  
университет имени Г.В. Плеханова», 2017

## ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УСЛУГ УРАЛЬСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА (УФО)

**Мазунин Сергей Александрович**

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

**научный руководитель: Оборин Матвей Сергеевич**

*доктор экономических наук, профессор*

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

Уральский регион – один из самых богатых минерально-сырьевых регионов России. В то же время, экология Урала неблагоприятна для проживания, с каждым годом растёт уровень заболеваемости населения, в связи с этим политика региона направлена на улучшение качества жизни проживающих, ведь именно от качества жизни населения зависит успешность государства во внутренних и внешних делах. Развитие деятельности санаторно-курортных организаций (СКО) в огромной степени способствует решению проблем здравоохранения, так как рынок санаторно-курортных услуг (СКУ) предоставляет гражданам столь необходимый комплекс услуг по оздоровлению и профилактике своего здоровья [6].

В состав УФО входят 6 субъектов Российской Федерации: Челябинская, Курганская, Свердловская и Тюменская области, а также Ханты-Мансийский и Ямало-Ненецкий автономные округа. Административный центр УФО – г. Екатеринбург. Общая площадь региона – 1 818 000 км<sup>2</sup> [1].

Уральский федеральный округ расположен на границе Европы и Азии, что подчеркивает очень выгодное экономико-географическое положение региона.

На территории округа расположено огромное количество ресурсов, необходимых для эффективной деятельности санаторно-курортных организаций (СКО). В районе нефтяных месторождений Ханты-Мансийского АО расположены источники йодобромистых минеральных вод. Территория Свердловской также обладает своими уникальными источниками – здесь располагаются 8 месторождений с минеральными водами, а также 5 месторождений сапропелевой грязи. Тюменская область, в свою очередь, вмещает на своей территории 5 озер, где открыты месторождения сапропелевой соли, а также 9 месторождений с

хлоридно-натриевыми и йодо-бромистыми минеральными водами. На территории Челябинской области запасы сапропелевых грязей практически неисчерпаемы [3, с. 75].

По состоянию на 2016 год, в округе находилось 154 СКО. Для определения развитости отдельных субъектов в сфере предоставления населению СКУ проведем анализ динамики санаторно-курортных организаций (табл. 1).

Таблица 1

**Анализ динамики СКО по субъектам УФО за 2016 год [2]**

Субъект УФО	Число СКО		Число мест в СКО	
	Кол-во, ед.	Удельный вес, %	Кол-во, тыс. мест	Удельный вес, %
Курганская область	19	12,2	3,644	13,8
Челябинская область	46	30,3	7,739	29,2
Свердловская область	57	37,0	8,244	31,2
Тюменская область	26	16,8	5,734	21,7
Ханты-Мансийский АО	5	3,1	1,012	3,8
Ямало-Ненецкий АО	1	0,6	0,095	0,3
Всего	154	100	26,468	100

Можно заметить, что по количеству СКО в регионе лидирует Свердловская область – 57 организация (37%). Челябинская область также имеет большой удельный вес СКО в регионе – 30,3% (46 организаций). В Ханты-Мансийском и Ямало-Ненецком АО располагается 5 и 1 СКО соответственно, что говорит об очень слаборазвитом уровне рынка санаторно-курортных услуг в этих регионах.

Развитие социально-экономического состояния региона необходимо для создания необходимого спроса на СКУ. На начало 2017 года, в регионе проживало 12,350 тыс. чел., что определяет достаточно низкую плотность населения – всего 6,79 чел./км<sup>2</sup> (в целом по России – 8,59 чел./км<sup>2</sup> . По статистике, около 80%; всего населения – горожане. С 2010 по всей России наблюдается рост рождаемости населения, однако 2015 год ознаменовался новым снижением рождаемости. По данным Росстата, в 2016г. коэффициент родившихся на 1000 человек населения составил 12,9. Естественная убыль населения, по сравнению с 2015г, составила 0,2%. Данные показатели наглядно иллюстрируют набирающую обороты программу региона по улучшению качества жизни населения.

Население формирует платежеспособный спрос на услуги санаторно-курортных комплексов (СКО). Рассмотрим динамику доходов населения УФО (рис. 1).

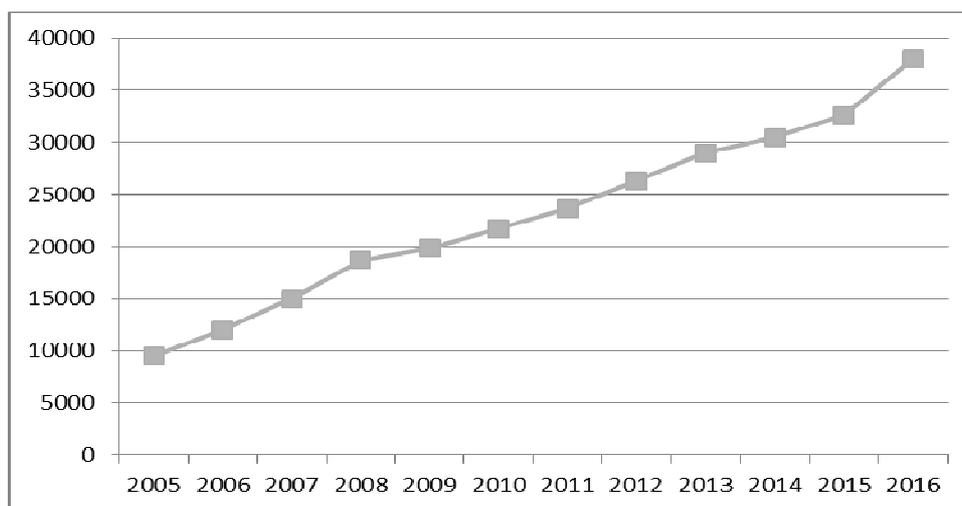


Рис. 1. Динамика доходов населения УФО (в среднем на душу, тыс. руб.) [2]

Увеличение доходов в УФО, как и в целом по России, объясняется развитием производственной сферы региона. Как следствие, повышается способность населения приобретать путевки на лечение в санатории и курорты региона. В 2016 году средний доход одного человека в УФО составил 38 000 руб. Среди данного региона особенно выделяются оба автономных округа, где среднемесячные заработные платы составили 57 000 руб. и 78 000 руб. в Ханты-Мансийском АО и Ямало-Ненецком АО соответственно.

Таблица 2

**Эффект деятельности СКО УФО за 2016г. [2]**

Регион	Число СКО	Число размещенных в СКО, тыс. чел.	Число мест в СКО, тыс. мест	Доходы СКО, тыс. руб.	Расходы СКО, тыс. руб.	Число номеров в СКО, тыс. шт.
Курганская область	19	43,9	3,6	678,9	700,3	1,360
Челябинская область	46	130,8	7,7	2012,4	2110,9	3,101
Тюменская область	26	100,7	5,7	2544,6	2982,7	2,642
Ханты-Мансийский АО	5	14,8	1,0	1111,3	20,1	0,573
Ямало-Ненецкий АО	1	0,3	0,09	19,7	1669,8	0,044
Свердловская область	57	117,8	8,2	2294,9	2668,0	3,201

Для определения эффективности СКО на территории Уральского ФО проанализируем данные о деятельности СКО на 100 тысяч человек населения

(табл. 2).

Анализ таблицы показал, что отрасль санаторно-курортного лечения наиболее развита в Свердловской и Челябинской областях, на их долю суммарно приходится 67,8% СКО в округе. Однако самыми эффективными субъектами УФО являются Курганская и Тюменская области. Эффективность деятельности СКО на территории Курганской области подчёркивается наибольшим числом СКО на 100 тыс. чел. Тюменская область занимает лидирующую позицию в округе по числу номеров на 100 тысяч человек и по количеству размещенных в СКО. Самым малоэффективным оказался Ямало-Ненецкий АО. Это связано с тем, что огромное количество ресурсов, необходимых для деятельности СКО, располагающихся на территории данного округа до сих пор не изучены, к тому же климат Ямало-Ненецкого АО определяется наличием многолетней мерзлоты, что также отталкивает многих людей от лечения в данном регионе.

Для определения эффективности СКО на территории Уральского ФО проанализируем данные о деятельности СКО на 100 тысяч человек населения (табл. 3).

Таблица 3

**Эффект деятельности СКО на 100 тыс. чел. населения регионов [2]**

Регион	Число СКО	Число размещенных в СКО, тыс. чел.	Число мест в СКО, тыс. мест	Доходы СКО, тыс. руб.	Расходы СКО, тыс. руб.	Число номеров, тыс. шт.
Курганская область	2,4	4904,1	0,42	77733,88	71322,91	0,15
Свердловская область	1,39	2707	0,2	54194,29	64675,09	0,07
Тюменская область	1,5	5512,5	0,29	159298,25	189651,25	0,16
Ханты-Мансийский АО	0,31	939,9	0,06	69781,22	103252,17	0,04
Ямало-Ненецкий АО	0,02	178,5	0,02	268,29	13073,92	0,008
Челябинская область	1,34	3906	0,24	59889,22	60668,04	0,09

Анализ таблицы показал, что самыми эффективными субъектами УФО являются Курганская и Тюменская области. Эффективность деятельности СКО на территории Курганской области подчёркивается наибольшим числом СКО на 100 тыс. чел., а также по числу мест. Тюменская область занимает лидирующую позицию в округе по числу номеров на 100 тысяч человек и по коли-

честву размещенных в СКО. Самым малоэффективным оказался Ямало-Ненецкий АО. Это связано с тем, что огромное количество ресурсов, необходимых для деятельности СКО, располагающихся на территории данного округа до сих пор не изучены, к тому же климат Ямало-Ненецкого АО определяется наличием многолетней мерзлоты, что также отталкивает многих людей от лечения в данном регионе.

В настоящее время уделяется большое внимание развитию туризма в целом на территории Уральского федерального округа. На территории Свердловской области запланированы такие проекты как воссоздание историко-минералогического маршрута «Самоцветная полоса Урала», а также воссоздание культурно-исторического парка «Каменные ворота». Ханты-мансийский автономный округ – Югра реализует инвестиционный проект культурного и оздоровительного центра «Термальный комплекс «Югорская долина». Курганская область планирует новое строительство, капитальный ремонт и реконструкцию объектов филиала унитарного предприятия «Курорты Зауралья», санатория «Озеро Медвежье» [4].

Несмотря на все запланированные проекты в сфере рынка СКУ, округ сталкивается со следующими проблемами:

1. Устаревшая и недостаточно эффективная используемая ресурсная база в сфере оздоровительного туризма;
2. Сокращение числа детско-юношеских санаториев и курортов привело к острой нехватке организаций этого типа в регионе;
3. Низкий уровень доходов населения, и как следствие, непозволительная по стоимости путёвка на лечение в санаторно-курортные комплексы;
4. Проблема транспортной доступности отдыха в санаториях и курортах. Несмотря на развитую транспортную сеть региона, фактическая стоимость проезда к месту отдыха для семейных пар или родителей с детьми превышает допустимые границы.

Почти все вышеперечисленные проблемы связаны с финансовыми проблемами, возникшими в регионе, как и во всей России, в связи с кризисным пе-

риодом. Для их решения в округе проводится политика развития производственной сферы, наиболее развитой в регионе, с целью привлечения дополнительных инвестиций.

В целом, Уральский федеральный округ обладает огромным потенциалом для развития санаторно-курортных услуг. На территории региона расположена огромная часть минеральных ресурсов, ждущая своего освоения и применения, достаточно развитая производственная инфраструктура позволяет региону закладывать прочный фундамент роста на многие десятилетия вперед. Однако исследуя статистические данные можно заметить, что каждый год закрываются отдельные санаторные комплексы, сталкивающиеся с большим спектром проблем. Экономическая нестабильность приводит к снижению доходов населения и, как следствие, к нерентабельности санаторно-курортных организаций. Стабилизация же экономической ситуации позволит дальше развиваться рынку санаторно-курортных услуг и поможет региону решить многие социальные и экономические проблемы.

#### **Список литературы:**

1. Уральский федеральный округ. Официальный ресурс. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://uralfo.gov.ru/district/>
2. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
3. Балежина Т.В., Ирисова Т.А., Колотова Е.В. Перспективность развития санаторно-курортного дела на Урале // Курортное дело, туризм и рекреация. Том 2. №1, 2008. – С. 73 – 82.
4. Распоряжение правительства Российской Федерации от 31 мая 2014г. № 941-р об утверждении стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года.
5. Оборин М.С. Подходы к определению сущности курортной инфраструктуры региона: теория и практика // Известия Уральского государственного экономического университета. 2014. № 1 (51). С. 66-71.

## **ИННОВАЦИИ В КОНТЕКСТЕ ГЛОБАЛЬНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ**

**Макян Лиана Ванянова**

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

*научный руководитель: Саркисян Лев Григорьевич*

*кандидат экономических наук, профессор*

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

Проблема эффективно функционирующей сферы инновационной деятельности во всем международном сообществе является актуальной, поскольку такая деятельность осуществляется в современной глобальной среде, которая выдвигает жесткие требования относительно качества продукции, ее научно-технического новшества, соответствия требованиям международных стандартов.

Особенностью современного времени является не только значение инновационной политики как одного из ключевых факторов в продвижении технологий, на которых строится современная цивилизация, но также ее значение для развития глобализации, и даже еще большего объединения мира.

Глобализация единой мировой экономики наблюдается на протяжении всей цивилизационной истории человечества. Особенно актуальной, масштабной и распространённой она становится в XX и начале XXI века.

Глобализация представляет собой новый качественный этап развития мирового хозяйства. Сущность этого нового этапа кроется в новом качественном состоянии, как международных производственных сил, так и международных производственных отношений. Объективной основой глобализации выступает новый уровень производительных сил мирового сообщества, связанный с материализацией достижений современного этапа НТР.

Наиболее признанная в настоящее время дефиниция глобализации, данная экспертами международного валютного фонда, как «растущей экономической взаимозависимости стран всего мира в результате возрастающего объема и разнообразия трансграничных потоков товаров, услуг и капитала, а также все

более быстрой и широкой диффузии технологий», как раз позволяет установить взаимосвязь между понятиями «глобализация» и «инновационная экономика».

Термин «инновационная экономика» относительно новый, однако экономики инновационного характера существовали и ранее, а степень «инновационности» экономики резко увеличивалась в отдельные периоды и в отдельных странах. В настоящее время в постсоветских странах имеются серьезные устремления создать современные механизмы инновационного развития, а именно современную инновационную экономику [1, с. 38].

Как известно, инновации – это основа развития любой экономики, общества. Инновации обеспечивают предприятию, стране конкурентное преимущество на рынке [3].

Значительный прорыв в технологиях и информационной сфере побуждает ориентироваться на новые источники конкурентных преимуществ и создавать их. Современный этап связан с занятием лидирующих позиций среди составляющих динамических сравнительных техническими достижениями и инновациями на всех стадиях жизненного цикла продукта, начиная от создания товара или услуги, через продвижение его от производителя к потребителю и заканчивая последующей утилизацией.

Международные корпорации проявляют склонность к интеграции, что взаимообусловлено и взаимосвязано с их местом в системе инновационных отношений. Деятельность международных корпораций может стать важным условием стабилизации, роста экономик и инновационного развития стран мира. В условиях глобализации мировой экономики конкурентоспособность корпораций в значительной степени определяется инновационной деятельностью, которая становится не только фактором эффективного развития самих корпораций, но и важной составляющей развития национальных и мировой инновационных систем. Таким образом, международные корпорации, являющиеся следствием глобализации экономики, влияют на инновационный экономический рост. Ещё одним фактором влияния глобализации на инновационную деятельность является кластерная политика.

Кластерная политика – единение институтов и предприятий либо формирование кластеров конкурентоспособных отраслей. Кластеры тяготеют к концентрации по территориям стран мира и регионам отдельных стран. Как только кластер сформировался, возникает взаимная поддержка всех отраслей в группе. Вход на рынок из других отраслей внутри кластера подстёгивает модернизацию, стимулируя научно-исследовательские подходы и содействие введению новых стратегий и навыков.

Участие в кластере предоставляет также преимущества в доступе к новым технологиям, методам работы или возможностям осуществления поставок. Входящие в кластер фирмы быстро узнают о прогрессе в технологии, о доступности новых компонентов, и оборудования, о новых концепциях в обслуживании и маркетинге и т.п. и постоянно следят за этими инновационными факторами конкурентных преимуществ, поскольку эти задачи облегчаются постоянными взаимоотношениями с другими членами кластера и личными контактами.

Членство в кластере делает возможным непосредственное наблюдение за деятельностью других фирм. В противоположность этому изолированные фирмы имеют худший доступ к информации и вынуждены при этом больше платить; для них возрастает также необходимость выделять ресурсы на достижение нового знания в пределах собственной структуры. Исходя из влияния глобализации на инновационный путь развития стран мира необходимо отметить, что дешевая и эффективная сеть коммуникаций позволяет фирмам размещать различные составляющие производств в разные страны, сохраняя при этом прямые организационные и информационные контакты, непосредственное управление товарными и финансовыми потоками [2, с. 117].

Современные информационные технологии также уменьшили необходимость физических контактов между производителями и потребителями. Также можно проглядеть другую связь глобализации и инноваций, а именно рассмотреть инновации как часть глобализации экономики. Значит в этом аспекте предприятия, которые выбирают инновационный путь, автоматически становятся частью глобализации экономики.

Инновационная политика каждого государства должна обеспечить сбалансированное взаимодействие научного, технического и производственного потенциалов, разработку и внедрение механизма активизации инновационной деятельности субъектов предпринимательства и распространение инноваций по всех сферах национальной экономики [1].

Таким образом, инновации являются частью глобализации и движущим фактором глобальной конкуренции, причём глобализация экономики изначально влияет на конкретную страну, а далее экономическая политика страны влияет на инновационную деятельность предприятия. Стандарты инновационной деятельности для предприятий вытекают из мировых под действием той же глобализации, поэтому предприятие, стремящееся победить в глобальной конкуренции должно ввести эффективную инновационную деятельность.

#### **Список литературы:**

1. Молчанов Н.Н. История развития экономики научно-технического прогресса // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 5 Экономика. - 2009 - Вып: 3 - С. 88-93.
2. Павлова А.В. Концепция формирования инновационного кластера [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://delovoyimir.biz/ru/columns/120/>
3. Экономика. Под ред. А.С. Булатова. М.: Магистр: Инфа, 2012.

#### **ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ТОРГОВЛИ ПОСРЕДСТВОМ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ**

**Мамаева Юлия Станиславовна**  
*студентка Пермского института (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова*  
**Болотов Андрей Михайлович**  
*научный руководитель: кандидат технических наук, доцент*  
*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

Социальные сети настолько глубоко вошли в нашу жизнь, что перестали быть только простором для общения. Мы используем их для поиска музыки, новых друзей, а так же необходимых товаров и услуг. Такие возможности упрощают поиск необходимой информации, поскольку человеку даже не придется выходить из дома. В социальных сетях существует огромное количество групп, специализирующихся на продаже товаров и услуг. В них без проблем можно узнать актуальную цену, наличие и, пожалуй, самое важное, отзывы о

товаре и самом магазине в целом. Достаточно сделать пару кликов мышью, как товар уже перейдет в резерв именно для вас. Такие возможности значительно упрощают работу самого магазина, поскольку менеджер видит, что вам интересно и незамедлительно реагирует на заказ.

Социальные сети - это тренд, который охватил всю глобальную сеть: это веб-сервис, предоставляющий онлайн-средства группе людей, публично проявивших потребность друг в друге на основе общего интереса к определенной предметной области: атрибутивной самоидентификации пользователя, управлению характером связи между участниками сети, межличностной коммуникации [1].

Преимущества торговли в социальных сетях:

- Покупатель без особой сложности может найти потенциального продавца, а так же интересующий его товар. Достаточно в строке поиска ввести название необходимого товара, как перед покупателем незамедлительно высветятся результаты поиска в виде списка групп и сообществ по необходимой тематике.
- Оплата товара производится непосредственно при встрече с продавцом. Возможна оплата с помощью банковской карты. В таком случае, банк дает гарантию об успешной оплате и не предоставляет личные данные покупателя продавцу.
- С помощью социальных сетей покупатель может заказать товар в другой город с доставкой транспортной компанией или почтой.
- Упрощенность коммуникации покупателя с продавцом, быстрота обратной связи.
- Покупатель сразу получает актуальную информацию о цене и наличии товара. Она представлена на странице сообщества в отдельном разделе «товары».
- Покупатель, так же, может посмотреть неотфильтрованные отзывы от клиентов о качестве товара и группе в целом. Такая возможность позволяет убедиться в честности и порядочности продавца.

- Простота процесса покупки. Покупатель может буквально за минуту приобрести интересующий его товар, нажав на «кнопку» покупки.
- Доступность информации об акциях, скидках и розыгрышах в той или иной группе. Потенциальный покупатель имеет возможность увидеть сообщения о выгодных предложениях в своей новостной ленте, а так же, получать уведомления от групп, если включить возможность оповещений.
- Такой вид магазинов является выгодным, поскольку отсутствуют издержки на аренду помещения и заработную плату. Для открытия магазина достаточно зарегистрировать себя в социальной сети и создать группу по определенной тематике.
- Продавец с легкостью может находить потенциальных клиентов по средством иных групп и сообществ с похожей тематикой.
- Так же, владелец подобной группы может покупать рекламу в иных сообществах или же покупать рекламу у самой социальной сети. Подобную рекламу видят те люди, которые когда-то делали запросы в Интернете по данной тематике. Исходя из этого, продавец может продавать рекламу в своей группе и иметь с этого пассивный заработок.

Недостатки торговли в социальных сетях:

- Покупатель не может лично осмотреть товар перед покупкой. Приходится руководствоваться отзывами покупателей и фотографиями товара.
- Нечестность продавцов. Однако, существует множество групп, в которых обманутые покупатели предоставляют информацию о таких продавцах и предупреждают будущих покупателей от обмана со стороны владельца той или иной группы.
- Основная аудитория социальных сетей – неплатежеспособная молодежь. Продавцу необходимо заинтересовать аудиторию в покупке товара.
- Стоит учитывать, что владельцем группы может являться мошенник, который желает заполучить ваши личные данные.
- Запрещена продажа отдельных видов товаров: оружия, драгоценных ме-

таллов, ядовитых веществ [2].

Не сложно заметить, что преимуществ у торговли в социальных сетях больше, чем недостатков. Вследствие чего такой способ продаже товаров становится все более популярным и востребованным. Он особенно популярен среди «новичков» на рынке, которые при минимальных затратах на открытие своего дела могут в кратчайшие сроки начать получать прибыль.

Если обобщить все достоинства и недостатки торговли в социальных сетях, можно сделать три основных вывода:

Во-первых, такой вид торговли является наиболее подходящим для начинающий предпринимателей, которые только выходят на рынок. Компании, находящиеся на рынке продолжительное время уже имеют свою постоянную клиентскую базу и отработанные способы рекламы, а так же относительно большой ассортимент. Из этого можно сделать второй вывод, еще одним признаком магазина в социальных сетях является ограниченный выбор товара. Это обусловлено способом представления ассортимента товара в подобных магазинах. Выбирать из огромного списка товаров для покупателя будет затруднительно, следовательно, он с большой вероятностью предпочтет отказаться от покупки. Третий вывод, который можно сделать – не каждый товар стоит продавать через социальные сети. С одной стороны, государство на законодательном уровне ограничило ассортимент продукции, который можно продавать посредством интернет-торговли. С другой стороны, ассортимент ограничен самим рынком, никто не станет приобретать через социальные сети автомобили или сложную бытовую технику. К выбору таких товаров стоит подходить более основательно и приобретать его лишь по одному виду на фотографии будет нецелесообразно.

#### **Список литературы:**

1. Зуев М.Б., Развальяев Д.Е. Интернет-маркетинг: взгляд практиков // Вершина. 2008.
2. Какие товары можно продавать через Интернет. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://juristrf.ru/articles/kakie-tovary-mozhno-prodavat-cherez-internet-magazin.html>

## **ПРОБЛЕМЫ ПРИНЯТИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ**

**Мартироян Лусине Артемна**

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

*научный руководитель: **Стельмашенко Елена Васильевна***

*кандидат экономических наук, доцент*

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

В процессе функционирования на предприятии могут возникать проблемные моменты, требующие изучения, оценки и решения. Задачей каждого управленца в данном случае является принятие такого решения, которое будет содействовать эффективной работе организации, но, не стоит забывать, что принятие альтернативы также сказывается на поведении и работе отдельных индивидов, групп, коллектива и т.д. Именно поэтому принятие управленческих решений является одним из ключевых звеньев любой управленческой деятельности, что подчеркивает высокую значимость и актуальность данной темы.

Управленческие решения связаны с выполнением управленческих функций: планированием, организацией, координацией и контролем каких-либо процессов. Эти решения осуществляются в форме деловой беседы, инструкции, распоряжения и др. Однако, не каждое решение, разработанное и исполненное менеджером, является управленческим [2, с. 14].

Достаточно развернутое определение управленческого решения дано Э.А. Смирновым.

«Управленческим называется решение, принятое в социальной системе и направленное на:

- стратегическое планирование;
- управление человеческими ресурсами;
- управление производственной и обслуживающей деятельностью;
- формирование системы управления компании (методология, структура, процесс, механизм);
- управленческое консультирование;

– коммуникации с внешней средой» [1, с. 10].

Таким образом, под управленческим решением следует понимать творческое волевое действие субъекта управления в виде взаимосвязанных, целенаправленных и логически последовательных управленческих действий, обеспечивающих реализацию управленческих задач.

Особенности управленческих решений определяют проблемы, с которыми придется столкнуться руководителю в процессе их внедрения. Одной из основных проблем принятия управленческого решения можно выделить неверную целевую установку. Как известно, система стратегического планирования в организации начинается с формулировки целевых установок этой организации, которые в дальнейшем станут основой разработки стратегии. Следовательно, риск, который может возникнуть в результате неверно поставленных целей, достаточно велик. Неверная целевая установка может в дальнейшем повести деятельность компании в ложном направлении [3, с. 25].

Не менее важной проблемой принятия решений является то, что ситуации, требующие решения, возникают внезапно и вопреки ожиданиям, то есть их почти невозможно предвидеть. Поэтому руководитель должен иметь способность быстрого анализа сложившейся на предприятии ситуации и не менее быстрого принятия решений. Это оказывает достаточно высокое давление на руководителя, а также на подчиненных, которые принимают непосредственное участие в реализации управленческих решений.

Следует отметить, что на принятие управленческих решений прямое влияние оказывает окружение, иными словами внутренняя и внешняя среда. К числу основных факторов, определяющих состояние внешней среды, относятся состояние экономики, правовое регулирование, политические процессы, социальная и культурная составляющие общества и т. д. К числу факторов внутренней среды, влияющих на принятие решений в организации, относятся ее кадровый потенциал, система управления, производство, финансы, маркетинг, организационная культура. Проблемой является то, что на факторы внутренней среды предприятие имеет прямое воздействие и управленец может контролировать

все процессы, связанные с факторами внутри организации, чего не скажешь о внешней среде, контролировать изменения в которой не является возможным [4, с. 26].

Таким образом, управленческие решения выступают способом постоянного воздействия управляющей системы на управляемую (субъект на объект управления), что в конечном итоге приводит к достижению поставленных целей. Разрешение проблем управленческих решений представляет собой процесс, который начинается с возникновения проблемной ситуации, либо какой-то возможности, и заканчивается выбором решения – действия по устранению проблемной ситуации либо снижением ее остроты или использованием возможности.

#### **Список литературы:**

1. Дульзон А.А. Разработка управленческих решений: учебник – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2009.
2. Пирогова Е.В. Управленческие решения: учебное пособие – Ульяновск: УлГТУ, 2010.
3. Саркисова Е.А. Риск в торговле. Управление рисками: практическое пособие - Дашков и К°, 2009.
4. Стельмашенко Е.В. Менеджмент: электронный конспект лекций / Е.В. Стельмашенко. – Д., 2016.

### **ПРОБЛЕМЫ СТАБИЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

**Масюкевич Дарья Дмитриевна**

*студентка Белорусского торгово-экономического университета  
потребительской кооперации*

*научный руководитель: Коновалов Владислав Михайлович*

*кандидат экономических наук, доцент*

*Белорусского торгово-экономического университета  
потребительской кооперации*

Одной из основных проблем экономики Беларуси является поиск путей достижения устойчивого экономического роста. В результате мирового финансового кризиса темпы роста белорусского ВВП существенно замедлились с 8% в среднем, за период 2000-2008 гг., до 0,2% - в 2009 г. После завершения мирового финансового кризиса экономический рост восстановился и в 2010 г. соста-

вил 7,7%. Однако, в последующие годы динамика экономического роста резко замедлилась и затем приобрела отрицательное значение. В 2015 г. ВВП уменьшился на 3,8%, в 2016 г. – на 2,6%. Снижение ВВП сопровождается снижением уровня благосостояния населения.

Среди причин вызвавших дестабилизацию белорусской экономики в последние годы, аналитики выделяют устаревшую структуру производства и применение плановых методов управления, особенно в отношении доминирующего государственного сектора. Отмечается также негативное влияние спада в экономике России – главного внешнеэкономического партнера Беларуси, на долю которого приходится около половины внешнего товарооборота. Вследствие трудностей, возникших в российской экономике, существенно снизился объем белорусского экспорта и внешнеторговый оборот в целом.

За период прошедший после распада единого народнохозяйственного комплекса СССР, структура и другие параметры спроса, на внешнем и внутреннем рынках, значительно изменились. Однако структура белорусской экономики не претерпела существенных изменений. Это затрудняет продвижение белорусских товаров на рынках. Структурные проблемы белорусской экономики обостряются такими негативными особенностями ее современного развития, как:

- ограниченность собственной сырьевой и энергетической базы, значительная зависимость экономики от поставок сырья и сырьевых материалов из России (около 85% используемых энергоресурсов);
- устаревшие технологии, высокая материалоемкость и энергоемкость производства;
- высокий уровень износа активной части основных производственных фондов;
- значительное количество убыточных предприятий, поддерживаемых государственными дотациями;
- слабая развитость рыночных институтов и рыночной инфраструктуры;
- недостаточный уровень развития инновационной сферы и низкий уро-

вень наукоёмкости ВВП (около 1%);

- высокая налоговая нагрузка, негативно влияющая на конкурентоспособность продукции отечественных предприятий и потенциальные возможности их развития;

- недостаточно благоприятные условия для развития частного предпринимательства.

Однако экономика Беларуси обладает определенным потенциалом исправления негативных факторов, восстановления положительной динамики роста и дальнейшего развития. В частности, Беларусь обладает значительным количеством высококвалифицированных работников в разных отраслях экономики, мощным научно-исследовательским потенциалом. Важное значение имеет выгодное географическое положение страны, с точки зрения расширения международной торговли. Большие возможности открывает участие Беларуси в интеграционных процессах ЕАЭС и расширение экономического взаимодействия с Россией и другими участниками этого интеграционного сообщества.

Стабилизация роста зависит от становления инновационного типа развития современной национальной экономики. В качестве социального базиса необходимо формирование и устойчивое воспроизводство инновационной общественной культуры. Инновационная культура общества представляет собой систему ценностей и норм, регулирующую инновационную деятельность хозяйствующих субъектов. Основная роль инновационной культуры как ценностно-нормативной системы, способствующей эффективному развитию экономики, заключается в разработке механизмов формирования и определении условий функционирования креативных форм индивидуального экономического мышления. Данные формы мышления обеспечивают выработку активных типов экономического поведения индивидуальных хозяйствующих субъектов в процессе создания, освоения и использования инноваций.

Сегодня белорусская наука выдвигает крупные инновационные идеи, вытекающие из принципиально новых знаний. Научные разработки осуществляются как в сфере традиционных, так и новых видов хозяйственной деятельно-

сти, в том числе совместно с российскими научными центрами. Однако, использование полученных новых знаний в реальном секторе экономики невозможно без наличия эффективной инновационной системы практического внедрения исследований и разработок. Создание такой системы в Беларуси происходит не достаточно быстро.

Становление экономики инновационного типа в настоящее время зависит от степени накопления человеческого капитала, который представляет собой процесс расширения знаний, профессионального опыта и творческих возможностей экономически активного населения. Чем большим потенциалом обладает каждый член общества, тем выше интеллектуальный ресурс всей страны, тем динамичнее темпы роста экономики, тем значительнее возможности общества.

Для восстановления и стабилизации экономического роста необходимы и определенные изменения в процессе реализации экономической политики. В частности, необходимо активно стимулировать развитие частного предпринимательского сектора.

## **ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОПЫТА США И КНР В ПРОГНОЗИРОВАНИИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ**

**Матвеева Алена Сергеевна**

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

*научный руководитель: Шушарин Валерий Федорович*

*кандидат экономических наук, доцент*

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

Результатом процессов прогнозирования и планирования в любой стране является составление планов и прогнозов – важнейших документов для принятия управленческого решения. Каждая страна определяет для себя свой путь прогнозирования и планирования экономики. Для России проблема прогнозирования экономики весьма актуальна, поэтому следует рассмотреть мировой опыт его проведения.

Традиционно в мире выделяют две основные модели планирования и прогнозирования. В частности, С.Ю. Глазьев и Ю.В. Яковец первую называют англосаксонской, а вторую – индийской. Англосаксонская модель во главу угла

ставит бюджетное планирование, а все остальные прогнозы и планы выполняют вспомогательную роль. К числу наиболее ярких представителей подобной модели относят США, Великобританию, Канаду. Вторая модель предполагает наличие строго организованной системы государственных органов планирования и прогнозирования. Приоритетом их деятельности является разработка планов (прогнозов) развития страны, отдельных регионов и отраслей на различные сроки. Страны, использующие подобную модель, – Китай, Индия, Япония, Южная Корея, латиноамериканские страны [1].

Однако в России есть свой практический опыт планирования и прогнозирования экономики. До 90-х годов прошлого века макроэкономическое планирование являлось базовой и неотъемлемой функцией государства. Над разработкой планов и прогнозов трудились большие коллективы НИЭИ Госплана, а также ЦЭМИ РАН СССР. Госплан СССР выступал в качестве центрального органа планирования. С течением времени значение Госплана в структуре управления страной возрастало. Первым крупномасштабным проектом в области планирования и прогнозирования стал Государственный план электрификации страны (ГОЭЛРО), разработанный в 1920 г. на 10 летний срок [2, с. 18].

Советской наукой и практикой народнохозяйственного планирования разработано немало теоретических и прикладных моделей с глубоким анализом отдельных сторон экономического воспроизводства. Основными моделями являются отраслевые, макроэкономические и оптимальные модели. К отраслевым относятся модели векторного типа, такие как:

- таблицы «затраты – выпуск», в том числе модель статического межотраслевого баланса;
- модели межотраслевых взаимодействий (ММВ);
- имитационная межотраслевая модель выполнения плана [2, с. 19].

С середины 90-х годов XX века в Российской Федерации начала формироваться новая система долгосрочного прогнозирования социально-экономического развития. В 1995 г. был принят Федеральный закон «О государственном прогнозировании и программах социально-экономического разви-

тия Российской Федерации». За последние 25 лет разработано немало отраслевых стратегий, концепций и моделей, федеральных целевых программ [1].

Одна из моделей – межотраслевая модель RIM (Russian Interindustry Model), в которой увязаны в единую систему производство и распределение продукции, доходы субъектов экономики и цены. Другая модель RUSEC (Russian Economy) – это макроэкономическая модель, в которой рассчитываются основные макропоказатели (ВВП, инвестиции, уровень цен, бюджет, денежная масса и т. д.), получаемые в результате взаимодействия (простой игры) 12 макроэкономических агентов. Макроэкономические показатели получают, как правило, путем суммирования индивидуальных показателей игроков (добавленная стоимость, занятость и т.п.) в состоянии общего экономического равновесия [5].

В других странах процесс прогнозирования имеет свои отличительные черты. Одним из представителей англосаксонской модели прогнозирования является США. Прогнозирование в данной стране считается одной из важнейших форм аналитической деятельности, создающей условия для эффективного регулирования экономики за счет качественного предвидения складывающихся в стране и в мире тенденций и адекватной оценки перспектив развития. Основными методами прогнозирования, используемыми на государственном уровне, являются: методы экспертных оценок, методы экономических индикаторов, модели динамических рядов (методы экстраполяции), эконометрическое моделирование, модель «затраты-выпуск» (некоторая модификация метода МОБ) [3].

Прогнозами занимаются различные государственные учреждения, научные организации, коммерческие консалтинговые фирмы, негосударственные производственные, финансовые и торговые корпорации. Экономическое прогнозирование в США сложилось как крупное научное направление и в то же время сформировалось и функционирует как отрасль коммерческой деятельности. Прогнозирование непосредственно не встроено в систему стратегического планирования. Распространена практика контрактных заказов на прогнозные

разработки, выполняемые для правительственных учреждений и крупных компаний. В США центрами подобных исследований являются Корпорации РЭНД, Гудзонский институт, известные частные консалтинговые компании, такие как Arthur D. Little, Moody's Analytics, Inc и многие другие [3].

Крупным представителем другой модели прогнозирования – индийской, является Китай. Основным документом, регулирующим деятельность органов исполнительной и законодательной власти в области планирования и прогнозирования, является Конституция КНР. В КНР традиционно разрабатываются пятилетние программы социально-экономического развития, которые носят силу законов. На базе принятых программ утверждаются различные подзаконные акты, которые содержат конкретные мероприятия по реализации этих программ и достижению заявленных показателей. В настоящее время основным органом в стране, отвечающим за реализацию программ социально-экономического развития, является Государственный комитет по реформированию и развитию [4].

В ходе разработки прогнозов и программ социально-экономического развития в Китае активно привлекается научное сообщество: каждая научная организация, как правило, занимается несколькими отдельными направлениями. Надо отметить, что все научные организации крайне заинтересованы в подготовке соответствующих документов, программ, концепций для органов государственной власти. Эта заинтересованность носит не только моральный характер, т.е. стремление людей к получению благодарностей от руководства страны или провинции, но и экономический, который выражается в том, что государство достаточно активно финансирует подобные проекты. В системе планирования развития народного хозяйства Китая существует три основных направления: программное планирование, планирование по основным объектам, региональное и отраслевое планирование [4].

Отличительной чертой современного стратегического планирования в Китае является сочетание долгосрочных программ и систематическое их «настраивание» на основе решений ЦК КПК и Госсовета КНР в пятилетних и годовых планах на складывающиеся в среднесрочной перспективе условия их

реализации. Пятилетний и годовые планы формируются с использованием балансового метода, позволяющего увязывать потребности и ресурсы в масштабе всего общественного производства, отдельных отраслей и регионов страны [1].

Анализ развития систем планирования и прогнозирования США и КНР свидетельствует о том, что Россия может использовать их опыт для улучшения существующей системы прогнозирования. Для этого можно по опыту КНР уменьшить государственное вмешательство в управление экономическим развитием. Однако при этом поддерживать и постоянно модернизировать сложный и масштабный механизм стратегического планирования. Таким образом реализовать одновременно два пути регулирования: прямое централизованное планирование стратегически важных направлений развития и систематическое стимулирование рыночных механизмов. В хозяйственной практике необходимо сочетать долгосрочные, среднесрочные и годовые планы и систематически их корректировать на базе централизованных решений в пятилетних и годовых планах. Система планирования и прогнозирования США показывает, что России в качестве приоритета следует избрать не долгосрочное, а краткосрочное планирование. Контроль над выполнением макроэкономических прогнозов, согласно опыту США, должен осуществляться конкурирующими экспертными группами, на основе этих прогнозов будут анализироваться риски и угрозы устойчивому развитию страны, ее регионов и сфер деятельности.

#### **Список литературы:**

1. Актуальный опыт зарубежных стран по развитию государственных систем стратегического планирования (Часть 2) / А.В. Клименко [и др.]; нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016.
2. Кандаурова Г.А Прогнозирование и планирование экономики: учебник / Г.А. Кандаурова, В.И. Борисова. - Минск: Изд-во Современная школа, 2010.
3. Особенности прогнозирования и планирования в США [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://uchebnik.online/sotsialno-ekonomicheskikh-prognozirovanie/osobennosti-prognozirovaniya-planirovaniya-32504.html>
4. Планирование экономики Китая. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://voprosik.net/planirovanie-ekonomiki-v-kitae/>
5. Попова Е. В. Инновационная Россия. Стратегия 2020. - [Электронный ре-

сурс]. – Режим доступа: <http://innov.etu.ru/innov/archive.nsf/779e63082286adb325672f003bdcf2/4e13f9bed9a73339c325759800292c27?OpenDocument>.

## **СТРАХОВОЙ РЫНОК В РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

**Матросова Виктория Витальевна**

*студентка Смоленского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

*научный руководитель: Новикова Наталья Ефимовна*

*кандидат экономических наук, доцент*

*Смоленского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

В современной России роль финансовых институтов в регулировании и функционировании экономики страны всё возрастает, на этом фоне выделяется сравнительно новый для российской действительности рынок страховых услуг. Так как на данный рынок перекладываются частично функции государства о компенсации финансовых расходов по некоторым неблагоприятным событиям.

Концентрируя огромные финансовые ресурсы, страхование является одним из наиболее значительных источников инвестиционных вложений, что способствует, в свою очередь, развитию производства и экономики [3, с. 95].

Для того чтобы оценить состояния современного страхового рынка, необходимо сравнить некоторые его показатели стран. Так, например, если страховая премия в расчете на одного жителя в Японии составляет около 4,5 тысячи долларов, в Швейцарии - 3 тысячи, в США - 2,5 тысячи, то в России - лишь, около 40 долларов. В ВВП в развитых странах доля совокупной страховой премии равняется 8–10%, а в Российской Федерации - примерно 1,5 % [1, с. 470].

Проведенные исследования показали, что в настоящее время крупнейшим страховым рынком является рынок США. Так, общее количество американских страховых компаний почти в два раза превышает совокупное количество европейских страховщиков: в США функционирует более 6000 компаний, активы которых составляют около 2,7 трлн. долларов. Благодаря таким размерам, страховой рынок США обладает большими финансовыми ресурсами и имеет огромную ёмкость, превосходя по этим показателям не только европейских, но и японских страховщиков.

Таким образом, можно отметить, что масштаб и содержание оказываемых

страховых услуг в России совершенно не сопоставимы с размерами европейских страховых рынков. Проведенные исследования позволили выявить следующие проблемы российского страхового рынка: снижение покупательской способности и спроса населения и организаций на страховые продукты; за счет неразвитости обязательного страхования использование не всего спектра страхового механизма; отсутствие системы вовлечения в инвестиционный процесс денежных средств населения посредством заключения договоров долгосрочного страхования жизни и пенсий; ограничение конкуренции в некоторых секторах рынка и на территориях, в частности, путем создания аффилированных и уполномоченных страховых организаций; не проработанность законодательной базы в отношении системы налогообложения с учетом специфики рынка страхования и государственного надзора, что в совокупности ограничивает возможности этого рынка; низкий уровень капитализации страховых организаций, а также неразвитость национального перестраховочного рынка, приводящие к невозможности страхования крупных рисков без участия иностранных перестраховочных компаний и необоснованному оттоку значительных сумм страховой премии за границу; информационная закрытость страхового рынка, создающая проблемы для потенциальных страхователей в выборе устойчивых страховых организаций.

На базе проведенного экспертами исследования следует отметить, что российский рынок страхования жизни за последние пять лет претерпел значительные изменения, которые коснулись структуры, состава участников, целевых ориентиров страховщиков, самой идеологии страхования жизни в России, а также регулирования. Число страховщиков жизни за период с 1 полугодия 2012 года по 1 полугодие 2016 года сократилось с 50 до 35, однако совокупный объем взносов по страхованию жизни вырос в четыре раза, увеличив долю в общем объеме страхового рынка почти в три раза (с 5,3% до 15,1%). В 1 полугодии 2016 года взносы по инвестиционным продуктам страхования жизни составили более половины сегмента страхования жизни, еще четверть рынка пришлась на смешанное страхование жизни.

При этом после трехлетнего замедления в 1 полугодии 2016 года рост страхового рынка вновь ускорился. Темпы прироста взносов составили 13,9%, что на 11,7 пп. выше значения показателя за этот же период 2015 года. Объем страхового рынка достиг 590 млрд. рублей. Квартальные темпы прироста страховых взносов росли и в I, и во II кварталах 2016 года: 13% (+11,8 п.п. к значению за I квартал 2015 года) и 15% (+11,7 пп. по сравнению со значением за II квартал прошлого года) соответственно. Такая положительная динамика страховых премий в 1 полугодии 2016 года обусловлена двумя основными факторами: ростом продаж инвестиционных продуктов страхования жизни и влиянием увеличенных тарифов по ОСАГО, последнее повышение которых произошло в апреле 2015 года.

По данным Банка России, рост взносов по страхованию жизни после двухгодичного замедления вновь ускорился, и значение показателя достигло 66,3% за 1 полугодие 2016 года по сравнению со значением за аналогичный период прошлого года. Объем взносов по страхованию жизни составил 88,8 млрд. рублей в 1 полугодии 2016 года.

Вместе с тем страхование жизни и ОСАГО обеспечили 77% абсолютного прироста страхового рынка в 1 полугодии 2016 года. Темпы прироста взносов по ОСАГО составили 21,1%, в абсолютном выражении сегмент прибавил 20 млрд. рублей. Положительная динамика взносов наблюдается во всех основных сегментах, за исключением страхования автокаско. В результате падения платежеспособности населения, сокращения спроса на автомобили и отказа от подорожавшего автострахования взносы по страхованию автокаско продолжили сокращаться (-7,5% в 1 полугодии 2016 года).

Наибольшее сокращение бенчмарка коэффициента убыточности-нетто в 1 полугодии 2016 года наблюдалось в страховании автокаско. Значение показателя снизилось сразу на 12,1 пп в 1 полугодии 2016 года по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Вместе со снижением расходов на ведение дела бенчмарк комбинированного коэффициента убыточности-нетто по страхованию автокаско составил 77,5% в 1 полугодии 2016 года, опустившись на 16,5

пп. по сравнению со значением за аналогичный период 2015 года. Сокращение показателя бенчмарка комбинированного коэффициента убыточности-нетто по ОСАГО напротив было обусловлено понижательной динамикой бенчмарка доли расходов на ведение дела, а не снижением убыточности. Значение бенчмарка ККУ-нетто по ОСАГО в 1 полугодии 2016 года составило 86,3%, что лишь на 4,7 пп. ниже значения показателя за аналогичный период прошлого года [2].

Согласно прогнозу экспертов, по итогам 2016 года объём страхового рынка немногим превысит 1,1 трлн. рублей, а темпы прироста взносов составят 8–10%. В связи с полным исчерпанием эффекта от повышения тарифов по ОСАГО во II квартале 2016 года и постепенным затуханием темпов прироста взносов по инвестиционному страхованию жизни страховой рынок будет расти во втором полугодии 2016 года более умеренными темпами, чем в первом. Убыточность по страхованию автокаско продолжит снижаться вместе с сокращением средней выплаты по договорам с франшизой. В то же время ожидаемое замедление роста взносов по ОСАГО, увеличение объема выплат по мере окончания действия договоров со старыми лимитами и рост доли возмещений по новым лимитам приведут к возобновлению роста бенчмарка убыточности по ОСАГО. В результате ожидается, что по итогам 2016 года бенчмарки коэффициента убыточности-нетто и комбинированного коэффициента убыточности-нетто вновь вырастут и составят 53–55% и 95–97% соответственно [4].

В связи с этим возникает вопрос, какие перспективы ожидают страховой рынок РФ в ближайшее время?

Банк России, вводя страховщикам, новые требования по управлению, вынуждает страховые компании технологически перевооружаться и внедрять новые инструменты анализа данных для принятия управленческих решений.

Внедрение нового плана счетов, разработанного по принципам банковского, благотворно скажется на прозрачности учёта и возможностях аналитики, так же, как это произошло в 1999 году с введением нового плана счетов в банках. Регулярное бизнес-планирование и построение систем управления рисками позволят сделать бизнес страховщиков более устойчивым, а его развитие – бо-

лее прогнозируемым. Учитывая, что макроэкономическая роль самой страховой отрасли состоит в обеспечении устойчивости и прогнозируемости развития экономических институтов, такие преобразования позволят самому страхованию развиваться динамично и прибыльно [4].

Экономическая стабильность позволит привлечь иностранных инвесторов для участия в капитале российских страховщиков, создаст условия для открытия ими обособленных подразделений в субъектах РФ.

#### **Список литературы:**

1. Баканаев И.Л., Ашаганов А.Ю., Цокаева Л.А., Мовтигова М.А. Проблемы и перспективы развития страхового рынка РФ // Молодой ученый. - 2015. - №23. - С. 468-471.
2. Итоги 1 полугодия 2016 года на страховом рынке: с переменной скоростью. Официальный сайт рейтингового агентства RAEX («Эксперт РА») [Электронный ресурс] - Режим доступа: [http://raexpert.ru/researches/insurance/insurance\\_1h\\_2016/](http://raexpert.ru/researches/insurance/insurance_1h_2016/)
3. Савченко Т.К. Агрострахование – важный инструмент поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей в условиях замещения импорта продовольствия. // Социально-экономическое развитие региона: опыт, проблемы, инновации. - 2015. - С. 209-212.
4. Постарниченко В.С. Роль страхования в развитии российской экономики. // Экономика и управление: проблемы, решения. 2016. - № 1.-Т. 2. – С. 93 – 96.
5. Юргенс И.Ю. Страховой рынок: итоги 2015, прогнозы, основные тенденции. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.insur-info.ru/analysis/1083/>

#### **РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНАХ ПФО**

**Махмутьянова Алия Равильевна**

*студентка Уфимского филиала Финансового университета  
при Правительстве РФ*

**научный руководитель: Бакирова Рамзиля Ринатовна**

*кандидат экономических наук, доцент Уфимского филиала  
Финансового университета при Правительстве РФ*

Основной целью развития малого бизнеса является насыщение внутреннего рынка потребительскими товарами. Формы развития данной сферы весьма обширны. Основными формами развития малого бизнеса являются: торговля и общественное питание, сельское хозяйство, промышленность и строительство. Однако следует заметить, что самой перспективной является торговля. Следо-

вательно, для того чтобы определить основные направления развития малого бизнеса – необходимо проанализировать тенденции развития отрасли торговли в регионах ПФО [2, с. 20].

Уникальность округа состоит в том, что он расположен на перекрестке международных транспортных коридоров, соединяющих Сибирь и Дальний Восток, а также страны Восточной Азии с европейской частью России и государствами Европы. По его территории проходит большинство трубопроводов из Западной Сибири, что способствует развитию нефтехимической промышленности, снижает издержки на обеспечение регионов топливными ресурсами, в том числе газом [4, с. 27].

В соответствии с Федеральным законом от 24 июля 2007г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» сплошные наблюдения за деятельностью малого и среднего предпринимательства проводятся один раз в пять лет, а выборочное статистическое наблюдение — ежегодно. Первая сплошная перепись в 2011 году характеризовалась малым процентом охвата респондентов. По данным Росстат, в результате сплошного наблюдения получены отчеты от 1,66 млн. малых предприятий - юридических лиц и 2,91 млн. индивидуальных предпринимателей. Обследование малого и среднего бизнеса в России оказалось крайне сложным делом – пришлось прибегать даже к штрафам и иным административными наказаниям. Однако, несмотря на принимаемые меры, от 52% юридических лиц и 22,4% ИП получить отчеты не удалось.

В 1 квартале 2016 года органами государственной статистики РФ проводилось второе сплошное федеральное статистическое наблюдение за деятельностью малого и среднего бизнеса. По результатам мониторинга в Республике Башкортостан представили отчеты 74,4% субъектов малого предпринимательства, в том числе: 70,9% малых предприятий, 76,7% индивидуальных предпринимателей. Четыре муниципальных района республики добились 100% результата: Бакалинский, Нуримановский, Татышлинский и Чекмагушевский районы.

Для оценки развития малого бизнеса в ПФО нами построены группиров-

ки по числу организации МБ и уровня интенсивности распределения в расчете на 10 тыс. чел. населения. В таблице 1 представлены результаты группировок, построенных по данным за 2014-2016 гг.

Таблица 1

**Группировка регионов ПФО по числу МП в среднем на один регион**

Номер группы	Группы регионов по числу МП, тыс. ед.	2014		2016	
		Число регионов	В % к итогу	Число регионов	В % к итогу
I	До 1	1	7,14	-	-
II	1-2	4	28,6	5	35,7
III	2-4	4	28,6	4	28,6
IV	4 и более	5	35,7	5	35,7
	Итого	14	100,0	14	100,0

По данным структурной группировки за 2014 г. большинство регионов сосредоточено в IV группе, где показатель варьирует от 4 тыс. ед. и более. В 2016 г. характер распределения регионов изменился не существенно. Наблюдается равномерная наполняемость групп. Пермский край и РБ вошли в 4-ю – лидирующую группу.

Для оценки интенсивности распределения малых предприятий нами были построены группировки по числу малых предприятий в расчете на 10 тыс. чел.

Таблица 2

**Группировка регионов ПФО по числу МП в среднем на один регион**

Номер группы	Группы регионов по числу МП в расчете на 10000 чел., ед.	2014		2016	
		Число регионов	В % к итогу	Число регионов	В % к итогу
I	До 100	2	14,3	-	-
II	100-120	3	21,4	2	14,3
III	120-140	6	43	4	28,6
IV	140 и более	3	21,4	8	57,1
	Итого	14	100	14	100,0

По данным структурной группировки в 2014 г. большинство регионов сосредоточено в III группе, где показатель интенсивности варьирует от 120–140 малых предприятий на 10 тыс. чел. В 2016 г. структура распределения значительно изменилась. Самой высокой оказалась 4 группа, где число малых предприятий больше 140 на 10 тыс. чел. В нее вошли 8 субъектов ПФО: Марий Эл, Республика Татарстан, Удмуртская, Пермский край, Кировская область, Нижегородская область, Самарская область, Ульяновская область. Состав групп по

первому и второму группированию также изменился.

Для оценки влияния интенсивности развития малого предприятия на показатели по эффективности нами была построена группировка по числу МП в расчете на 10 тыс. чел.

Таблица 3

**Группировка регионов по числу МП в среднем на регион**

Номер группы	Группы регионов по числу МП в расчете на 10000 чел., ед.	Число регионов	В среднем на регион		
			Средняя численность работников, тыс. чел.	Оборот предприятий, млрд. руб.	Инвестиции в основной капитал, млрд. руб.
I	До 100	-	-	-	-
II	100-120	2	27	34169	1026,3
III	120-140	4	22	24923	820,5
IV	140 и более	8	28,5	39784,3	797
	В среднем по Прив.	3404,7	26,8	35649	837,2

Уже вторая в современной российской истории перепись малого и среднего бизнеса, как и первая, проводится не только в интересах государства, но и общества в целом и, конечно, в интересах бизнеса. Если говорить о бизнесе, то, несомненно, возникает эффект обратной связи: предприниматели получают полную картину структуры рынка, видят направления инвестиций, возможности субсидирования [1, с. 38]. Информация в формате обезличенных данных используется для решения хозяйственных – стратегических и тактических задач предпринимателями. Так как сплошное наблюдение дает объемную картину по различным уровням вплоть до муниципального и по всем секторам экономики, то его результаты, по мнению специалистов, могут успешно применяться в таких областях, как оптимизация государственных инвестиций в развитие малого и среднего бизнеса, инфраструктурные проекты, создание технопарков, особых экономических зон, промышленных кластеров, территориальное планирование, размещение производственных и генерирующих мощностей, подготовка кадров и т.д.

Развитие малого и среднего бизнеса признано крупным стратегическим направлением на государственном уровне, поэтому и подход к решению первоочередных задач должен быть стратегическим, основанным на комплексном

анализе качественной информации и точных расчетах [4, с. 208].

#### **Список литературы:**

1. Ахмадиева Р.А., Бакирова Р.Р. Факторы устойчивого развития рынка туристических услуг: региональный анализ // Территории опережающего социально-экономического развития: вопросы теории и практики. - Набережные Челны: Издательство «Познание», 2017. - С. 27-31.
2. Бакирова Р.Р., Салимова Г.А. Общая теория статистики. Учебное пособие - М.:ООО «Издательский дом Центросоюза», 2012.
3. Малый и средний бизнес / Министерство экономического развития Российской Федерации. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/smallBusiness>
4. Набиуллин Р.Р., Бакирова Р.Р. Малый бизнес в Республике Башкортостан и его роль в развитии моногородов региона // Территории опережающего социально-экономического развития: вопросы теории и практики. - Набережные Челны: Издательство «Познание» , 2017. - С. 208-213.

### **ОЦЕНКА ДИНАМИКИ ПРЕДПОЧТЕНИЙ НАСЕЛЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В ОСУЩЕСТВЛЕНИИ СБЕРЕЖЕНИЙ**

**Меркулова Милена Сергеевна**

*студентка Оренбургского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

**научный руководитель: Пустотина Наталья Владимировна**

*старший преподаватель*

*Оренбургского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

Сбережения населения представляют собой сложное многоаспектное явление. Данное понятие следует рассматривать, как часть денежных средств, остающаяся у населения после удовлетворения своих основных текущих потребностей и направляемая на формирование финансового резерва. Сбережения населения являются крупным источником средств, поступающих на рынок денежного капитала, их состав, структура и динамика оказывают существенное влияние на степень развития банковской системы, на условия финансирования и кредитования инвестиционной деятельности. Они являются одним из основных внутренних источников финансирования не только долгосрочного экономического развития страны, но и покрытия ее совокупного долга [1, с. 18-21]. Следовательно, сбережения населения являются важной экономической категорией, оказывающей большое влияние не только на отдельное домашнее хозяйство, но и на страну в целом. В связи с этим важно отследить тенденции в сбе-

регательном процессе населения.

Первоначально осуществим анализ структуры использования денежных доходов населения (табл. 1) [4].

Таблица 1

**Структура использования денежных доходов населения (на конец года)**

Годы	Используй- вано дохо- дов, %	В том числе:			
		Покупка товаров и оплата услуг	Оплата обязательных платежей и взносов	Сбережения	Покупка валюты
2008	100	74,1	12,3	5,4	7,9
2009	100	69,8	10,5	13,9	5,4
2010	100	69,6	9,7	14,8	3,6
2011	100	73,5	10,3	10,4	4,2
2012	100	74,2	11,1	9,9	4,8
2013	100	73,6	11,7	9,8	4,2
2014	100	75,3	11,8	6,9	5,8
2015	100	71	10,9	14,3	4,2
2016	100	72,6	11,4	11,2	4

Исходя из данных таблицы видно, что большая часть доходов населения идет на оплату услуг и покупку товаров. Наибольшую долю данный показатель принял в 2014 г. – 75,3 % средств населения уходило на оплату услуг и покупку товаров. Наименьшую долю данный показатель принял в 2010 г. – 69,6%. В 2010 г. Россия вышла из продолжительной рецессии и начала восстановление после кризиса 2008-2009 гг., что проявляется в улучшении экономической ситуации в стране, возрастанием реальных доходов населения, что и приводит к повышению возможности осуществлять сбережения.

Стоит отметить, что 2010 г. характеризуется также наименьшей долей доходов, идущей на оплату обязательных платежей – 9,7%. И вследствие этого, на руках у населения остается больше денежных средств. Так, население на сбережения направляло 14,8% своих доходов, что является наибольшим показателем за исследуемый период. В среднем, за исследуемый период, на оплату платежей у населения уходило 11% доходов. Ухудшение экономической ситуации в стране, возрастание кризисных проявлений в 2012-2014 гг. привели к возрастанию доли доходов, идущих на оплату товаров и услуг, а также оплату обязательных платежей. Следует также отметить, что на покупку валюты население тратит меньше всего средств, в среднем 5%. На осуществление сбережений на-

селение в среднем тратило 10,7% своих доходов. К 2016 г. произошло сокращение доли доходов, идущей на сбережения на 3,1% до 11,2%. Таким образом, большая доля доходов населения используется на покупку товаров, оплату услуг, кроме того их доля возрастает в связи с ухудшением кризисной ситуации. В данном случае проявляется взаимосвязанное влияние экономической ситуации в стране на уровень расходов населения, что в последствие сказывается на возможности осуществлять сбережения.

Следует также осуществить анализ объема и состава денежных накоплений населения по формам осуществления сбережений. Для этого составим табл. 2 [4].

Таблица 2

**Объём и состав денежных накоплений населения по формам сбережений**

Годы	Всего накоплений, млрд. руб.	В том числе:						Темп роста вкладов
		Остатки вкладов		Остатки наличных денег		Ценные бумаги		
		Млрд. руб.	%	Млрд. руб.	%	Млрд. руб.	%	%
2008	7684,3	4456,7	58	2564,6	33,4	663	8,6	-
2009	7722,4	4323,4	56	2606,1	33,7	792,9	10,3	100,5
2010	9137,1	5508,1	60,3	2751,3	30,1	877,7	9,6	118,3
2011	12244,4	7906,4	64,6	3386,1	27,6	951,9	7,8	134,0
2012	14796,6	9687,5	65,5	4068,2	27,5	1040,9	7	120,8
2013	17278,9	11739,5	68	4083,7	23,6	1455,7	8,4	116,8
2014	20274,8	13982,1	68,9	4271,4	21,1	2021,3	10	117,3
2015	20899	13699,1	65,6	4478,8	21,4	2721,1	13	103,1
2016	24125,8	16347,1	67,1	4265,2	17,7	3513,5	14,6	115,4

Из анализа таблицы 2 видно, что за весь исследуемый период преобладают накопления населения в виде вкладов. В среднем около 63% накоплений представляют собой банковские вклады. Также следует отметить большую долю остатков наличных денег - в среднем 28%, что может говорить о недоверии населения кредитным учреждением. Кроме того, характерно, что в кризисные периоды сокращается доля остатков вкладов и возрастает доля наличных средств. Так, например, в 2008-2009 г. наблюдались наименьшие за весь исследуемый период значения доли накоплений, идущих во вклады - 58% и 56% соответственно. В тот же период отмечается наибольшая доля остатков наличных

денег, и она возрастает с 33,4% до 33,7%. Высокая доля остатков наличных денег на руках у населения является также тормозом развития экономики, поскольку, в данном случае, средства не работают и обесцениваются. Наименьшую долю в составе денежных накоплений населения занимают накопления средств в виде ценных бумаг – на их долю приходится в среднем около 9%. Для 2016 г. характерен рост сбережений в виде вкладов на 2,5%, а также наибольшее значение сбережений в виде ценных бумаг – 14,6%. За весь исследуемый период объем накоплений населения возрос в 3 раза с 7664,3 млрд. руб. до 24125,8 млрд. руб. Наибольший прирост произошел в 2011 г. по сравнению с 2010 г. – на 34%, наименьший – в 2009 г. по сравнению с 2008 г. – на 0,5%.

Важным показателем сберегательного поведения является цель осуществления сбережений. Приведем данные опроса Центра стратегических исследований Росгосстраха о том, с какой целью население осуществляет накопления (табл. 3) [3].

Таблица 3

**Цели осуществления сбережений населением,  
в % от числа делающих сбережения (составлено автором)**

Цели накопления	Годы						
	2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015
На случай непредвиденных обстоятельств - болезни и т.д.	31	28	34	29	33	36	41
Для поддержки детей	16	12	12	16	12	13	9
На покупку квартиры	15	15	16	20	17	19	17
На путешествие, отдых	15	14	16	18	22	15	16
На старость, накопить к пенсии	12	8	10	19	10	11	14
На ремонт квартиры, дачи, дома	13	11	8	15	14	10	12
На лечение	9	6	8	11	10	8	11
На образование, оплату обучения	-	-	7	10	10	8	9
На покупку дома, дачи	6	4	6	9	8	6	8
На покупку автомобиля	11	11	11	12	13	10	8
Для получения дополнительного дохода за счет инвестирования	3	2	3	5	6	5	7
На покупку крупной бытовой техники (холодильника, электроники и т.д.)	9	7	6	7	8	4	5
На покупку мелкой бытовой техники (утюг, печь СВЧ и т.д.)	-	-	4	4	6	4	4
Другое	9	15	6	4	4	5	4

Как видно из таблицы 3, большинство населения в качестве цели осуществления сбережений указывает на накопления на случай непредвиденных об-

стоятельств – болезни, аварии, несчастного случая - в среднем 33% за весь исследуемый период. В 2015 г. на данную цель откладывали 41% населения. Наименьшая доля респондентов, выбравших данную цель отмечалась в 2010 г. – 28%. Большая доля населения осуществляет накопления на покупку квартиры – в среднем 17%, и на путешествие и отдых – 16,6% населения, осуществляющего сбережения. Меньше всего население предпочитает осуществлять сбережения для покупки крупной бытовой техники – 6,6%, с целью получения дополнительного дохода – 4,4%, и на покупку мелкой бытовой техники – 4,4% населения. Небольшая доля накоплений населения на цели покупки дома, дачи, автомобиля, скорее всего, связана с использованием в данных случаях другого финансового инструмента – кредитования.

Таким образом, сбережения играют важную роль в жизни человека, поскольку его безграничные потребности и ограниченные ресурсы требуют контроля над своими денежными средствами. Произведенный анализ показал, что население направляет на сбережения лишь 10,7% своих доходов. При выборе форм осуществления сбережений население предпочитает использовать банковский вклад, в то же время наблюдается довольно весомая доля остатков средств в виде наличности. Основной целью осуществления сбережения 33% населения отметило сбережения на случай непредвиденных обстоятельств.

#### **Список литературы:**

1. Безсмертная Е.Р. Инвестиции населения в инструменты финансового рынка: текущее состояние и перспективы развития // Экономика. Налоги. Право. – 2016. - № 6. – С. 17-25.
2. Федорова В.А. Проблемы и перспективы мобилизации сбережений населения с помощью инструментов финансового рынка // Материалы международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы развития экономики». – 2016. - № 1. – С. 132-137.
3. Росгосстрах. Центр стратегических исследований Росгосстраха. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.rgs.ru/media/CSR/invest%20provedenie%20rossiyan%202006-2015.pdf>
4. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/population/urov/urov\\_14kv.doc](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/urov/urov_14kv.doc)

## **РЫНОК ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ**

**Мехоношина Анастасия Андреевна**  
*студентка Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

**Мачюлайтите Полина Альгирдо**  
*студентка Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

**научный руководитель: Писарева Елена Витальевна**  
*кандидат технических наук, заведующий кафедрой  
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

Американская писательница Джулия Кэмерон в своей книге «Путь художника» утверждает, что «неважно, сколько человеку лет и чем он занимается в жизни, неважно, является ли искусство его профессией, хобби или мечтой, – важно, что никогда не поздно заняться творчеством, и это не будет со стороны этого человека проявлением эгоизма, тщеславия или глупости».

Желание творить не зависит от возраста. Уметь рисовать - не значит пользоваться всемирным признанием. Рисование - способ самовыражения, ключ к спокойствию и гармонии с миром и самим собой. Процесс обучения рисованию в художественных студиях развивает способность видеть мир и его явления по-иному. На сегодняшний день большинство людей уделяют огромное время умственному труду. Их мозг постоянно находится в режиме работы. Одной из основных задач художественных школ для взрослых является помощь в снятии стресса (то есть посредством творческой деятельности человек получает эмоциональную разгрузку): обучающиеся в подобных школах получают запас энергии, вдохновения, и, таким образом отвлекаясь от внешней среды, забывают про бытовые проблемы.

В основном во всех художественных школах для взрослых, студиях, центрах предоставляются такие услуги, как обучение живописи, рисунку, скульптуре, композиции, истории искусств. А также предоставляется возможность выездов на пленэры, посещения экскурсий и лекций от художников и искусствоведов.

Целью настоящего исследования является изучение рынка услуг по обучению рисованию взрослого населения г. Перми для дальнейшего использова-

ния полученных данных в разработке бизнес-проекта по открытию художественной студии для пермяков. Хотим представить вам идею открытия художественной студии для взрослых в г. Перми.

Начнем с мирового опыта.

Обучение изобразительному искусству широко развито в таких странах, как Австрия, Германия, Италия, Франция и другие. Однако эти учреждения предоставляют услуги уже состоявшимся художникам, так как в этих странах художественное образование находится на высоком уровне (обилие академий, училищ, Арт-резиденций).

Арт-резиденции – это студия, расположенная, как правило, в необычном месте, где собираются люди творческих профессий, чтобы обмениваться своим опытом и создавать новые проекты.

Приведем несколько примеров таких учреждений: Академия дизайна в Эйндховене (DesignAcademy); Берлинский университет искусств (Universität der Künste Berlin); Арт-резиденция «ГранитиМуралис» (настенная живопись) в Италия; Арт-резиденция «Community Art Team» в Германии.

Перейдем к России.

В России также развивается рынок услуг по обучению изобразительному искусству. Активно открываются школы, студии, в особенности в крупных городах (Москва, Санкт-Петербург). На сегодняшний день насчитывается огромное количество таких учреждений.

В российской столице функционирует несколько художественных школ для взрослых. Например, частное учреждение дополнительного образования «Художественная школа «Вдохновение». Курсы обучения в этой школе помогают начинающим в удобной форме получить фундаментальные знания, а также подготовиться к поступлению в вуз. Основным курсом является академический рисунок и живопись для взрослых. В качестве факультативов предлагаются «История живописи», «Масляная живопись», «Акварель с основами рисунка», «Рисунок пастелью», «Основы композиции».

Более 10 лет на московском рынке работает художественная студия «Арт-

Москва». Это одна из первых студий в Москве. Около 7000 студентов окончили курсы данной студии за время ее существования. Студия отличается индивидуальным планированием работы с каждым учеником.

В списке ее услуг можно найти все возможные техники рисования и жанры живописи. В художественную студию живописи приходят с самыми разными целями: от простого любопытства до потребности в серьезной академической подготовке к поступлению в художественный вуз.

В северной столице России Санкт-Петербурге рынок обучающих услуг также разнообразен.

Художественная школа для взрослых «Артика» - это школа академического рисунка и живописи. В художественной школе рисования для взрослых можно научиться рисовать все: простые гипсовые фигуры, архитектурные элементы, капители, вазы, гипсовые детали лица, натюрморты и обнаженную фигуру человека. Весной и летом студенты рисуют на открытом воздухе. В данной школе возможно обучение рисованию с нуля или совершенствование уже имеющихся навыков.

В школе «Артика» практикуется индивидуальный подход к ученикам. У каждого ученика своё персональное задание, и каждому даются персональные советы, и оказывается необходимая помощь в работе.

Школа рисования для взрослых «Артишок». Данная школа предлагает на выбор: рисование для души и классическую программу обучения рисунку и живописи или подготовку к поступлению в художественные ВУЗы и училища.

Школа «Артишок» предлагает уроки рисования для взрослых (карандаш, уголь, пастель, соус, сангина) и уроки живописи (акварель, гуашь, масло). Предлагаемые школой уроки основываются на классической программе обучения.

Как мы видим, на территории России достаточно развита данная сфера услуг. В г. Перми этот рынок на сегодня также начинает активно развиваться.

На территории Перми расположено несколько художественных школ, изостудий, центров. Например, творческая студия для всех возрастов «Худож-

ка». В программе школы огромное количество мастер-классов по живописи, рисунку, композиции, декоративно-прикладному искусству (батик, декупаж, скрапбукинг, роспись по стеклу, изготовление аксессуаров, папье-маше, вышивание, авторская кукла).

Кроме того, здесь преподаются специальные курсы «Арт-беременность», рисование по курсу «Мама и ребенок», «Мама-художник». Необычный курс «Арт-беременность» помогает женщине снять стресс, справиться с тревогами, связанными с предстоящим материнством. Более того, данная арт-терапия позволяет женщине полностью погрузиться в свое положение и найти глубокую духовную связь со своим ребенком.

Академия творчества при ПГАИК. Уникальность данного образовательного проекта заключается в следующем: педагогами Академии разработана комплексная программа обучения, которая была представлена на Всероссийских и Международных конференциях. Благодаря созданной программе все предметы изучаются в комплексе, что способствует формированию цельной, гармонично развитой личности.

Студия изобразительного искусства «Студия Френкеля». Единственный основатель и преподаватель студии, которая работает с 1982 года, предлагает обучение академическому рисунку, живописи, композиции, а также предусматривается копирование образцов по теме и работа с натуры (натюрморт, пейзаж, фигура человека, портрет). Программа обучения предусматривает индивидуальный подход в зависимости от уровня подготовки и пожеланий учеников. Целью данной студии является подготовка ученика к самостоятельной творческой деятельности, а также расширение и углубление представления учеников в сфере искусства, знакомство студийцев с различными направлениями изобразительного творчества.

Санкт-Петербургская школа телевидения (Пермский филиал) представляет собой совокупность образовательных центров федерального масштаба. Филиалы данной школы расположены в 28 городах. Ученик, обучающийся в школе телевидения, получает широкую теоретическую базу и практическое разви-

тие навыков под руководством профессиональных преподавателей, каждый из которых добился серьёзных успехов в своей области.

В филиале Перми открыты следующие направления: театральная студия, школа музыки, школа ТВ, фото и видео школы, курсы для детей, школа дизайнера и стиля. Главным преимуществом школы является грамотное сочетание теории и практики. Теоретическая база дается по минимуму и в максимально короткие сроки. Остальная часть занятий посвящается получению и отработке практических умений. Такая система позволяет значительно улучшить уровень подготовки и продолжать развитие самостоятельно.

Школа дизайна. Это частное учреждение дополнительного образования. Целью школы является качественная подготовка учащихся в области дизайна с привлечением лучших интеллектуальных, организационных и технических ресурсов. Для взрослых предоставляются следующие курсы: акварельная живопись, рисунок, графика, портрет, дизайн интерьера, графический дизайн, пейзажная живопись, ландшафтный дизайн, каллиграфия. Помимо перечисленных курсов ученикам предоставляется возможность пройти курсы с работой на компьютерах и планшетах: дизайн интерьера, виртуальный рисунок на графическом планшете, декор предметов интерьера и т.д.

Художественные студии, попавшие в поле нашего зрения, имеют особенности, которые отличают эту студию от других: наличие интересных курсов, образованный педагогический состав, расположение студии в центре города и т.д. Однако художественная студия для взрослых, которую в перспективе мы бы хотели открыть, предлагала бы отличные от других подобных пермских учреждений услуги в сфере изобразительного искусства.

На основании проведенного исследования мы считаем целесообразным открытие в г. Перми художественной студии для взрослых, отличительной особенностью которой будет ориентирование на полное погружение учеников в природу. Предполагается организация программ обучения слушателей в рамках тематических сплавов по рекам Пермского края в летний период; поездках в живописные и необычные места, например, в Каменный город, на Малёвку,

Усьвенские столбы и др. При этом предполагается, что в условиях природы будут проводиться не только практические занятия по рисунку и живописи, но и тематические лекции, семинары, мастер-классы. В предзимний и зимний период альтернативным вариантом летним сплавам будут поездки на заказном автобусе в богатые своей красотой места нашего края: Каменный город, Кунгурская Ледяная пещера, водопад Плакун и так далее. Помимо данных программ будут проводиться занятия непосредственно в студии: мастер-классы, анализ картин, уроки живописи и рисунка в современных направлениях изобразительного искусства.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что сфера услуг в изобразительном искусстве набирает свою популярность. Данная сфера образовательных услуг весьма актуальна на сегодняшний день. И мы, проанализировав своих потенциальных конкурентов, планируем создать проект, который будет пользоваться высоким спросом среди нашего населения. Наша студия предоставляет ученикам возможности расширить свой кругозор, глубже мыслить, видеть красоту в самых простых вещах и т.д. Кроме того, данное художественное учреждение не основывается на классическом образовании, так как мы в какой-то мере склоняемся к мнению Каземира Севериновича Малевича, что «... никакие застенки академий не устоят против приходящего времени. Двигаются и рождаются формы, и мы делаем новые и новые открытия. И то, что нами открыто, того не закрыть. И нелепо наше время вгонять в старые формы минувшего времени».

## ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО АССОРТИМЕНТА В ОРГАНИЗАЦИЯХ ТОРГОВЛИ

**Моцудова Татьяна Михайловна**

*магистрант Белорусского торгово-экономического университета  
потребительской кооперации*

**Агеева Александра Александровна**

*магистрант Белорусского торгово-экономического университета  
потребительской кооперации*

*научный руководитель: Сыцко Валентина Ефимовна*

*доктор технических наук, профессор  
Белорусского торгово-экономического университета  
потребительской кооперации*

Вопросу формирования ассортимента чулочно-носочных изделий уделяется особое внимание. Главной целью формирования ассортимента является наиболее полное удовлетворение покупательского спроса. Гомельское райпо, как приграничный регион, ориентировано на закупку и реализацию изделий белорусского производства. Более 80% наименований товаров – это продукция отечественных предприятий.

Согласно СТБ 947-2003 чулочно-носочные изделия классифицируются на: подследники (изделия женские и для девочек, покрывающие стопы ног полностью); полуподследники (изделия женские и для девочек, покрывающие пальцы и частично стопы ног); носки (изделия, покрывающие стопы и нижнюю часть ног, включая щиколотку или щиколотку и часть икры); получулки (изделия, покрывающие стопы и нижнюю часть ног до колена); чулки (женские изделия, покрывающие ноги и частично бедра); гетры (чулки или получулки, не покрывающие стопы ног); колготки (изделия женские или для детей, покрывающие нижнюю часть туловища и ноги полностью, включая стопы, каждую в отдельности); кюлоты (мужские изделия, покрывающие нижнюю часть туловища и ноги до стопы или верхние части ног до колена, или верхние части ног и часть голени, каждую в отдельности); легинсы (женские изделия или для детей, покрывающие нижнюю часть туловища и ноги до стопы или верхние части ног до колена, или верхние части ног и часть голени в отдельности) [1].

Анализ структуры торгового ассортимента чулочно-носочных изделий в

Гомельском райпо показал, что в торговой сети субъекта хозяйствования реализуются изделия трёх белорусских производителей: ТПФ «8 Марта» (г. Гомель), ОАО «Брестский чулочно-носочный комбинат» (г. Брест), СООО «Конте Трейд» (г. Гродно). Видовой ассортимент чулочно-носочных изделий представлен 5 видами изделий. По волокнистому составу в наибольшем количестве реализуются изделия из смешанных волокон. По видам изделий наибольшим спросом пользуются носки, а по назначению – женские чулочно-носочные изделия. Дополнительно проведенное социологическое исследование позволило установить, что выбор покупателей также определяют функциональность чулочно-носочного изделия, его соответствие моде, волокнистый состав, формоустойчивость и удобство использования, устойчивость к истиранию, долговечность. В этой связи для Гомельского райпо основным направлением в совершенствовании структуры ассортимента чулочно-носочных изделий при её формировании должно стать дальнейшее сохранение, а также привлечение новых покупателей посредством закупа изделий новых коллекций, причём, белорусских производителей.

Современный отечественный ассортимент чулочно-носочных изделий постоянно совершенствуется, чему способствует техническое переоснащение производства, освоение новых видов сырья и материалов, современных видов отделок. Ассортимент обновляется и за счет появления новых видов изделий. Например, в последние годы в ассортименте чулочно-носочных изделий появились такие виды изделий как леггинсы, кюлоты, «исчезли» детские чулки [1].

Огромная роль в развитии и обновлении ассортимента чулочно-носочных изделий все же принадлежит материалам. Благодаря пряже из льна белорусские мужские и женские носки обрели отличную формоустойчивость и износостойкость. Использование в составе хлопка, полиэфира и льна дало возможность получить изделия практически несминаемые, с ощущением мягкости и комфорта при эксплуатации. Изделия из натуральной хлопчатобумажной пряжи без добавления синтетики – это экологически чистая продукция с высокой гигиеничностью и гигроскопичностью. Применение высококачественного гребенно-

го хлопка улучшает внешний вид изделий. Для них характерна более гладкая структура, улучшенная рельефность и насыщенность цвета. Ассортимент представлен, в большей части, женскими, мужскими, детскими носками, а также чулками женскими и колготками детскими. Белорусский ассортимент чулочно-носочных изделий в последнее время пополнили и изделиями из 100%-ной вискозы.

В производстве женских и мужских носков в последнее время широко используется нить мультифибра. Это революционное, высокотехнологическое волокно, по своим свойствам приближенное к натуральному шелку. Носки, имеющие в своем составе хлопок в сочетании с мультифиброй, имеют стильный, броский внешний вид. Они очень тонкие, шелковистые.

Широкое использование эластановых нитей – следствие естественного стремления людей к максимальному жизненному комфорту. Разработан ассортимент чулочно-носочных изделий из хлопчатобумажной пряжи в сочетании с эластаном: носки женские, мужские, детские; полчулки женские, детские; колготки детские. Нить лайкра используется в производстве очень многих видов колготок. Однако, у колготок тоньше 10 ден, лайкра может быть только в поясе. Моделирующие колготки до 18 ден имеют зоны различной степени стягивания на ягодицах, животе. Колготки с плотностью не менее 40 ден обеспечивают поддерживающий эффект. Лечебно-профилактическими свойствами обладают колготки плотностью 50–100 ден. Они применяются для профилактики варикозного расширения вен, снимают усталость ног за счет специально распределенного давления. Такие колготки имеют пометку – «Суппорт». Разработаны модели колготок, в которых эластичное волокно лайкра провязывается в каждом ряду, обеспечивая абсолютное облегание, эффект «второй кожи».

Плотные, теплые колготки, в которых используются нити микрофибры и лайкры 3д, изготавливаются по новой технологии двухслойной вязки «климат-комфорт». Специальное соединение двух разных по своим свойствам нитей позволяет разделить полотно колготок на два слоя. Тот, который прилегает к телу, более мягкий и нежный, а тот, что снаружи позволяет телу свободно дышать,

но не пропускает холод и влагу.

Следует следить и за новинками западных фирм, закупать их продукцию.

Так, фирма «Санпеллегрино» в сотрудничестве с фитолaborаторией «Анжелика» представила на рынок новые модели колготок серии «Био-Комплекс», плотностью 20 ден. Колготки «Гел-контрол» со специальными массирующими микроволокнами и активными веществами зеленого чая, конского каштана улучшают кровообращение и создают эффект антицеллюлитного массажа. Колготки «Эпил-Контрол» с активными веществами папайи, сои и сабаля значительно ослабляют структуру волос и замедляют их рост.

Известная немецкая фирма «Кунерт» разработала модель колготок «Лейджлээ», которые оказывают на ноги такой же эффект, что и увлажняющий крем. Их секрет – особые волокна «шиншилэн», содержащие питательный экстракт алоэ. Создатели утверждают, что ноги в новых колготках не будут уставать целый день, и после стирки колготки не потеряют своих косметических свойств. Особо следует остановиться на отделке. Белорусские носки из хлопка в сочетании с полиамидом, обработанные специальной антибактериальной жидкостью «Санитайзед», позволяют предохранять ноги от грибков, микробов и обеспечивают максимальную защиту на длительное время. Согласно исследованиям Министерства здравоохранения Республики Беларусь изделия выдерживают до 100 стирок без потери своих функциональных свойств.

За прошедшее десятилетие требования потребителей к чулочно-носочным изделиям серьезно изменились. Сегодня главное в чулочно-носочных изделиях – чувство комфорта, гигиенические свойства, сохранение первоначальной формы изделия и др. Благодаря новейшему оборудованию, передовым технологиям, тщательному отбору сырья и материалов от отечественных и европейских производителей создаются изделия высокого качества.

#### **Список литературы:**

1. Товароведение. Одежно-обувные товары: учеб. пособие / В.Е. Сыцко [и др.]; под общ. ред. В.Е. Сыцко. – Минск: Вышэйшая школа, 2016

## **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ И ЕЕ КЛАССИФИКАЦИЯ**

**Мухина Виктория Александровна**

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

**научный руководитель: Саркисян Лев Григорьевич**  
*кандидат экономических наук, профессор*

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

В настоящее время, в результате усложнения общественного поведения, увеличиваются информационные потребности людей. Растущую потребность в информации начинают испытывать не только руководители, но и миллионы граждан. Это связано с децентрализацией современного общества, когда важнейшие решения о своем поведении индивидуумы и организации принимают самостоятельно, независимо от центральной власти. Информация превращается в массовый продукт, что обуславливает актуальность выбранной тематики.

Исследованию вопросов экономической информации посвящены работы таких ученых, как Куратева Т.В. [1], Осовская Г.В., Осовский О. А. [2], Костров А.В., Костюк В.Н., Родионов И.И., Бусыгин А.Я. и др. Однако, существует множество вопросов, которые не были рассмотрены.

Под информацией понимается совокупность полезных сведений, являющихся объектом сбора, регистрации, хранения, передачи и преобразования. В общем случае информация определяется как сведения о сторонах материального мира и происходящих в нем процессах [1].

Экономическая информация как понятийная категория по своей природе, с одной стороны, соответствует понятию "информация", а с другой – отражает особенности своей среды функционирования, т.е. экономики.

Экономическая информация – это совокупность цифр, фактов, сведений и других данных, которые в основном количественно отражают общественно-экономические явления и процессы. Она содержит данные социально-экономического планирования и прогнозирования, финансовых планов, первичного, оперативного и бухгалтерского учета, статистической отчетности, экономического анализа и т.д. [2].

Экономическая информация как особый элемент систем управления может рассматриваться с самых различных сторон.

В основу классификации положено пять наиболее общих признаков:

1. По месту возникновения информацию можно разделить на:

- входную, которая поступает в фирму или ее подразделения;
- выходную информацию - это информация, поступающая из фирмы в другую фирму, организацию (подразделение);
- внутреннюю информацию, которая возникает внутри объекта;
- внешнюю информацию - за пределами объекта.

Например, содержание указа правительства об изменении уровня взимаемых налогов для фирмы является, с одной стороны, внешней информацией, с другой стороны - входной. Сведения фирмы в налоговую инспекцию о размере отчислений в госбюджет являются, с одной стороны, выходной информацией, с другой стороны - внешней по отношению к налоговой инспекции.

2. По стадии обработки выделяют:

- первичную информацию - возникает непосредственно в процессе деятельности объекта и регистрируется на начальной стадии;
- вторичную информацию - получается в результате обработки первичной информации и может быть промежуточной и результатной;
- промежуточную информацию - используется в качестве исходных данных для последующих расчетов;
- результатную информацию, которая получается в процессе обработки первичной и промежуточной информации и используется для выработки управленческих решений.

Например, в художественном цехе, где производится роспись чашек, в конце каждой смены регистрируется общее количество произведенной продукции и количество расписанных чашек каждым работником. Это первичная информация. В конце каждого месяца мастер подводит итоги первичной информации. Это будет, с одной стороны, вторичная промежуточная информация, а с другой стороны - результатная. Итоговые данные поступают в бухгалтерию, где

производится расчет заработной платы каждого работника в зависимости от его выработки. Полученные расчетные данные - результатная информация.

3. По способу отображения информация подразделяется на:

- текстовую информацию - это совокупность алфавитных, цифровых и специальных символов, с помощью которых представляется информация на физическом носителе (бумага, изображение на экране дисплея);

- графическую - различные графики, диаграммы, схемы, рисунки и т.д.

4. По стабильности может быть:

- переменная (текущая) информация отражает фактические количественные и качественные характеристики производственно-хозяйственной деятельности фирмы. Например, количество произведенной продукции за смену, еженедельные затраты на доставку сырья и т.п.;

- постоянная информация - это неизменная и многократно используемая в течение длительного периода времени информация.

В свою очередь, постоянная информация может быть:

- постоянная справочная - включает описание постоянных свойств объекта в виде устойчивых длительное время признаков;

- постоянная нормативная информация содержит местные, отраслевые и общегосударственные нормативы;

- постоянная плановая информация содержит многократно используемые в фирме плановые показатели.

5. По функциям управления экономическую информацию классифицируют на:

- плановую - информация о параметрах объекта управления на будущий период. На эту информацию идет ориентация всей деятельности фирмы;

- нормативно-справочную информацию, которая содержит различные нормативные и справочные данные. Ее обновление происходит достаточно редко;

- учетную - это информация, которая характеризует деятельность фирмы за определенный прошлый период времени. На основании этой информации

могут быть проведены следующие действия: скорректирована плановая информация, сделан анализ хозяйственной деятельности фирмы, приняты решения по более эффективному управлению работами и пр. На практике в качестве учетной информации может выступать информация бухгалтерского учета, статистическая информация и информация оперативного учета;

- оперативную (текущую)- это информация, используемая в оперативном управлении и характеризующая производственные процессы в текущий период времени. К оперативной информации предъявляются серьезные требования по скорости поступления и обработки, а также по степени ее достоверности. От того, насколько быстро и качественно проводится ее обработка, во многом зависит успех фирмы на рынке [3].

Свойства экономической информации:

- отражает разностороннюю деятельность предприятий через систему натуральных, стоимостных и др. показателей;
- отражается в тех или иных носителях (первичных документах, магнитных, оптических носителях) и представлена в виде конечных результатов;
- является цифровой, буквенно-цифровой и алфавитной;
- характеризуется большой массовостью и объемом;
- требует группировки, арифметической или логической обработки и сжатия информации при передаче из одного управленческого звена в другой;
- характеризуется длительностью хранения (архивы);
- характеризуется повторяемостью циклов возникновения обработки в установленных временных интервалах;
- для обработки экономической информации характерны сравнительно простые алгоритмы;
- преобладание логических операций (выборка, упорядочивание, корректировка) над арифметическими;
- табличная форма исходных и результирующих данных;
- многообразие источников информации и ее потребителей [4].

Таким образом, информация становится не просто сообщением, имею-

щим конкретное содержание, а экономической категорией. Она получает рыночную оценку и перестает быть бесплатным товаром. На ее основе функционирует и труд, и капитал. Возникает информационный рынок, где информация продается и покупается, а операции с информацией приносят прибыли и убытки. Расширяются инвестиции в информацию с целью получения новой информации, создания различного рода инноваций для извлечения дополнительной прибыли, а также для воздействия на поведение людей.

#### **Список литературы:**

1. Куратева Т.В. Экономическая информация в автоматизированных информационных системах: курс лекций. – Минск: 2016. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.bseu.by/it/tohod/lekcii\\_2.htm](http://www.bseu.by/it/tohod/lekcii_2.htm).
2. Осовская Г.В. Основы менеджмента: учеб. пособие. / Г.В. Осовская, О.А. Осовский. - М.: Кондор, 2014. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://studbooks.net/70341/buhgalterskiy\\_uchet\\_i\\_audit/klassifikatsiya\\_informatsii](http://studbooks.net/70341/buhgalterskiy_uchet_i_audit/klassifikatsiya_informatsii).
3. Понятие экономической информации. Структура и классификация экономической информации, их краткая характеристика. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://studopedia.org/4-160179.html>.
4. Экономическая информация, ее свойства и особенности. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://studopedia.ru/3\\_58692\\_ekonomicheskaya-informatsiya-ee-svoystva-i-osobennosti.html](https://studopedia.ru/3_58692_ekonomicheskaya-informatsiya-ee-svoystva-i-osobennosti.html).

### **ПОЛИТИКА ГОСУДАРСТВА В ОБЛАСТИ БЕЗОПАСНОСТИ И КАЧЕСТВА ИГРУШЕК**

**Нарышкин Кирилл Эдуардович**

*магистрант Белорусского торгово-экономического университета  
потребительской кооперации*

*научный руководитель: Сыцко Валентина Ефимовна*

*доктор технических наук, профессор  
Белорусского торгово-экономического университета  
потребительской кооперации*

По результатам переписи населения в Республике Беларусь наблюдаются положительные тенденции в развитии демографической ситуации и отмечается увеличение рождаемости. В связи с этим перспективным становится детский сегмент рынка, предлагающий различные товары для детей: одежду и обувь, игрушки, школьно-письменные принадлежности, детские коляски, детскую косметику и парфюмерию и др.

С 2010 г. Республика Беларусь работает в рамках Единого таможенного пространства. Странами-участницами Таможенного Союза разработаны Единые санитарно-эпидемиологические и гигиенические требования к товарам, принадлежащим санитарно-эпидемиологическому надзору (контролю). Требования к безопасности товаров для детей изложены в главе II, разделе 2 данного документа. Единые санитарно-эпидемиологические и гигиенические требования к товарам детского ассортимента направлены на обеспечение безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков в целях защиты жизни и здоровья детского населения, и устанавливают требования к химической и биологической безопасности в зависимости от вида продукции [1, 3].

Товары для детей имеют свои характерные особенности и отличия условий эксплуатации. Дети являются особенно чувствительной и наиболее ранимой категорией потребителей. Это обуславливается тем, что иммунитет детей еще не полностью сформирован, их кожа более чувствительная, рацион питания детей отличается от питания взрослых, дети развиваются очень быстро и склонны к тому, чтобы пробовать все на вкус. При этом вредные вещества могут воздействовать на детей разными путями, в том числе и игрушки.

Насыщение рынка товарами детского ассортимента повышает роль и значимость контроля их безопасности. Одним из первых технических регламентов, которые, как известно, устанавливают обязательные для соблюдения требования безопасности, в Республике Беларусь разработан технический регламент ТР 2010/007/ВУ «Игрушки. Безопасность», введенный в действие 1 января 2011 г. Данным документом устанавливаются требования к игрушкам в целях защиты жизни и здоровья детей, имущества, а также предупреждения действий, вводящих в заблуждение потребителей (пользователей) игрушек относительно их назначения и безопасности [2].

Все игрушки должны соответствовать санитарно-гигиеническим требованиям и требованиям безопасности (ГОСТ 25779-90, ГОСТ Р 51555-99, ГОСТ Р 51557-99, ГОСТ Р ИСО 8124-1-99, ГОСТ Р ИСО 8124-2-99, ГОСТ Р ИСО 8124-3-99, СанПиН 2.4.7.007-93, СанПиН 42-123-4240-86 и др.) и иметь сертификат

соответствия [4, 5].

С 1.07.2012 г. решением Совета Евразийской экономической комиссии от 23.09.2011 № 798 введен в действие Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 008/2011 «О безопасности игрушек». Ответственным разработчиком данного технического регламента является Республика Беларусь (Государственный комитет по стандартизации), а соразработчиками - Республика Казахстан (Министерство здравоохранения) и Российская Федерация (Министерство промышленности и торговли). Настоящий технический регламент Таможенного союза разработан с целью установления единых обязательных для применения и исполнения требований к игрушкам, обеспечения свободного перемещения игрушек, выпускаемых в обращение на единой таможенной территории Таможенного союза. Технический регламент 008/2011 распространяется на игрушки, предназначенные для детей в возрасте до 14 лет.

Согласно технического регламента игрушка должна быть разработана и изготовлена таким образом, чтобы при ее применении по назначению она не представляла опасности для жизни и здоровья детей, и лиц, присматривающих за ними, и обеспечивала отсутствие риска, обусловленного конструкцией игрушки и применяемыми материалами, а также риска связанного с использованием игрушки, который невозможно исключить при изменении конструкции игрушки без изменения ее функции и основных характеристик, замене материала.

Степень риска при пользовании игрушкой должна соотноситься с возрастными физиологическими особенностями детей и лица (при необходимости), наблюдающего за ним. В частности, это относится к игрушкам для детей в возрасте до 36 месяцев.

Материалы, из которых изготовлены игрушки, должны быть чистыми (без загрязнений), неинфицированными. В игрушках для детей до 3 лет не допускается применение натурального меха, натуральной кожи, стекла, фарфора, ворсованной резины, картона и бумаги, набивочных гранул размером 3 мм и менее без внутреннего чехла, наполнителей игрушек, подобных погремушкам,

размер которых во влажной среде увеличивается более чем на 5%.

В игрушках для детей до 3 лет не допускается миграция химических веществ 1-го класса опасности. В игрушках не допускается применение вторичного сырья, полученного в результате повторной переработки материалов, бывших в употреблении. Для производства игрушек допускается применение отходов собственного производства.

Защитно-декоративное покрытие игрушек должно быть стойким к влажной обработке, действию слюны и пота.

Игрушки должны быть сконструированы и изготовлены таким образом, чтобы при применении их по назначению они не представляли опасность для жизни и здоровья детей, лиц, присматривающих за ними.

Техническим регламентом 008/2011 установлены требования к игрушкам: органолептическим показателям; физическим и механическим свойствам; воспламеняемости; химическим свойствам; токсиколого-гигиеническим показателям; электрическим свойствам; радиационной безопасности; микробиологическим показателям; упаковке.

Перед выпуском в обращение на рынке игрушки должны пройти подтверждение соответствия требованиям безопасности Технического регламента 008/2011.

Данные регламенты и СанПиН внедрены и выполняются на всех предприятиях Республики Беларусь, выпускающих игрушки.

Таким образом, в Республике Беларусь безопасности и качеству игрушек уделяется огромное внимание, что подтверждается соответствующими законодательными и техническими нормативными правовыми актами.

#### **Список литературы:**

1. Технический регламент Таможенного союза ТРТС 008/2011. О безопасности игрушек. – М.: Издательство стандартов, 2011
2. Госстандарт / «О безопасности игрушек» (ТРТС – 008 – 2011) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gosstandart.gov.by/ru-RU/trts-008-2011-igr-bezopasnost.php>
3. Закон Республики Беларусь от 9 января 2002 г. №90-3 (ред. от 29.10.2015) «О защите прав потребителей» // Консультант Плюс: Беларусь. Техноло-

- гия 3000 / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2016.
4. Закон Республики Беларусь от 5 января 2004 г. №269-3 (ред. от 31.12.2010) «Об оценке соответствия требованиям технических нормативных правовых актов в области технического нормирования и стандартизации» //Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2016.
  5. Закон Республики Беларусь от 07.01.2012 № 340-3 (ред. от 05.01.2016) «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2016.

## **ИЗУЧЕНИЕ УРОВНЯ РАЗВИТИЯ МОРАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КЛИМАТА В УЧЕБНОЙ ГРУППЕ**

**Наумова Полина Андреевна**

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

**Усатых Наталья Андреевна**

*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*

Морально-психологический климат (МПК) в коллективе играет важную роль. Благоприятная атмосфера в коллективе продуктивно влияет на результаты деятельности, дает возможности для реализации потенциала работников. Проблема сплоченности группы является актуальной, т.к. от уровня морально-психологических отношений зависят решения перспективных задач, условия труда и качество работы. На сегодняшний день эта тема актуальна, поскольку возросли требования к уровню социально-психологической включенности работников в коллектив и в их трудовую деятельность. Существует гипотеза о том, что между групповой сплоченностью и результатом общей деятельности группы существует прямая связь, т.е. чем лучше взаимоотношения в группе, тем лучше эффективность ее деятельности. На основе исследования, проведенного в статье, опровергнем или подтвердим данную гипотезу.

Под морально-психологическим климатом понимается сложное явление, которое складывается из особенностей общения человека в группе, из чувств, взаимно испытываемых между людьми, из мнений и оценок, готовности реагировать определенным образом на слова и поступки окружающих [4]. Другими словами, МПК – это совокупность социальной, нравственной и моральной ат-

мосферы, царившей внутри группы.

Изучением темы морально-психологического климата занимаются не так много ученых. Так, например, вопросы изучения МПК и возможности его улучшения в рабочих группах в своих статьях поднимают Васильева А.В. [3] и Беджиева З.С. [2]. Вопросы, связанные с формированием оптимального МПК изучают Межиба Е.Ю. и Резникова О.С. [4]. Анализом факторов, влияющих на МПК студенческих групп, занимается Узбек А.Н. [5]. Анализ литературного обзора показал, что исследований в данной сфере не много, поэтому автором статьи было решено провести исследование МПК студенческой группы 3 курса факультета менеджмент.

Тестируемая группа состоит из 23 человек. Исследование проводилось весной 2017 года. Его целью является определение МПК в группе, формирование навыков и умений, необходимых для положительных изменений морально-психологического климата в коллективе, его сближения и усиления сплоченности. Автором научной статьи было проведено исследование на основе теста «Общая оценка психологического климата» и методики «Определение индекса групповой сплоченности К. Э. Сисшора». Тесты являются анонимными. Исследование является случайно выборочным, выборка – 15 человек.

Тест «Общая оценка психологического климата» [1, с. 249-250] применяется для оценки сложившейся к моменту обследования специфики межличностных отношений в коллективе и их динамики, а также для анализа проблемных точек коллектива и трудностей его становления. Тестируемым студентам необходимо выбрать 1 оценку из 7 возможных, которая наиболее соответствует истине.

Результаты теста показали, что в исследуемой группе сформировался средне благоприятный климат. Это значит, что в коллективе сохраняется тревожная обстановка в сфере межличностных отношений. Это может отражаться на надежности и эффективности работы коллектива, провоцировать срывы в деятельности и конфликты, а также снижать удовлетворенность студентов своей работой. Учащиеся студенческой группы больше всего неудовлетворены

тем, что достижения или неудачи коллектива не находят отклика у его членов и оставляют их равнодушными, коллектив невозможно поднять на совместное дело. Студенты удовлетворены тем, что у них появляется чувство гордости за свой коллектив, если его отмечают руководители, в группе преобладает доброе и жизнерадостное настроение.

Групповая сплоченность показывает степень интеграции группы, ее сплоченность. Ее можно определить с помощью методики «Определение индекса групповой сплоченности К. Э. Сисора» [1, с. 249], состоящей из 5 вопросов.

Результаты теста показали, что сплоченность исследуемой группы выше средней. Это означает, что в группе отсутствует единство коллектива, присутствуют лишь отдельные группировки по симпатиям и общим интересам, позитивная деятельность студентов ограничена только рамками своих микро-групп.

Итак, такая неблагоприятная обстановка складывается в том случае, если в коллективе имеют место следующие негативные явления: не сформированы положительные коллективистские отношения и активное ядро коллектива; нет единства мнений по поводу целей и задач деятельности, распределения ролей; присутствуют явные или скрытые группировки; не исключаются конфликтные ситуации в коллективе; стиль руководства недостаточно гибок; руководителем упускаются из внимания особенности межличностных отношений в коллективе, возможности и ожидания подчиненных; многие учащиеся не удовлетворены условиями работы в группе, взаимоотношениями между коллегами.

Анализ результатов учебной деятельности показал, что в данной группе из 23 человек стабильно ходят на занятия 15 студентов, заинтересованных в получении новых знаний и хороших оценок за зачеты и экзамены. В группе существует интернет-информирование, т.е. материалы и информация, переданные преподавателями размещаются в социальной сети, и студенты в любой момент могут воспользоваться ими. Также в микро-группах развита взаимопомощь (предоставление конспектов и информации о домашних заданиях и предстоящих контрольных работах тем, кого по какой-либо причине отсутствовал), что может негативно сказаться на посещаемости занятий, ведь студенты могут вос-

пользоваться помощью одноклассников.

Групповая сплоченность отражает степень единства и устойчивости взаимоотношений участников в группе, которое обеспечивает стабильность и преемственность деятельности коллектива. Высокий уровень сплоченности свидетельствует о полной отдаче группы при работе на общее благо, что способствует повышению производительности труда. Кроме этого сплоченность оказывает влияние на удовлетворенность трудом работников. МПК имеет большое значение в повышении успеваемости студенческой группы и творческого отношения к учебе. В коллективе со здоровым МПК конфликты сведены к минимуму, а противоречия решаются с помощью компромиссов и взаимной доброжелательности.

По результатам исследования морально-психологического климата в тестируемой группе было выявлено, что климат в коллективе средне благоприятный, а уровень групповой сплоченности выше среднего. Это означает, что в коллективе сложилась тревожная обстановка в сфере межличностных отношений, которая отражается на эффективности работы коллектива, что в группе отсутствует единство коллектива, господствуют группировки по симпатиям и общим интересам. Таким образом, можно сделать вывод о том, что гипотеза о прямой зависимости между сплоченностью и результатом общей деятельности верна. Для того чтобы улучшить МПК и усилить групповую сплоченность руководителю группы необходимо регулировать отношения между конфликтующими микро-группами; формировать и контролировать активное ядро коллектива, объективно оценивать возможности каждого учащегося; разработать систему мотивации и поощрения. МПК может быть достигнут лишь благодаря упорной и целенаправленной работе всего коллектива.

#### **Список литературы:**

1. Карелин А.А. Большая энциклопедия психологических тестов / М.: Эксмо, 2007
2. Беджиева З.С. Морально-психологический климат и его влияние на эффективность работы // Статья в сборнике трудов конференции: «Через тернии к звездам». – 2016. - С. 32-35

3. Васильева А.В. Улучшение морально-психологического климата в коллективе // Психология и педагогика: методика и проблемы практического применения. – 2015. - № 47. - С. 56-58
4. Межибина Е.Ю., Резникова О.С. Морально-психологический климат в коллективе // Статья в сборнике трудов конференции «Современные технологии управления персоналом». – 2016. - С. 284-287
5. Узбек А.Н. Анализ морально-психологического климата студенческой группы // Статья в сборнике трудов конференции: «Актуальные вопросы развития современного общества». – 2014. - С.199-203

## **ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА**

**Наумова Полина Андреевна**

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

*научный руководитель: **Оборин Матвей Сергеевич***

*доктор экономических наук, профессор*

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

В современных условиях рынок санаторно-курортных услуг России требует дальнейшего развития, в частности, роста конкурентоспособности и не только внутри страны, но и на международном уровне и является одним из направлений, которому уделяется особое внимание со стороны государства. Современное здравоохранение предоставляет комплекс услуг, включающий в себя лечение, профилактику и оздоровление населения. Важная роль в оказании данных услуг отводится санаторно-курортному комплексу (СКК) страны. Оказываемые им услуги и их разнообразие необходимы для удовлетворения потребностей граждан в профилактике, лечении и оздоровлении. Стоит отметить, что эти услуги должны быть доступны для населения. Активное функционирование СКК влияет не только на качество здоровья населения, но и на социально-экономическое развитие регионов.

Развитие лечебно-оздоровительного туризма на территории ДФО является одним из приоритетных направлений развития туристско-рекреационной деятельности, так как округ обладает огромным природным лечебным потенциалом. ДФО - это крупнейший по размерам федеральный округ, его территория охватывает 36,4% площади страны [2]. В ДФО все субъекты кроме Амурской области и Еврейской автономной области имеют выход к морю. Природ-

ный ресурсный потенциал района позволяет широко развивать лечебно-оздоровительный туризм [4]. Практическое пищевое и лечебное значение представляют собой гидроминеральные ресурсы. Большинство территорий Дальнего Востока обладает благоприятным климатом, лечебными грязями, высокоэффективными и разнообразными по составу минеральными водами.

Для этого округа характерны невысокий уровень рождаемости, положительный естественный прирост, увеличение общей заболеваемости населения. В связи с высоким уровнем инфляции наблюдаются следующие тенденции [3]: тенденция сокращения реальной заработной платы, которая в 2016 году составила 92,1% по сравнению с 2015 годом и тенденция снижения реальных до 99,7% и располагаемых до 82,5% денежных доходов населения. Помимо этого, высок и уровень дифференциации доходов населения.

Таблица 1

**Анализ динамики числа СКО (ед.) ДФО за 2003-2016 года [4]**

Год	Субъект ДФО (область, край, округ, республика)									
	Амур-ская	Еврей-ская ав-тономная	Кам-чат-ский	Мага-дан-ская	При-мор-ский	Рес-публи-ка Са-ха	Саха-лин-ская	Хаба-ров-ский	Чу-кот-ский	ДФО
2003	13	5	7	7	28	31	8	18	-	116
2004	11	5	6	7	29	26	8	13	-	106
2005	12	6	6	7	28	28	8	13	-	107
2006	11	6	5	7	25	2	8	11	-	101
2007	11	6	5	7	23	28	8	11	-	99
2008	12	6	5	7	23	24	8	10	-	98
2009	10	6	4	7	23	23	8	10	-	91
2010	9	6	3	7	20	24	7	10	-	85
2011	8	5	3	7	19	23	7	9	-	81
2012	8	5	2	6	18	24	7	9	-	77
2013	8	5	2	6	16	24	6	9	-	76
2014	7	5	2	6	16	25	6	8	-	75
2015	7	5	2	6	17	25	6	7	-	75
2016	8	5	2	6	16	23	6	10	-	76
Рей-тинг ДФО на 2016 год	4	6	7	5	2	1	5	3	8	

По количеству санаторно-курортных организаций [4] в 2016 году ДФО занимает последнее место, при этом на территории округа присутствует тен-

денция снижения их числа, а, как следствие, и тенденция снижения числа размещенных туристов. Из табл. 1 видно, что на 2016 год в ДФО было зарегистрировано 76 санаторно-курортных организаций, при этом Чукотский автономный округ не имеет ни одной организации. Большая часть СКО расположена на территории республики Саха - 23 организаций и в Приморском крае – 16. Меньше всего СКО расположено в Камчатском крае – 2 организации и в Еврейской автономной области - 5.

В субъектах ДФО наблюдается тенденция увеличения доходов и расходов. Максимальные доходы и расходы [4] в 2016 году были зафиксированы в Приморском крае, минимальные – в Камчатском крае.

Таблица 2

**Динамика доходов и расходов СКО по субъектам ДФО за 2016 год [4]**

Субъект ДФО	Доходы СКО, тыс. руб.	Расходы СКО, тыс. руб.	Операционный результат (+/-), тыс. руб.	Рейтинг по операционному результату
Амурская область	352 062,5	308 205,9	+43 856,6	2
Еврейская автономная область	215 303,4	220 647,5	-5 344,1	3
Камчатский край	87 461	170 701,8	-83 240,8	5
Магаданская область	118 085,8	299 837,9	-181 752,1	6
Приморский край	1 093 697,8	2 252 995,7	-1 159 297,9	8
Республика Саха (Якутия)	143 423,5	933 544,6	-790 121,1	7
Сахалинская область	312 379,5	392 721	-80 341,5	4
Хабаровский край	325 846	202 589,8	+123 256,2	1
Чукотский автономный округ	-	-	-	
Всего	2 648 259,5	4 781 244,2	-2 132 984,7	

Положительная прибыль от реализации санаторно-курортных услуг (операционный результат) [4] наблюдается в Амурской области - 43 856,6 тыс. руб. и в Хабаровском крае -123 256,2, у остальных регионов присутствует тенденция убытка от деятельности. В итоге суммарный убыток по ДФО составил 2 132 984,7 тыс. руб. Таким образом, в Амурской области и в Хабаровском крае санаторно-курортная деятельность развита больше всего, самый большой убыток составляет 1 159 297,9 тыс. руб., он наблюдается в Приморском крае, однако остальные показатели этого края не самые низкие.

Из таблицы 3 видно, что средняя цена [4] за 1 день на путевку в санато-

рий составляет 2558 рублей на 1 человека, а лечение или оздоровление сроком в 2 недели будет стоить 35805 рублей на 1 человека. Средняя стоимость путевки высока, поэтому спрос населения на санаторно-курортные услуги снижается.

Таблица 3

**Среднемесячные потребительские цены на путевки в санатории ДФО в 2016 г. за 1 день и за 2 недели на 1 человека [4]**

Месяц	Цена за 1 день, руб.	Цена за 2 недели, руб.	Рейтинг цен
Январь	2 458	34 412	12
Февраль	2 488	34 832	9
Март	2 481	34 734	11
Апрель	2 491	34 874	8
Май	2 487	34 818	10
Июнь	2 568	35 952	7
Июль	2 602	36 428	6
Август	2 606	36 484	5
Сентябрь	2 645	37 030	1
Октябрь	2 626	36 764	2
Ноябрь	2 617	36 638	4
Декабрь	2 621	36 694	3
Средняя цена	2 558	35 805	

Санаторно-курортная деятельность является очень затратной из-за высокой стоимости медицинских услуг и медикаментов, дорогостоящего оборудования, расходов на содержание и ремонт помещений и расходов, связанных с подготовкой и переподготовкой квалифицированных специалистов. Все вышеперечисленное влияет на формирование высокой стоимости путевки, которую не может позволить себе каждый гражданин, что приводит к снижению спроса населения на данные услуги.

Для территории ДФО характерны суровые климатические условия зимнего периода, низкая плотность населения, хозяйственная неразвитость территории, низкое развитие инфраструктуры, отсутствие государственного интереса к развитию сферы туризма в этом регионе. Перечисленные пункты вызывают трудности при освоении рекреационных ресурсов, свидетельствуют о малой потребности местного населения в комплексе СКО и препятствуют привлечению туристов.

К направлениям развития финансово-экономического механизма в ДФО можно отнести оптимизацию использования природного и инфраструктурного

потенциала, улучшение социально-экономического развития отрасли, участие в государственных программах, рост квалификации персонала, привлечение инвестиций в инфраструктурные проекты, связанные с лечебно-оздоровительным туризмом.

Лечебный туризм Дальнего Востока активно формируется на протяжении последних десяти лет. В настоящее время руководство санаториев активно расширяет количество и улучшает качество предоставляемых услуг, разрабатывает пакеты программ лечебных туров и перспективных медицинских технологий. Но, несмотря на активное развитие СКО, их деятельность остается убыточной. Низкая рентабельность санаториев объясняется низким уровнем платежеспособности населения.

#### **Список литературы:**

1. Дальневосточный федеральный округ Российской Федерации. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://qoo.by/Ybn>
2. Оборин М.С. Системно-диалектическая методология (системный подход) как инструмент исследования курортно-рекреационных систем разного иерархического уровня // Региональные исследования. 2010. № 3. С. 54-61
3. Прокапало О.М., Исаев А.Г., Мазитова М.Г. Экономическая конъюнктура в дальневосточном федеральном округе в 2015 году // Пространственная экономика. №2, 2016. - С. 124-125
4. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

#### **АКТУАЛЬНОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ ЛИДЕРСКИХ КОМПЕТЕНЦИЙ У СТУДЕНТОВ ФАКУЛЬТЕТА МЕНЕДЖМЕНТА**

**Нетесова Анна Сергеевна**

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

**Исакова Анастасия Дмитриевна**

*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*

Актуальность выбранной темы состоит в том, что для эффективного управления организацией менеджеру необходимо уметь быть лидером и поставить себя среди своих подчиненных так, чтобы они хотели соответствовать своему руководителю. Если же менеджер не обладает лидерскими способностями,

чтобы вести за собой людей для достижения конкретных целей, он не сможет эффективно руководить всей организацией в целом. Именно поэтому каждый менеджер должен обладать лидерскими компетенциями, которые постоянно нужно улучшать и развивать в себе, так как способность становиться лидером в коллективе является одним из условий управления.

Понятие лидерства в своей работе «Лидерство в менеджменте» рассмотрела В. Б. Сергеева: Лидерство – это способность влиять на группы людей, чтобы побудить их работать для достижения поставленных целей [1]. Также в данной работе В.Б. Сергеева рассмотрела понятие управления и провела параллели между управлением и лидерством: Управление – это процесс воздействия на коллективы людей с целью эффективной координации их действий в производстве. Таким образом, управление носит всеобщий характер, оно существует всегда и везде, а лидерство – это вершина управления, когда необходимо обеспечить наиболее эффективное достижение целей [1].

Можно сделать вывод о том, что лидерство не заменяет управление и не существует вне его, а только лишь дополняет управление в тех случаях, когда стандартные методы управления не дают высоких результатов и не позволяют эффективно достигать поставленной цели.

Понятие менеджер рассмотрел Г.С. Никифоров в своей работе «Практикум по психологии менеджмента и профессиональной деятельности»: Менеджер – это человек, который направляет работу других и несет персональную ответственность за ее результаты [2].

С одной стороны, лидерство рассматривается как наличие определенных наборов качеств, приписываемых тем, кто успешно оказывает влияние или взаимодействует на других, с другой стороны лидерство – это процесс преимущественно несилового воздействия в направлении достижения группой или организацией своих целей. Лидерство представляет собой специфический тип управленческого взаимодействия, основанный на наиболее эффективном сочетании различных источников власти и направленный на побуждение людей к достижению общих целей.

Лидерство как тип отношений управления отлично от управления и строится больше на отношениях типа «лидер – последователь», чем «начальник – подчиненный». Лидерство не связано с возможностью применения силы, принуждением, давлением, обусловленным положением в организации (должность, позиция) или официальными полномочиями. Оно предполагает взаимодействие людей и поддержку лидера членами группы, в которую он включен [3].

Каждый менеджер должен обладать лидерскими компетенциями, без которых эффективная деятельность организации не возможна. Именно поэтому для изучения лидерских качеств было проведено исследование, в форме тестирования, у студентов факультета менеджмента Пермского Института (филиала) «РЭУ им. Г.В. Плеханова».

В тестировании участвовало 17 человек: 5 юношей и 12 девушек. Для выявления лидерских качеств было использовано два теста. Проведя их и проанализировав все результаты ответов студентов, можно сделать выводы по лидерским качествам будущих менеджеров.

Первый тест «Диагностика лидерских способностей», созданный Е. Жариковым и Е. Крушельницким, состоял из 50 вопросов, на которые необходимо было ответить «да» или «нет». Сумма баллов за ответы подсчитывались с помощью ключа к опроснику. За каждый ответ, который совпадал с ключевым, студент получал один балл, иначе – 0 баллов. Все результаты по данному тесту приведены на рис. 1.

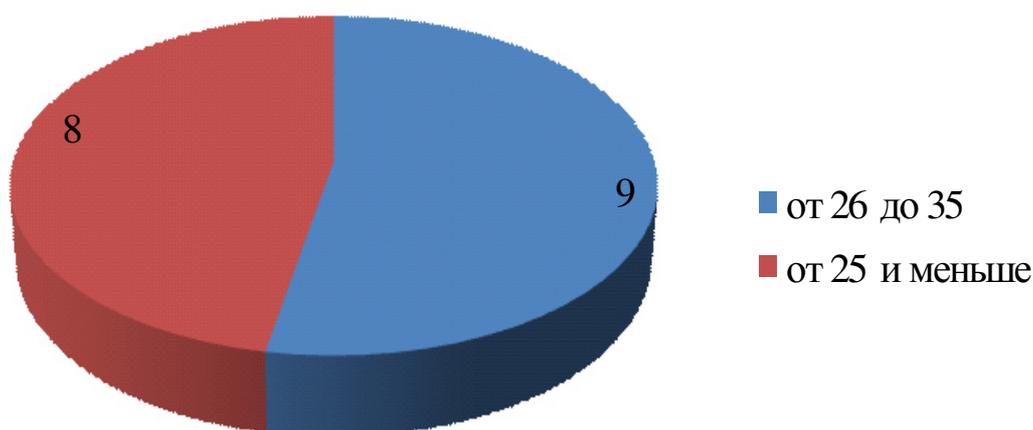


Рис. 1. Результаты первого тестирования у студентов факультета менеджмента

По данной диаграмме можно сделать вывод, что в первой подгруппе высокие результаты получили девять человек: 3 юношей и 6 девушек. Человек, получивший от 26 до 35 баллов, имеет качества лидера, которые выражены средне.

Также по диаграмме видно, что во второй подгруппе самые низкие результаты, из опрошенных, получили восемь человек: 2 юношей и 6 девушек.

Можно сделать вывод о том, что в среднем группа имеет слабые лидерские качества группы в целом.

Во втором тесте «Конструктивный рисунок человека из геометрических фигур» А.Ф. Ермошина были использованы 3 геометрические фигуры, из которых нужно было составить портрет человека. Результаты данного теста приведены на рис. 2.

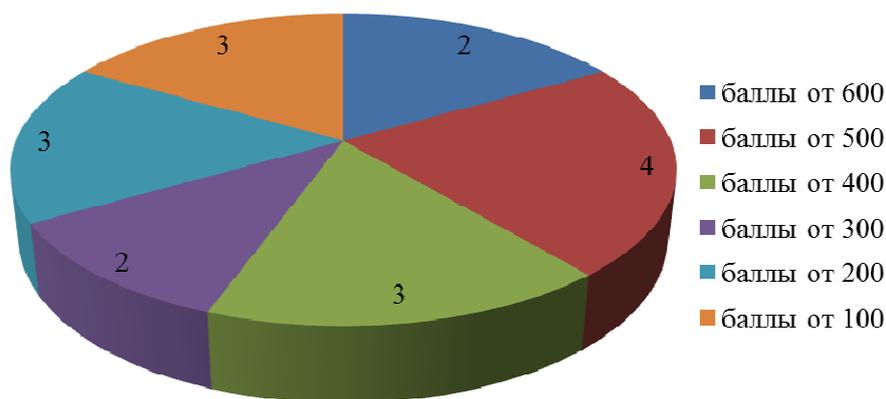


Рис. 2. Результаты второго тестирования у студентов факультета менеджмента

Исходя из этой диаграммы, можно сделать вывод, что от 600 баллов получили два человека: юноша и девушка, именно они обладают склонностью к руководящей и организаторской деятельностью. Обладают многими чертами «руководителя» двое юношей и две девушки.

Остальные 11 человек не обладают лидерскими качествами, поэтому им особенно нужно уделить внимание развитию своих лидерских компетенций.

Делая общий вывод по двум тестам, можно выделить основных лидеров среди студентов факультета менеджмента. Ими являются 2 юношей и 3 девушки. А у остальных 12 студентов лидерские качества не выражены ярко, но им необходимо начать их развивать в себе как можно раньше. До конца обучения в

институте у всех студентов данной группы еще есть время, чтобы набраться опыта и до конца раскрыть свой лидерский потенциал, который в дальнейшем поможет им быть профессиональными менеджерами, эффективно выполняющие свою работу в организации.

Профессия менеджера является в современном мире самой востребованной и популярной. Именно качества лидера делают руководителя не только уверенным и властным, но и эффективным работником в своей сфере деятельности. Ведь для управления предприятием и персоналом, менеджеру необходимо сделать так, чтобы его сотрудники верили ему и шли за ним. При этом условии предприятие будет работать эффективно, а сотрудники будут взаимодействовать друг с другом. Поэтому менеджер должен обладать лидерскими компетенциями на высоком уровне, чтобы уметь управлять всеми ресурсами предприятия, ведь без них он не сможет сделать это эффективно.

#### **Список литературы:**

1. Сергеева В.Б. Лидерство в менеджменте / В.Б. Сергеева, А. Токарева // Вестник НГИЭИ. - 2012. - №9. - С.81-102
2. Никифоров Г.С. Практикум по психологии менеджмента и профессиональной деятельности: учебное пособие // под редакцией Г.С. Никифорова, М.А. Дмитриевой, В.М. Снеткова - СПб.2016. С. 330-340
3. Лидерство как инструмент эффективного управления. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.pro-personal.ru/article/448554-liderstvo-kak-instrument-effektivnogo-upravleniya>

#### **РАЗВИТИЕ РЫНКА САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УСЛУГ ЦЕНТРАЛЬНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА (ЦФО)**

**Нетесова Анна Сергеевна**

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

**научный руководитель: Оборин Матвей Сергеевич**

*доктор экономических наук, профессор*

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

Глобальной проблемой в современном мире является проблема здоровья населения, которая связана с национальной безопасностью государства. Следовательно, высшим приоритетом государство должно быть здоровье населения. Именно поэтому необходимо повышать уровень качества санаторно-курортных услуг и их разнообразие в санаторно-курортных организациях.

Объектом исследования выбран Центральный федеральный округ (ЦФО). На территории ЦФО находится крупнейший экономический, политический, научный и культурный центр России.

Так как ЦФО имеет огромный природный потенциал, то развитие лечебно-оздоровительных курортов в данном округе является необходимым направлением туризма. Многим ученым доводилось изучать развитие лечебно-оздоровительного туризма. Например, в своей статье М.С Оборин рассматривает тенденции развития рынка санаторно-курортных услуг Центрального федерального округа [3], а Ю.М. Грузина [1] анализирует проблемы развития экологического туризма в Центральном округе России. Л.М. Липская оценивает в своей статье [2] современное состояние сферы туризма в Брянской области.

Теперь рассмотрим показатели смертности, рождаемости и естественного прироста.

Таблица 1

**Анализ показателей смертности, рождаемости, естественного прироста ЦФО [5]**

Субъект ЦФО	Родившихся		2016 г. в % к 2015 г.	Умерших		2016 г. в % к 2015 г.	Естественный прирост, убыль (-)	
	2016	2015		2016	2015		2016	2015
Центральный федеральный округ	11,7	11,7	100,0	13,4	13,5	99,3	-1,7	-1,8
Белгородская область	11,2	11,5	97,4	13,9	13,9	100,0	-2,7	-2,4
Брянская область	11,0	11,4	96,5	15,6	15,8	98,7	-4,6	-4,4
Владимирская область	11,4	11,6	98,3	16,4	16,6	98,8	-5,0	-5,0
Воронежская область	10,8	11,1	97,3	15,2	15,4	98,7	-4,4	-4,3
Ивановская область	10,9	11,3	96,5	16,0	16,0	100,0	-5,1	-4,7
Калужская область	12,3	12,6	97,6	15,1	15,1	100,0	-2,8	-2,5
Костромская область	12,1	12,5	96,8	15,5	16,0	96,9	-3,4	-3,5
Курская область	11,2	11,6	96,6	16,2	16,3	99,4	-5,0	-4,7
Липецкая область	11,4	11,6	98,3	15,1	15,4	98,1	-3,7	-3,8
Московская область	13,3	13,0	102,3	12,9	13,0	99,2	0,4	0,0
Орловская область	11,1	11,2	99,1	16,3	16,4	99,4	-5,2	-5,2
Рязанская область	11,4	11,1	102,7	15,9	15,7	101,3	-4,5	-4,6
Смоленская область	10,4	10,6	98,1	16,2	16,4	98,8	-5,8	-5,8
Тамбовская область	9,7	9,8	99,0	15,8	16,2	97,5	-6,1	-6,4
Тверская область	11,3	11,3	100,0	17,7	17,7	100,0	-6,4	-6,4
Тульская область	10,3	10,5	98,1	17,0	17,1	99,4	-6,7	-6,6
Ярославская область	12,2	12,1	100,8	15,7	15,7	100,0	-3,5	-3,6
г. Москва	11,8	11,6	101,7	9,9	10,0	99,0	1,9	1,6

По данным табл. 1 видно, что в ЦФО на 2016 год наблюдается в 14 субъектах снижение рождаемости, в 4 субъектах увеличение: самая высокая рож-

даемость наблюдается в г. Москва (2,3%) и Московской области (1,7%). Говоря о показателях смертности, то самый низкий показатель в Костромской области (3,6%), в 5 субъектах она осталась на том же уровне, что и в 2015 году, а в Рязанской области смертность возросла (1,3%). Лишь в Московской области и в г. Москва наблюдается естественный прирост на 0,4% и 0,3% соответственно. В остальных субъектах ЦФО наблюдается естественная убыль, но самая высокая в Тульской (6,7), Тверской (6,4) и Тамбовской (6,1) областях.

Заболеваемость населения ЦФО на 2015 год составила 144 637 чел. на 100 тыс. населения, темп убыли 1,5% по отношению к 2014 году. Показатели заболевание населения системы кровообращения в ЦФО не изменилась, а заболеваемость новообразования увеличилась на 2,2%.

Все показатели смертности и заболеваемости говорят о том, что у населения нет достаточно ресурсов для лечения в санаторно-курортных организациях и качество санаторно-курортных услуг не на очень высоком уровне.

По данным [5] можно сказать, что за 2016 год в целом по ЦФО численность населения увеличилась на 0,4%, а ВРП – на 0,8%. Заработная плата, которая снизилась на 9,7%, повела за собой и снижение доходов населения на 4,3%. Расходы также имеют тенденцию к снижению на 11,3%.

В сумме все эти показатели говорят о кризисной ситуации в стране, которая ведет за собой упадочное состояние как экономики страны, так и качества жизни и здоровья населения, приводящее к высоким показателям заболеваемости и смертности.

Если анализировать рынок санаторно-курортных услуг ЦФО, то по данным табл. 2 можно сделать вывод, что по количеству мест в СКО первое место занимает Московская область (224641мест – 34,1%), затем Ивановская область (4534мест – 6,9%), а наименьший показатель в Орловской области (770 мест– 1,2%).

По количеству размещенных, то есть число пролеченных в СКО, также больше всего в Московской области (400830 пролеченных – 40,4%) и Ярославской области (67715 пролеченных – 6,8%). Наименьший показатель преоблада-

ет тоже в Орловской области (7451 пролеченных – 0,8%).

Таблица 2

**Анализ динамики СКО по субъектам ЦФО за 2016 год [5]**

Субъект ЦФО	Число мест в СКО		Число размещенных в СКО		Число СКО		Число номеров в СКО		Число ночевок в СКО	
	Кол-во, шт.	Удельный вес, %	Кол-во, шт.	Удельный вес, %	Кол-во, шт.	Удельный вес, %	Кол-во, шт.	Удельный вес, %	Кол-во, шт.	Удельный вес, %
Белгородская область	1929	2,9	25317	2,6	10	3,3	680	2,4	377673	3,2
Брянская область	2492	3,8	30532	3,1	12	3,9	966	3,3	546858	4,7
Владимирская область	1568	2,4	21006	2,1	8	2,6	825	2,9	303466	2,6
Воронежская область	3645	5,5	60306	6,1	19	6,2	1641	5,7	820532	7,0
Ивановская область	4534	6,9	64971	6,5	14	4,6	1536	5,3	840300	7,2
Калужская область	2512	3,8	28227	2,8	11	3,6	930	3,2	371323	3,2
Костромская область	2334	3,5	43766	4,4	14	4,6	1004	3,5	399743	3,4
Курская область	1701	2,6	22531	2,3	12	3,9	762	2,6	339412	2,9
Липецкая область	2748	4,2	15939	1,6	8	2,6	1008	3,5	248029	2,1
Московская область	22464	34,1	400830	40,4	95	31,1	10810	37,5	3954854	33,9
Орловская область	770	1,2	7451	0,8	3	1,0	298	1,0	90644	0,8
Рязанская область	2312	3,5	35600	3,6	12	3,9	995	3,5	454160	3,9
Смоленская область	2407	3,7	29484	3,0	12	3,9	1090	3,8	429484	3,7
Тамбовская область	1404	2,1	18447	1,9	9	3,0	638	2,2	236035	2,0
Тверская область	3461	5,2	48594	4,9	17	5,6	1695	5,9	709165	6,1
Тульская область	3618	5,5	41780	4,2	21	6,9	1551	5,4	548205	4,7
Ярославская область	3876	5,9	67715	6,8	13	4,3	1793	6,2	627772	5,4
г. Москва	2151	3,3	31694	3,2	15	4,9	614	2,1	366326	3,1
Всего	65926	100,0	992016	100,0	305	100,0	28836	100,0	11663981	100,0

На территории ЦФО зарегистрировано всего 305 СКО, при этом все также лидирует по количеству СКО Московская область (95 организации – 31,1%), потом идет Тульская область (21 организации – 6,9%). А меньше всего СКО

расположено опять же в Орловской области (3 организации – 1,0%).

Большее число номеров в СКО находится в Московской области (12466 номеров – 39,04%), затем идет Ярославская область (1793 номеров – 6,9%), а самое меньшее количество номеров в Орловской области (298 номеров – 1,0%).

По числу ночевок в СКО наибольший показатель в Московской области (3954854 ночевок – 33,9%), потом идет Ивановская область (840300 ночевок – 7,2%). И самый наименьший показатель по числу ночевок в СКО в Орловской области (90644 ночевок – 0,8%).

Таким образом, санаторно-курортная деятельность ЦФО развита не во всех областях округа, что является значимой проблемой для ЦФО. Так как показатели рождаемости в данном округе достаточно низкие, а показатели смертности и заболеваемости высокие. Поэтому просто необходимо уделить внимание развитию санаторно-курортных услуг для того, чтобы повысить качество жизни и здоровья население и поднимать экономическое состояние не только ЦФО, но и Российской Федерации в целом.

Итак, на основе вышеизложенной информации можно выделить основные проблемы санаторно-курортной деятельности ЦФО:

1. Высокие цены на санаторно-оздоровительные услуги. Не все жители Центрального федерального округа могут себе позволить предоставляемые оздоровительные услуги, что приводит к сокращению спроса на оздоровительные услуги;

2. Ухудшение экологической ситуации (загрязнение атмосферного воздуха, низкое качество пресной воды и неразвитость системы переработки отходов жизнедеятельности), загрязнение курортных зон, что также отталкивает туристов и не способствует развитию региона;

3. Невысокое качество оказания услуг в санаторно-курортных организациях, что лишает ЦФО прибыли для развития экономики округа;

4. Отсутствие качественных препаратов и инновационных технологий, так как спрос на санаторно-оздоровительные услуги упал из-за финансовых кризисов, инфляции, что ведет за собой неспособность людей оплачивать дан-

ные услуги.

5. Недостаток профессиональных квалифицированных специалистов, что лишает возможности населения полностью выявить все причины своего заболевания и поправить свое здоровье в лучшую сторону.

ЦФО также имеет огромные перспективы для развития деятельности СКО, которые обусловлены такими факторами, как:

1. Наличие уникального природного ландшафта и умеренно-континентального климата, главную роль в нем играет морской воздух умеренных широт;

2. План мероприятий по реализации Стратегии социально-экономического развития Центрального федерального округа, включая развитие и улучшение туризма на территории ЦФО;

3. Развитие программ по охране здоровья и привлечение инновационных технологий в СКО;

4. Повышение квалификации специалистов;

5. Формирование и внедрение качественных препаратов для оздоровления населения ЦФО [4].

По вышеизложенной информации можно сделать вывод, что большинство населения, как в ЦФО, так и в России в целом, нуждается в оздоровительных услугах, которые позволят им выявить и устранить проблемы заболевания. Также население нуждается в квалифицированных специалистах и инновационных препаратах и технологиях, которые ускорят процесс их выздоровления. Но для этого необходимо повысить заработные платы для того, чтобы каждый гражданин смог себе позволить данные услуги в тех ценах, которые на данный момент присутствуют. А для этого нужно поднимать экономику страну и ее стрессоустойчивость в кризисные периоды.

Для того, чтобы санаторно-курортные организаций развивались все более эффективно, необходимо устранить ряд проблем, присущих ЦФО в санаторно-курортной деятельности. Для начала нужно начать реализовывать проекты по развитию данной деятельности, улучшать качество обслуживания и повышать

квалификацию сотрудников санаторно-оздоровительных услуг не только для привлечения туристов, построения нового и позитивного имиджа, уменьшения показателей заболеваемости и смертности, но и конечно, для развития всего Центрального федерального округа в целом.

#### **Список литературы:**

1. Грузина Ю.М. проблемы развития экологического туризма в Центральном федеральном округе России// В сборнике Современные тенденции и перспективы развития индустрии туризма и гостеприимства материалы 2-й Международной научно-практической конференции с международным участием. Рязанский Гос. Университет им. С.А. Есенина. 2015. С. 82-84.
2. Липская Л.М. Современное состояние сферы туризма в Брянской области. // Региональная экономика: теория и практика. 2011. №36. С. 95-97.
3. Оборин М.С. Тенденции развития рынка санаторно-курортных услуг Центрального федерального округа. // В журнале Современные проблемы сервиса и туризма. 2015. №3. С.25-29.
4. Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Центрального федерального округа на период до 2020 года (с изменениями на 26 декабря 2014 года).
5. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://fedstat.ru/>

#### **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ ВТОРИЧНОЙ АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА**

**Никитина Наталья Геннадьевна**

*магистрант Сибирского государственного университета путей сообщения*

*научный руководитель: Николаенко Валентина Михайловна*

*кандидат философских наук, доцент, декан*

*Сибирского государственного университета путей сообщения*

От системы управления вторичной адаптацией в организации зависит решение важных производственных задач, стоящих перед руководителем и его подчиненными, таких как: уменьшение текучести кадров, повышение производственных показателей, адаптированность работника к должности, создание новых коммуникаций, повышение удовлетворенности у нового сотрудника в производственной и внепроизводственной адаптации.

Мелихов Ю.Е. описывает вторичную адаптацию как, адаптацию работников, уже имеющих опыт в профессиональной деятельности, работы в организации или трудовом коллективе» [3, с. 203].

При вторичной адаптации сотрудник обладает опытом работы, определенными стремлениями, мотивами, знаниями, ожиданиями от организации, должен заново подстраиваться под организацию, меняя свои привычки, установки и модели поведения.

Новый сотрудник с опытом работы должен принять вновь новые организационные требования, такие как: режим труда и отдыха, должностные инструкции, распоряжения администрации, условия труда. Руководитель несет определенные затраты для того чтобы изменить взгляды, привычки сотрудника, пришедшего в организацию с опытом работы.

Эффективность процесса вторичной адаптации позволяет экономить время работодателя на помощь новому сотруднику с опытом работы, повышает удовлетворенность работой, позволяет задержать опытного сотрудника у себя в организации и помогает сэкономить средства для вложения в него.

При проведении первичной и вторичной адаптации руководитель устанавливает определённые цели, к ним относятся: уменьшение стартовых издержек, снижение степени озабоченности и неопределенности у новых работников, сокращение текучести рабочей силы, экономия времени руководителя и сотрудников, развитие позитивного отношения к работе, удовлетворенность работой [2, с. 22].

Вторичная адаптация, охватывая все формы адаптации, может рассматриваться как технология, имеющая самостоятельные цели и задачи, этапы ее реализации, субъектов – участников процесса, методы и планируемые результаты [4, с. 117].

Составим сравнительную характеристику трем категориям адаптации, представим в таблице 1.

Таким образом, по таблице 1 видно, что все категории адаптантов имеют схожие цели, субъектов, методов и результат адаптации, несмотря на схожие признаки, каждая категория на определённом этапе адаптации должна акцентировать внимание на планируемый результат.

**Сравнительная характеристика категории адаптантов**

<b>Характеристики / Категории адаптантов</b>	<b>Вновь приятые без опыта работы</b>	<b>Вновь принятые с опытом работы</b>	<b>Переведенные в новую должность внутри организации</b>
1. Цель адаптации	Удержать на рабочем месте новых сотрудников, ускорить процесс вхождения сотрудника в коллектив и в новую должность	Оказать помощь в процессе производства	Оказать помощь в новой должности, деятельности, коллективу
2. Время адаптации	12 месяцев	6 месяцев	6 месяцев
3. Субъекты адаптации	Руководитель, Наставник, Инспектор отдела кадров	Руководитель, Наставник, Инспектор отдела кадров	Наставник, Инспектор отдела кадров
4. Группы методов адаптации	Инструктаж на рабочем месте; Наставничество; Кадровые школы;	Инструктаж на рабочем месте; Обучение с отрывом от производства; Наставничество; Баддинг; Метод погружения	Менторство; Баддинг; Метод погружения;
5. Планируемый результат	Получить профессионального, лояльного, ответственного сотрудника с минимальными ресурсными затратами	Удержать на рабочем месте сотрудников с опытом работы, повысить производительность работы и удовлетворенность сотрудников в коллективе	Уменьшить временные затраты для вхождения в коллектив, в новую должность, освоение с новыми целями и задачами в процессе работы

Для каждой категории адаптантов нужно подбирать свои методы воздействия и оказания помощи, если мы уменьшим или увеличим воздействие на адаптанта со стороны наставника, можем получить отрицательный эффект. Несмотря на различия адаптантов в организации, руководитель устанавливает определенные цели, которые нужно достичь в процессе адаптации любых категорий сотрудников. К общим из них относятся: уменьшение стартовых издержек, снижение степени озабоченности и неопределенности у новых работников, сокращение текучести рабочей силы, экономия времени руководителя и сотрудников, развитие позитивного отношения к работе, удовлетворенности работой [3, с. 22].

На достижение этих целей влияет множество факторов, которые помогают или мешают сотруднику адаптироваться. Такие факторы относятся к производственной и к внепроизводственной адаптации [2, с. 22].

Данные факторы помогут сотруднику адаптироваться быстрее или же приостановить процесс адаптации в организации, так как отсутствие некоторых факторов заставляет сотрудника задуматься о том, нужен ли он этой организации.

На основании теоретических данных приведенных в статье, проведем исследование на выявление особенностей технологии вторичной адаптации в организации Ритейл Центр.

Объектом исследования являются, технологии адаптации сотрудников.

Предметом исследования являются, технологии первичной и вторичной адаптации сотрудников в Ритейл Центр.

Исследование мы будем проводить в структурном подразделении Ритейл Центр. Для проведения исследования сформирована сплошная выборка, так как необходимо исследовать сотрудников, которые пришли в организацию как с опытом работы, так и без опыта работы. В нашем исследовании участвовали 46 специалистов и 6 руководителей.

В рамках программы исследования будут задействованы такие методики, как:

а) анализ документов: Положение об адаптации работников ООО «Ритейл Центр» от 29.12.2015, план адаптации работников ООО «Ритейл Центр», отчеты о текучести персонала ООО «Ритейл Центр», результаты тестирования по прохождению адаптации;

б) анкетирование - выявим удовлетворенность проведением адаптации сотрудников, определим, насколько сотрудники быстро приспособились и влились в коллектив, как быстро получили всю необходимую информацию о своей организации, смогли ли удержаться в новой обстановке. Так же проведем опрос руководителей, чтобы выяснить, нужна ли адаптация для сотрудников с опытом работы и без опыта работы;

в) интервью с руководителем по кадрам проведем с помощью беседы, где можно будет задать вопросы, на выявление необходимости проведения адаптации сотрудников. Важно знать, считает ли необходимым руководитель по кад-

рам проводить данное направление адаптации для сотрудников, пришедших в их организацию;

В результате проведенного исследования мы планируем получить информацию об:

а) опыте применения технологии адаптации в Ритейл Центре, успешности ее применения;

б) удовлетворенности отношением в коллективе нового работника с опытом работы и без опыта;

в) мнении руководителей структурных подразделений и руководителя по кадрам о проведение адаптации;

г) справляются ли сотрудники, вновь принятые на работу, с новыми требованиями в работе;

д) быстро ли приспособились работники к новым условиям, не возникло ли сложностей у сотрудников в новой организации;

е) легко ли влиться в коллектив вновь принятому сотруднику с опытом работы;

ж) чем отличается приспособление сотрудника с опытом работы от сотрудника без опыта работы;

з) много ли времени необходимо сотруднику для введения в новую должность.

Таким образом, выбранные методы позволят получить нам всю необходимую информацию о проведении технологии адаптации в организации, сколько времени необходимо для вработываемости, ознакомления сотрудника с организацией, коллективом, данные по исследованию пригодятся для установления недостатков и мероприятий для их улучшения.

### **Список литературы:**

1. Коноплева Г.И. Социальная эффективность управления персоналом / Г.И. Коноплева. – М., 2013
2. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: учебник / А.Я. Кибанов. – М., 2005
3. Мелихов Ю.Е. Управление персоналом: Адаптация персонала, типология, программирование и технологии / Ю.Е. Мелихов, П.А. Малугев – М., 2008

4. Марченко О.И. Управление персоналом: учебное пособие / под ред. О.И. Марченко. – М.: ИНФРА-М, 2004
5. Сидор О.А. Вторичная адаптация персонала / Журнал Управление персоналом № 12(243), - 2013

## **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИКИ В ПЕРМСКОМ КРАЕ**

**Новикова Вероника Валерьевна**

*студентка Краевого колледжа предпринимательства  
научный руководитель: Лукашина Елена Вениаминовна  
кандидат экономических наук, преподаватель  
Краевого колледжа предпринимательства*

На сегодняшний день одной из основных задач российской экономики является развитие логистики, уровень которой отстает от большинства развитых стран. Так, например в 2016 году Россия оказалась на 99-м месте из 160 возможных в рейтинге LPI («LogisticsPerformanceIndex»), оценивая эффективность логистики. Казалось бы, все справедливо, потому что огромная страна объективно трудно конкурировать с компактными государствами по ряду позиций. Однако наши ближайшие «конкуренты» по масштабам их присутствия на мировой карте - США и Канада, соответственно занятые 10-й и 14-й строками.

Наша страна имеет свою специфику, которая обусловлена рядом факторов. По мнению экспертов, наиболее важными проблемами в логистической отрасли Российской Федерации являются: законодательство и дальние расстояния [2, с. 223].

Рынок логистических услуг в Перми находится в процессе формирования и мировые тенденции в логистике служат для Пермских предпринимателей отправной точкой для поиска новых технологий, методов и форм обслуживания клиентов в условиях растущей конкуренции.

Ранее планировалось сделать из Перми логистически успешный регион. Еще в 2008 году экс-губернатор Пермского края Олег Чиркунов выдвинул идею создания «Транспортно-логистического кластера Пермского края». Согласно предлагаемому проекту, в разных точках региона появлялись семь складских терминалов, а в Перми предполагалось организовать мультимодальный логи-

стический торговый центр. В результате планируемого на практике, реализовано в десять раз меньше, после этого в Пермском крае не было построено качественных складских помещений.

Пермский край, как известно, имеет свою уникальную специфику из-за множества факторов, особенно в этой области, таких как большая территория, отсутствие необходимой инфраструктуры, климатические условия. Правильное сочетание транспорта с современными складскими сетями будет способствовать снижению логистических издержек в цене товара, росту товарооборота и производительности в промышленности.

Перспективы развития Пермского рынка логистики привлекают внимание федеральных девелоперов и инвесторов. Пермский край может стать центром уральской региональной логистики. Инвестиционную привлекательность региона оценивали такие федеральные компании, как «Авлон» (Равен Раша), «Евразия-Логистик» («GreenGate»). В то же время интерес к развитию внутренних логистических операций проявляют местные компании: «Линия 7», «МАЙ», «ПСК Логистика», PLGroup, ЗАО «Север», «Эр-Сити», они реализовали ряд проектов, а существуют планы по строительству складских комплексов до 2020 года в объемах более 200 тысяч квадратных метров складов классов «А» и «В».

Пермский логистический рынок, по сравнению с центральной Россией и Европой, только начинает формироваться. По оценкам компании «Евразия Логистик», город с населением 1 млн. жителей требуется 100 тысяч квадратных метров складского пространства класса «А» и 540 тысяч квадратных метров складского пространства класса «В».

В Пермском крае на данный момент имеется 3 тысячи квадратных метров складских помещений класса «А» (Складская линия «Линия 7») и 23,6 тысячи квадратных метров класса «В» (ЗАО «Пермрыба» и «ПСК-Логистика»). Однако, сейчас для развития логистики в Пермском крае есть все предпосылки. Прежде всего, это выгодное географическое положение на границе Европы и Азии, на пересечении трансконтинентальных железнодорожных, автомобильных и воздушных линий, есть водный путь в Северную и Южную Европу.

Кроме того, развита транспортная инфраструктура, обеспечивающая транспортировку различных видов транспорта и наличие крупных грузопотоков. Но в Пермском крае есть серьезный конкурент. Екатеринбург является прямым конкурентом, так как он активно привлекает инвесторов в сферу логистики. Свердловской области, которая привлекает операторов логистики, но Пермь предлагает инвесторам такие платформы, на которых развитие логистики будет максимально эффективным.

Основными препятствующими факторами являются состояние и уровень инфраструктуры города и транспортной системы региона. В городе, на его окраинах, инфраструктура достаточно развита, но нет никаких участков земли, подходящих для размещения логистических центров за чертой города, есть места, расположенные удачно с точки зрения требований логистики, но в этом случае это сложно и иногда невозможно изменить статус земель, и нет инфраструктуры.

Что касается транспортной системы, если посмотреть на количество и качество пермских дорожных развязок и крупных автомагистралей, даже глазами автовладельца, есть много вопросов, на которые сегодня нет ответов, особенно когда речь идет об организации движения тяжелых транспортных средств.

На данный момент потенциальными точками создания логистических объектов могут стать: Березники, Чайковский (южное направление, Удмуртия), Пермский район (направление в Екатеринбург), Краснокамск (Москва). Он предполагает кардинальное изменение рынка, а именно вывод или ликвидацию старых складов, расположенных в городских чертах, а также ввод в эксплуатацию новых распределительных центров и логистических комплексов. Однако, реализация проекта может столкнуться с рядом практических осложнений. Необходимо обратить внимание на актуальную проблему доступности земли, Пермского края. На данный момент самым главным вопросом остается выбор для организации склада класса «А». Пермь готова предложить новый объект, но выбор подходящей земли для строительства по-прежнему затруднен. Но в этой сфере деятельности место, пожалуй, играет решающую роль.

Сейчас, ниша качественных складских площадей на пермском рынке свободна. Но в этом направлении уже есть положительные изменения. Сейчас несколько компаний складских комплексов: «Пермрыба» (GIGANT), «ПСК-Логистика», которая сдает в аренду склады площадью около 10 тысяч квадратных метров. Компания «Линия 7» реализовала проект по строительству склада площадью 3 тысячи квадратных метров [3].

Несмотря на положительные тенденции, анализ состояния логистической отрасли в Перми, свидетельствует о значительных проблемах. Это, в частности:

- территория Пермского края, большая, и диапазон поставки дает о себе знать;
- отсутствие инвестиций в логистическую инфраструктуру;
- отсутствие рынка для поставщиков 3PL;
- недостаточный уровень квалификации персонала компании в области логистики и управления цепочками поставок;
- несовершенство законодательной и нормативной базы в области логистики;
- отсутствие надежной и унифицированной статистической отчетности по логистике;
- нерациональное развитие распределительных систем для товаров и услуг (отсутствие продуманной стратегии развития распределительных систем в промышленности и торговле, отсутствие организованных товарных рынков на уровне крупной и средней оптовой торговли);
- слабый уровень развития современных систем электронной связи, электронных сетей, систем связи и телекоммуникаций;
- отсутствие современных транспортных средств, отвечающих международным стандартам практически на всех видах транспорта;
- высокая степень физического и морального износа подвижного состава транспорта;
- низкий уровень развития производственно-технической базы складской экономики;

- отсутствие современного технологического оборудования для переработки продуктов;
- слабый уровень механизации и автоматизации складских операций;
- недостаточное развитие отрасли для производства современной упаковки и упаковки и т.д. [1].

Можно подытожить, что логистика в России и, в частности, в Пермском крае в процессе развития, и оказывает огромное влияние на экономическое развитие как региона, так и России в целом. Кроме того, можно сказать, хотя тенденции этого развития и позитивные, есть конкретные проблемы и задачи, которые находятся на пути развития этого направления. Недооценка роли и значимости транспортной системы и организация логистического процесса неизбежно приводит к медленному развитию страны и Пермского края.

Следует добавить, что нынешняя экономическая ситуация в нашей стране не самая подходящая для рынка логистики. Ослабление рубля, снижение спроса, снижение запасов, привели к росту свободных складов и снижению рентабельности бизнеса 3PL. На этом фоне проявляется интерес к предложениям поставщиков логистических услуг, которые работают на личных складах. В результате, логистическая система России и Пермского края должна развиваться в соответствии с растущими потребностями.

Рассматриваемые объективные предпосылки составляют первоначальную основу для разработки логических концепций в сферах производства и распространения продукции в России и Пермском крае. Необходимо быстро внедрить логистическое мышление в практику руководителей и менеджеров различных уровней, персонала сервисных предприятий, необходима интенсивная подготовка кадров по специальности «Логистика», переподготовка и повышение квалификации в этой области сотрудников среднего и высшего звена.

Разумеется, необходимо развивать и совершенствовать производственную, техническую и технологическую базу логистики в разных секторах экономики, создавать логистические структуры распределения товаров, микро- и макрологистические системы различного уровня.

### Список литературы:

1. Дергалюк О.Н., Кметь Е.Б. // Экономическая наука сегодня: теория и практика: Сборник материалов IV Международной научно-практической конференции. – 2016. – С. 147–150.
2. Курочкин Д.В. Логистика: [транспортная, закупочная, производственная, распределительная, складирования, информационная]: курс лекций / Д.В. Курочкин. – Минск: ФУАинформ, 2012.
3. Лобанов Н. Логистика и мегаполис: проблемы и решения // Молодой учёный». – 2016. – №13.1
4. Росстат [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gks.ru>

## АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В ПРОДУКЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

**Новикова Елена Сергеевна**

*студентка Кизеловского политехнического техникума*

*научный руководитель: Прохорова Валентина Григорьевна*

*преподаватель Кизеловского политехнического техникума*

В новых условиях ведения хозяйственной деятельности развитие общественного питания и решение проблем, мешающих эффективной работе отрасли, занимают большое место в экономике страны и отдельных регионов. Развитие и важность этой сферы подтверждается тем, что она создает основу для удовлетворения жизненно важных потребностей человека. В настоящее время значительно возросла роль нововведений в производстве услуг, в расширении их количества, в усилении требований к их качеству.

Решение этих проблем в отрасли питания требует совершенствования управления, повышение квалификации работников. Поэтому к решению проблем отрасли необходимо подходить профессионально и творчески.

Понятие и развитие предприятий общепита.

За последние годы на рынке наблюдается значительный количественный рост сетевых компаний общественного питания в самостоятельном массовом рыночном сегменте. Самой большой активностью в данном сегменте обладают сетевые концепции, которые и дальше будут укреплять свои позиции.

Сетевая технология организация бизнеса подразумевает множество точек, выступающих под общей торговой маркой, имеющих стандартизированный ассортимент услуг, идентичный дизайн помещений и стандартные процедуры об-

служивания.

Подобная стратегия ведения бизнеса имеет значительные преимущества перед развитием независимых предприятий, что отражается непосредственно на финансовых показателях подобных заведений. Так, средний оборот предприятия, входящего в ту или иную сеть, сопоставимой площади, как правило, выше, чем у несетевой точки. Объединение предприятий общепита в сети и холдинги позволяет также максимально оптимизировать расходы на содержание и продвижение заведений. На сегодняшний день на рынке общественного питания наиболее активно развиваются сетевые концепции. В России действуют сети общественного питания, включая рестораны, кафе, бары, fast-food, кофейни и уличные киоски.

Российский сетевой рынок общественного питания за последний года демонстрирует действительно ошеломляющий темп роста, выражающийся как в количестве новых сетевых заведений, открывшихся в стране, так и в числе новых сетевых игроков, пришедших на отечественный рынок.

Причинами подобного рывка, который продемонстрировал сетевой общепит, стали сразу несколько факторов. К их числу, несомненно, следует отнести, успешное развитие российского рынка франчайзинга, чему способствовали и некоторые изменения, произошедшие в законодательстве, а также интерес малого и среднего бизнеса к развитию уже существующих сетевых концепций. Положительное влияние оказало желание многих сетевых игроков рынка развиваться путем привлечения франчайзи.

На руку российскому рынку стал и грозящий экономике Европы кризис. Впрочем, результат не оставил себя ждать. Российский сетевой рынок общественного питания уже не первый год демонстрирует стремительную динамику развития, существенно опережая несетевой сегмент общепита. Так, за I квартал 2012 года - I квартал 2013 года количество сетевых ресторанов, баров и пабов выросло на 14,8% (по количеству открытых заведений).

На сегодняшний день территориально российский рынок общественного питания развивается неравномерно. Более 29,5% всех сетевых ресторанов, ба-

ров и кафе располагаются на территории Центрального федерального округа, в частности, в Москве.

Структура рынка сетей общественного питания в зависимости от формата заведений, % от общего количества сетевых заведений, расположенных в ЦФО.

Из крупнейших городов России с самыми развитыми местными сетями общепита, - Ростов-на-Дону, примерно семьдесят пять процентов сетевой индустрии по количеству точек приходится на местные сети. Кроме того, Уфа, Челябинск, Самара. В Омске и Екатеринбурге наиболее популярными стали региональные сети, которые были представлены в некоторых ближайших регионах в пределах одного федерального округа, и на их долю приходится более пятидесяти процентов по числу сетевых точек общепита.

В Новосибирске лидируют безоговорочно федеральные сети общественного питания, ведь они расположены больше, чем в нескольких федеральных округах.

Рынок общепита в Пермском крае продолжает падать. По данным Пермьстата, оборот сферы общественного питания в регионе в январе-июле 2016 года составил 13,3 млрд. рублей, что на 15% ниже аналогичного периода в 2015 года (14,4 млрд. рублей).

Таблица 1

**Общественное питание в Пермском крае**

Наименование заведений	Количество, штук	Оборот ОП в январе-июле 2016 г, млн. руб.	Оборот ОП в январе-июле 2016 г. на душу населения, руб.
Бары	188	Оборот общественного питания снизился на 15% против такого же периода прошлого года	
Кафе	572		
Кофейни	89		
Рестораны	106		
Столовые	177		
Точки «togo»	75		
С доставкой на дом	151		
Суши-бары	25		
Рестораны быстрого питания	148		
Ночные клубы	61		
Всего	1592		

Убыточных заведений за первую половину 2016 года насчитывается 26,7%. Но если вспомнить 2015 год, тогда убыточными оказались более 50%

заведений. Эксперты объясняют такое сокращение выходом некоторых владельцев из кризиса. «Некоторые рестораны, признанные убыточными в 2015 году, в 2016 сумели снизить расходы, оптимизировать бизнес и выйти из кризиса», – говорит Юрий Пирожков, директор по развитию сети RestUnion.

Еще одна причина – банкротство убыточных заведений. «На мой взгляд, сокращение числа убыточных ресторанов произошло за счет обанкротившихся, которые просто перестали существовать, – считает Сергей Бровцев, генеральный директор ООО «КастомКэпитал Групп». – Рестораторы еще не до конца приспособились к кризису. Некоторые игроки сократили убыточность до небольшого минуса или пришли к нулю. Тем не менее, те игроки рынка, которые проработали этот год, безусловно оптимизировали свой бизнес, например, снизив затраты по аренде, сократив персонал или уменьшив зарплату».

Несмотря на то, что отрасль переживает не лучшие времена, в Перми открываются новые площадки. Это заведения дешевого сегмента – столовые, кафе, точки «напитки с собой» и едой с доставкой на дом. По данным 2Gis, в Перми с начала года открылись 24 ресторана быстрого питания, 8 точек «напитков с собой» и 7 столовых.

Волнуют жителей Кизеловского угольного бассейна те же проблемы, что и все население Пермского края. Но тут ситуацию осложняет еще и отсутствие рабочих мест, и запущенная социальная ситуация.

Предприятия общественного питания выполняет взаимодополняющие функции: производство готовой продукции, ее реализацию и организацию потребления. Деятельность заведений общепита в процессе выполнения данных функций характеризуется признаками, которые сближают их с предприятиями розничной торговли и пищевой промышленности.

## **ИНВЕСТИЦИОННОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО РОССИИ КАК ФАКТОР ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА**

**Новиченко Наталья Михайловна**

*студентка Оренбургского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

**научный руководитель: Пустотина Наталья Владимировна**

*старший преподаватель Оренбургского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

Рецессия экономики России, связанная с переходом страны к рыночной системе экономических отношений, до сих пор полностью не преодолена. Кроме того, сложившаяся в мире непростая экономическая и политическая ситуация также негативно сказалась на состоянии экономики РФ и уровне жизни россиян. В связи с этим одной из важнейших задач, стоящих сегодня перед государством, является привлечение в экономику инвестиционных ресурсов, обеспечивающих формирование благоприятных условий для интенсификации экономического роста и повышения общего благосостояния населения. Однако, привлечение инвестиций невозможно без объективной оценки конкурентных преимуществ страны и грамотной их презентации инвесторам, вследствие чего характеристика инвестиционного климата государства (и в частности, факторов, его определяющих) представляется основой принятия инвестиционных решений.

Важным рычагом воздействия на инвестиционную и предпринимательскую деятельность, осуществляемую в его границах, является инвестиционная политика, представляющая собой комплекс мероприятий по созданию благоприятных условий для всех субъектов хозяйствования с целью оживления инвестиционной деятельности, подъема экономики, роста эффективности производства и решения социальных проблем.

Объектом воздействия региональной инвестиционной политики выступает инвестиционный климат, по изменению которого можно судить об эффективности проводимых в сфере инвестиций мероприятий.

Под инвестиционным климатом страны понимается совокупность сложившихся на ее территории политических, правовых, социально-культурных и финансово-экономических условий, определяющих качество предприниматель-

ской инфраструктуры, эффективность инвестирования и степень возможных рисков при вложении капитала [6, с. 95].

Соответственно, можно сделать вывод о том, что инвестиционный климат формируется под воздействием множества факторов: политических, экономических, финансовых, социальных, трудовых, инфраструктурных, производственных, инновационных, ресурсно-сырьевых и экологических.

Инвестиционное законодательство, определяющее общие условия осуществления инвестиционной деятельности в стране, является одним из наиболее важных факторов, оказывающих влияние на предпочтения инвесторов. Так, правовые акты могут быть направлены как на стимулирование инвестиционной деятельности путем предоставления различных компенсаций ее субъектам, так и на ограничения инвестиций в отдельные отрасли или на отдельных территориях.

Все правовые акты, регулирующие инвестиционную деятельность в РФ, условно подразделяются на две группы. Первую группу формируют законодательные и подзаконные акты, носящие универсальный характер и устанавливающие основные принципы и общие положения правового регулирования деятельности на территории РФ отечественных и иностранных инвесторов. К данным актам относятся: Гражданский кодекс РФ, Налоговый кодекс РФ, Постановления Правительства РФ, отдельные нормативные акты Центрального Банка РФ и федеральных органов исполнительной власти. Ко второй группе принадлежат предметные законодательные и подзаконные акты, ориентированные на регламентацию правового режима собственно инвестиционной деятельности в России. Прежде всего, это Федеральный закон РФ от 25.02.1999 г. №39-ФЗ (ред. от 26.07.2017) «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» [2]. Данный правовой акт определяет правовые и экономические основы инвестирования, осуществляемого в форме капитальных вложений, а также устанавливает гарантии равной защиты прав, интересов и имущества субъектов инвестиционной деятельности, осуществляемой в форме капитальных вложений, независимо от форм

собственности.

Данный закон направлен на регламентирование прямого инвестирования. Развитие же портфельного инвестирования является целью Федерального закона от 05.03.1999 №46-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О защите прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг», обеспечивающего государственную и общественную защиту прав и законных интересов физических и юридических лиц, объектом инвестирования которых являются эмиссионные ценные бумаги, а также определяющего порядок выплаты компенсаций и предоставления иных форм возмещения ущерба инвесторам-физическим лицам, причиненного противоправными действиями эмитентов и других участников рынка ценных бумаг» [1].

Важную роль в привлечении иностранных инвесторов играет Федеральный закон РФ от 9.07.1999 г. №160-ФЗ (ред. от 18.07.2017) «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации», устанавливающий основные гарантии прав иностранных инвесторов на инвестиции и получаемые от них доходы и прибыль, а также условия предпринимательской деятельности иностранных инвесторов на территории РФ [5]. Закон позволяет привлекать и осуществлять эффективное использование в экономике России иностранных материальных и финансовых ресурсов, передовой техники и технологии и управленческого опыта, а также обеспечивает стабильность условий деятельности иностранных инвесторов и соблюдение соответствия правового режима иностранных инвестиций нормам международного права и международной практике инвестиционного сотрудничества.

Одним из перспективных направлений инвестиционной деятельности на территории РФ является коллективное (совместное) инвестирование, развитие которого обеспечивают Федеральный закон от 29.11.2001 №156-ФЗ (ред. от 01.05.2017) «Об инвестиционных фондах» и Федеральный закон от 28.11.2011 №335-ФЗ (ред. от 21.07.2014) «Об инвестиционном товариществе» [4, 3]. Первый регулирует отношения, связанные с привлечением денежных средств и иного имущества путем размещения акций или заключения договоров довери-

тельного управления в целях их объединения и последующего инвестирования, а также с управлением (доверительным управлением) имуществом инвестиционных фондов, учетом, хранением имущества инвестиционных фондов и контролем за распоряжением указанным имуществом. Второй осуществляет регулирование особенностей договора простого товарищества, заключаемого для осуществления совместной инвестиционной деятельности, включая правовое положение и ответственность участников договора инвестиционного товарищества, порядок установления, изменения или прекращения их прав и обязанностей.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что регулирующая инвестиционную деятельность на территории России обширная законодательная база, охватывающая все стороны процесса инвестирования и постоянно совершенствующаяся, направлена на поддержку как отечественных, так и иностранных инвесторов, что является благоприятной предпосылкой для улучшения инвестиционного климата страны и привлечения достаточного объема инвестиционных ресурсов, выступающих залогом экономического роста.

#### **Список литературы:**

1. О защите прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг. Федеральный закон от 05.03.1999 №46-ФЗ (ред. от 03.07.2016). Принят Государственной Думой 12.02.1999 г. Одобрен Советом Федерации 18.02.1999 г. // Российская газета от 11 марта 1999 г. N 46
2. Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений. Федеральный закон РФ от 25.02.1999 г. №39-ФЗ (ред. от 26.07.2017). Принят Государственной Думой 15.07.1998 г. Одобрен Советом Федерации 17.07. 1998 г. // Российская газета от 4 марта 1999 г. N 41-42
3. Об инвестиционном товариществе. Федеральный закон от 28.11.2011 №335-ФЗ (ред. от 21.07.2014). Принят Государственной Думой 21.11.2011г. Одобрен Советом Федерации 25.11.2011г. // Российская газета от 7 декабря 2011 г. N 275
4. Об инвестиционных фондах. Федеральный закон от 29.11.2001 №156-ФЗ, с изменениями и дополнениями от 29.07.2017 г. Принят Государственной Думой 11.10.2001г. Одобрен Советом Федерации 14.11.2001 г. // Российская газета от 4 декабря 2001 г. N 237-238
5. Об иностранных инвестициях в Российской Федерации. Федеральный закон РФ от 9.07.1999 г. №160-ФЗ, с изменениями и дополнениями от

18.07.2017г. Принят государственной Думой 25.06.1999г. Одобрен Советом Федерации 02.07.1999г.// Российская газета от 14 июля 1999

6. Пишулин О.В. Методы создания привлекательного инвестиционного климата: проблемы теории и практики // Экономика образования. – 2014. – №1. – С.95-100

## **ВЛИЯНИЕ САНКЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ НА АГРАРНЫЙ СЕКТОР РОССИИ**

**Оганова Анжелика Аркадьевна**

*студентка Смоленского филиала РЭУ имени Г. В. Плеханова*

*научный руководитель: Яроцкая Елена Владимировна*

*кандидат экономических наук, доцент*

*Смоленского филиала РЭУ имени Г. В. Плеханова*

Режим санкций странами Запада был введен в 2014 году в отношении ключевых секторов отечественной экономики, в ответ на который Россия установила продовольственное эмбарго. Введение указанных антироссийских санкций связывают с конфликтом, происходящем на востоке Украины, и присоединением Крыма к Российской Федерации.

Подобные санкции можно определить как экономические и политические меры, призванные ограничить деятельность России, ряда отечественных организаций и должностных лиц, виновных, по мнению ряда зарубежных стран, в разрушении территориальной целостности Украины.

Европейский союз был одним из главных торговых партнеров России до установления санкционного режима. Стоит отметить, что товарооборот с Евро-союзом до 2014 г. составлял 432,19 млрд. долл. Однако 6 августа 2014 г. Президентом РФ был подписан указ «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации», согласно которому был запрещен импорт сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия из стран, которые ввели санкции в отношении России (США, страны ЕС, Канада, Австралия, Норвегия). Принятие данного указа привело к тому, что товарооборот со странами, входящими в Европейский союз, упал в 2015 г. на 50,1% до 216,59 млрд. долл.

Введя санкции в отношении экономики России, страны Евросоюза потеряли продовольственный рынок сбыта. Но Россия в сложившихся обстоятель-

ствах сменила торговых партнеров: Европу на Азию и Латинскую Америку.

Введенные санкции в отношении России затронули стратегически важные для развития страны отрасли, в том числе системообразующую сферу экономики – аграрный сектор.

Аграрный сектор представляет собой одну из важнейших частей экономики Российской Федерации, является крупным народнохозяйственным сектором, от развития которого зависит уровень продовольственной безопасности страны, независимость государства и социально-экономическая обстановка в обществе.

Более 12% объема валового общественного продукта и больше 15% национального дохода России производит сельское хозяйство, при этом в нем сосредоточено 15,7% основных производственных фондов. В настоящее время наблюдается процесс постепенного выхода сельского хозяйства из затянувшегося на длительный период финансового кризиса [1, с. 421].

Аграрный сектор экономики страны испытывает острую нужду в материальных ресурсах, один из которых – банковский кредит. Но банки, в свою очередь, опасаются предоставлять сельскому хозяйству кредиты, так как сегодня это означает большой риск из-за закредитованности отрасли, а банкам государство не компенсирует низкую процентную ставку [2, с. 36].

Объем субсидии инвестиционных кредитов из федерального бюджета в 2016 г. составил 55,5 млрд. руб., сельхозпроизводителям в области молочного скотоводства было предоставлено кредитных средств по инвестиционным проектам на общую сумму 29,3 млрд. руб., мясного скотоводства – 37 млрд. руб., в области растениеводства — 59,4 млрд. руб. На животноводство пришлось лишь 2,2 млрд. руб. кредитных средств по инвестиционным проектам [6].

Сложившаяся ситуация в России обуславливает два варианта развития дальнейших событий:

1. Введение санкций вынудит отечественных производителей сельскохозяйственной продукции к расширению производства.
2. Покажет неспособность российских сельхозпроизводителей самостоя-

тельно удовлетворить потребности всего населения страны в продуктах питания.

Одним из наиболее уязвимых во время действия санкций оказалось положение мясного и молочного направления аграрного сектора России. В настоящее время животноводство представляет собой один из приоритетных рынков и обеспечивает продовольственную безопасность страны [3, с. 472]. Указанный рынок является самым крупным и динамично развивающимся сектором отечественного продовольственного рынка, однако объем потребления его продукция значительно превышает объем производства. Из-за дефицита продукции российских производителей животноводческой продукции, страна вынуждена прибегать к ее импорту, снижая уровень конкурентоспособности товаров российских производителей в силу их высокой цены.

На рис. 1 представлена динамика производства и потребления мяса в 2012–2016 гг.

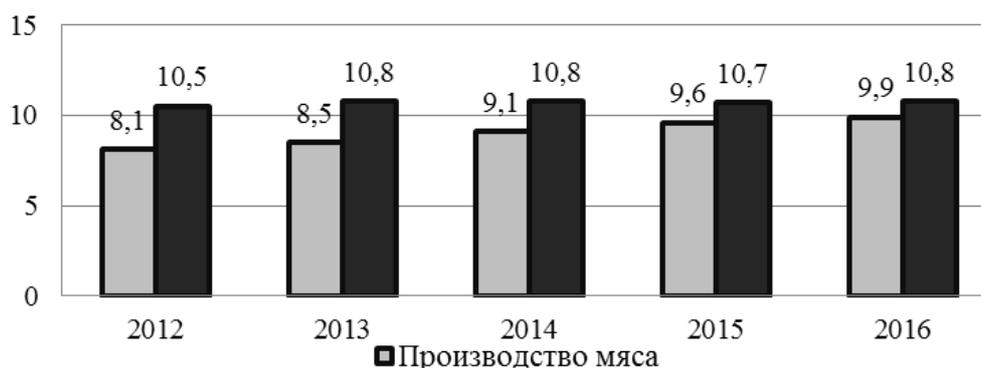


Рис. 1. Динамика производства и потребления мяса в 2012–2016 гг., млн. тонн

Как видно из данных диаграммы, производство мяса с 8,1 млн. тонн в 2012 г. выросло до 9,9 млн. тонн в 2016 г., или на 22%, но, в то же время, потребление мяса также растет с каждым годом: с 10,5 млн. тонн в 2012 г. до 10,8 млн. тонн в 2016 г., или на 2,9%. Однако потребление мяса превышает его производство в среднем на 26,3% [6].

В молочном направлении также имеются достаточно серьезные проблемы, связанные со значительной зависимостью продукции этого сектора от импортных поставок. При этом стоит отметить, что потребление молочной продукции в стране в среднем увеличивается на 9,1% в год, поэтому Россия явля-

ется одной из наиболее перспективных стран в потреблении указанной продукции. В связи с этим возрастает необходимость импортозамещения и увеличение уровня производства в этой отрасли [4, с. 283].

В целом объемы производства молочной продукции в стране носят скачкообразный характер, и значительно ниже уровня потребления, что приводит к негативным последствиям для продовольственной безопасности страны и уровня жизни населения [3, с. 472].

Динамика производства и потребления молока в России в 2012–2016 гг. представлена на рисунке 2.

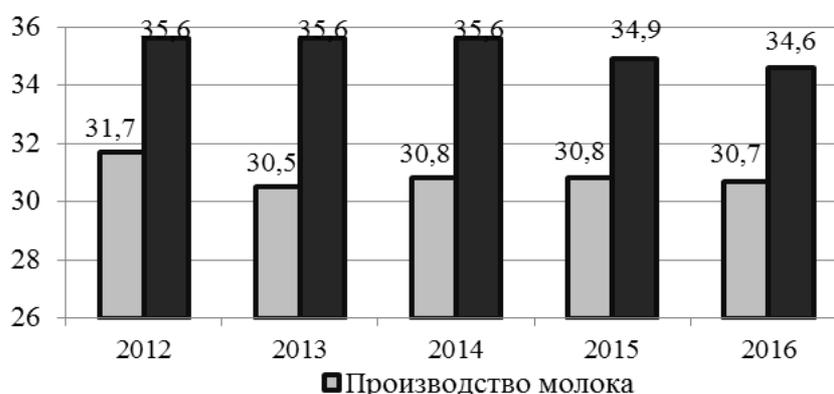


Рис. 2. Динамика производства и потребления молока в 2012–2016 гг., млн. тонн

Исходя из данных диаграммы, производство молока за 5 лет снизилось на 1 млн. тонн, так же как и потребление. В 2014-2015 гг. производство было на уровне 30,8 млн. тонн, однако потребление за указанный период уменьшилось на 0,7 млн. тонн. В среднем на 12,97% потребление молока превышает объемы его производства.

Сложившаяся ситуация не может быть решена без поддержки со стороны государства, эффективное осуществление которой возможно при создании благоприятных условий для увеличения объема инвестиций в аграрный сектор страны, уделяя особое внимание молочному и мясному скотоводству [3, с. 473]. Также государственная поддержка видится в строительстве фермерских рынков для возможности отечественных сельхозпроизводителей реализовывать свою продукцию [5, с. 72].

Таким образом, можно сказать, что санкции положительно сказались на

аграрном секторе России, который в настоящее время демонстрирует хорошие результаты производства и имеет тенденцию к дальнейшему увеличению этих показателей.

#### **Список литературы:**

1. Курбанова О.Э., Одинокова К.А. Проблемы кредитования сельского хозяйства в условиях действия экономических санкций // Молодой ученый. - 2015. - №13. - С. 421-423.
2. Лукашева О., Новикова Н. Состояние материально-технической базы сельскохозяйственных организаций Смоленской области // Международный сельскохозяйственный журнал. 2016. № 4. С. 35-37.
3. Савостьянова Я. В., Селезнева А. А. Обеспечение продовольственной безопасности России в условиях продления санкций // Молодой ученый. - 2016. - №1. - С. 471-474.
4. Савченко Т.К. Развитие аграрного сектора экономики один из факторов продовольственной безопасности региона // Общество и экономическая мысль в XXI в.: пути развития и инновации. Материалы V международной научно-практической конференции. российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Воронежский филиал. 2017. с. 280-285.
5. Огорокова Ю.А. Анализ современного состояния и развития малого предпринимательства в регионах Российской Федерации // Социально-экономическое развитие региона: опыт, проблемы, инновации. Материалы IV международной научно-практической конференции. 2014. с. 70-73.
6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

#### **ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ХЛЕБА ПШЕНИЧНОГО И ХЛЕБА ДАРНИЦКИЙ, РЕАЛИЗУЕМЫХ НА РЫНКЕ Г. ПЕРМИ**

**Ожгибесова Алёна Владимировна**

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

**Фомичева Вероника Андреевна**

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

*научный руководитель: Лядова Инесса Игоревна*

*кандидат фармацевтических наук, доцент*

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

Хлеб является одним из основных продуктов питания человека, который содержит необходимые человеческому организму вещества и представляет собой продукт первой необходимости и постоянного стабильного спроса. Среди них углеводы, белки, витамины, пищевые волокна, минеральные вещества. Среднесуточная норма потребления хлеба для взрослого человека составляет

200-250 г, норма для ребенка 100-150 г.

Проблема качества потребляемого населением хлеба является достаточно актуальной, так как хлебобулочные изделия занимают на рынке продуктов особое положение.

Согласно статистике Пермьстат, производство хлеба и хлебобулочных изделий в Пермском крае занимает третье место, уступая цельномолочной продукции и муке из зерновых и зернобобовых культур. Динамика производства хлеба и хлебобулочных изделий в Пермском крае за последние пять лет представлена в таблице 1.

Таблица 1

**Производство хлеба и хлебобулочных изделий в Пермском крае, тыс. т**

	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Хлеб и хлебобулочные изделия, тыс. т	141,8	147,5	153,5	155,6	152,2

Сокращение потребления многих видов продовольственных продуктов компенсируется в первую очередь за счет увеличения потребления именно хлеба. Таким образом, цель исследования – определение качества хлеба пшеничного высшего сорта и хлеба Дарницкий производителей Пермского края.

Объектом исследования является хлеб из муки пшеничной первого сорта и хлеба Дарницкий. Для проведения исследований были приобретены образцы пшеничного и Дарницкого хлеба различных производителей: ИП Щукин Виктор Павлович «Уральский пекарь» Россия, г. Пермь, ООО «Хлебный дом» Россия, г. Кунгур, ООО «Первый хлеб» Россия, г. Пермь, ОАО «Покровский хлеб» Россия, г. Пермь.

В ходе исследования была проведена сравнительная характеристика упаковки и маркировки образцов хлеба на соответствие критериям ГОСТ 31752-2012 [2], результаты приведены в таблице 2.

Данные табл. по анализу упаковки и маркировки образцов показывают, хлеб пшеничный производства ИП Щукин В.П. не соответствует требованиям ГОСТ, т.к. на маркировке отсутствует обозначение стандарта, в соответствии с которым он был изготовлен. Все остальные исследованные образцы соответствуют требованиям ГОСТ 26987-86 «Хлеб белый из пшеничной муки высшего,

первого и второго сортов. Технические условия» и ГОСТ 26983-2015 «Хлеб Дарницкий. Технические условия». Образцы упакованы надлежащим образом, на маркировке имеется вся необходимая для потребителей информация.

Таблица 2

**Соответствие упаковки и маркировки хлеба из муки пшеничной первого сорта и хлеба Дарницкого требованиям ГОСТ**

Наименование показателя	Хлеб пшеничный		Хлеб Дарницкий	
	ИП Щукин Виктор Павлович	ООО "Хлебный дом"	ОАО "Покровский хлеб"	ООО "Первый хлеб"
1	2	3	4	5
Наименование изделия	Хлеб пшеничный формовой	Хлеб белый из пшеничной хлебопекарной муки первого сорта	Хлеб Дарница подовой	Хлеб Дарницкий подовой
Наименование и местонахождение изготовителя	614014, г. Пермь, ул. Кирпичная, 1	617470, г. Кунгур, Сибирский тр., 1 км	614990, г. Пермь, ул. Маршрутная, 13	614014, г. Пермь, ул. Красная площадь, 1
Товарный знак изготовителя	Имеется	Имеется	Имеется	Имеется
Масса нетто изделия	0,25 кг	0,5 кг	0,34 кг	0,68 кг
Состав хлебобулочного изделия, в том числе, пищевые добавки, пищевые ароматизаторы	Мука пшеничная хлебопекарная 1 с, соль поваренная, дрожжи хлебопекарные прессованные, кисломолочная закваска, вода питьевая	Мука пшеничная хлебопекарная 1 сорт, вода питьевая, дрожжи хлебопекарные прессованные, соль поваренная пищевая	Мука пшеничная хлебопекарная 1 сорта, мука ржаная хлебопекарная обдирная, вода питьевая, соль поваренная пищевая, дрожжи хлебопекарные прессованные, калий йодноватокислый	Хлебопекарная ржаная мука обдирная, пшеничная хлебопекарная мука первого сорта, вода питьевая, соль поваренная пищевая, дрожжи хлебопекарные прессованные
Условия хранения	Хранить при t не ниже 5°C	Хранить при равномерной температуре не ниже +6°C изолированно от источников сильного нагрева или охлаждения	Хранить при равномерной температуре не ниже +6°C изолированно от источников сильного нагрева или охлаждения	Хранить при равномерной температуре не ниже +6°C изолированно от источников сильного нагрева или охлаждения
Наличие ГМО	Без ГМО	Без ГМО	Без ГМО	Без ГМО
Дата изготовления и дата упаковки	23.10.2017	23.10.2017	24.10.2017	23.10.2017

1	2	3	4	5
Пищевая ценность, в том числе содержание витаминов, минералов, пищевых волокон и других компонентов	Белки - 8,2 г, жиры - 1,0 г, углеводы - 51,6 г Энергетическая ценность - 252 ккал	Белки - 8,1 г, жиры - 1,0 г, углеводы - 48,8 г, Энергетическая ценность - 237 ккал	Белки – 7,6 г, жиры – 0,7 г, углеводы – 47,6 г, йод – 0,03-0,05 мг, энергетическая ценность – 196,6 ккал	Белки - 6,8 г, жиры - 1,1 г, углеводы - 43,0 г Энергетическая ценность – 209,0 ккал
Срок годности	72 часа	3 суток	3 суток	3 суток
Обозначение настоящего стандарта, в соответствии с которым изготовлено хлебобулочное изделие упакованное, конкретного наименования	-	ГОСТ 26987-86	ТУ 9110-003-05125640-02	Изготовлено по ГОСТ 26983-2014, Упаковано по ГОСТ 31752-2012
Информация о подтверждении соответствия	Имеется	Имеется	Имеется	Имеется

Анализ органолептических показателей образцов проводился путем оценки внешнего вида, запаха, вкуса, цвета, состояния поверхности, структуры мякиша. Органолептическая оценка качества хлеба определялась по ГОСТ 27842-88 [1], а хлеба Дарницкого по ГОСТ26983-2015 [4]. Результаты оценки органолептических показателей образцов представлены в табл. 3.

Таблица 3

### Органолептическая оценка качества образцов

Показатель	Наименования производителей			
	Хлеб пшеничный		Хлеб Дарницкий	
	ИП Щукин Виктор Павлович	ООО "Хлебный дом"	ОАО «Покровский хлеб»	ООО «Первый хлеб»
1	2	3	4	5
Вкус	Свойственный, выраженный, без постороннего привкуса	Свойственный, выраженный, без постороннего привкуса	Свойственный, выраженный, без постороннего привкуса	Свойственный, выраженный, без постороннего привкуса
Запах	Свойственный, выраженный, без постороннего запаха	Свойственный, выраженный, без постороннего запаха	Свойственный, интенсивно выраженный, без постороннего запаха	Свойственный, выраженный, без постороннего запаха
Форма	С заметной выпуклой верхней коркой	С заметной выпуклой верхней коркой	Округлая, нерасплывчатая, без притисков	Округлая, нерасплывчатая, без притисков
Цвет корки	Золотистая	Темно-золотистая	Светло-коричневый	Темно-коричневый

1	2	3	4	5
Состояние поверхности	Гладкая, без пузырей и трещин	Гладкая, без пузырей и трещин	Шероховатая, без трещин	Шероховатая, без трещин
Структура пористости	Развитая, без пустот и уплотнений			

По результатам оценки органолептических показателей образцов было выявлено полное соответствие образцов требованиям ГОСТ.

После оценки маркировки и органолептических показателей был проведен анализ физико-химических показателей образцов. Из физико-химических показателей качества были определены: масса хлебобулочных изделий по ГОСТ 5667-65 [5], влажность мякиша по ГОСТ 21094-75 [8], кислотность мякиша по ГОСТ 5670-96 [7] и пористость по ГОСТ 5669-96 [6]. Результаты анализа хлеба пшеничного представлены в таблице 4.

Таблица 4

**Физико-химические показатели пшеничного хлеба**

Показатели качества	Требования ГОСТ	Наименование производителей	
		ИП Щукин Виктор Павлович	ООО «Хлебный дом»
Пористость, %	не менее 72	76	80
Влажность, %	не более 44	23	24
Кислотность, °Т	не более 3,0	1,33	2,45

Физико-химические показатели хлеба Дарницкий представлены в табл. 5.

Таблица 5

**Физико-химические показатели Дарницкого хлеба**

Показатели качества	Требования ГОСТ	Наименование производителей	
		ОАО «Покровский хлеб» Хлеб Дарницкий	ООО «Первый хлеб» Хлеб Дарницкий
Пористость, %	не менее 57	66	74
Влажность, %	не более 47	32	33
Кислотность, °Т	не более 8	6,48	5,24

Из данных таблиц можно сделать вывод, что все исследуемые образцы соответствуют требованиям ГОСТ 26987-86 «Хлеб белый из пшеничной муки высшего, первого и второго сортов. Технические условия» и ГОСТ 26983-2015 «Хлеб Дарницкий. Технические условия» по физико-химическим показателям».

Оценка соответствия массы образца заявленному значению, указанному на маркировке, показала что, масса хлеба Дарницкого изготовителя ОАО «По-

кровский хлеб» не соответствует требованию (отклонение - -11,1 г.), масса хлеба Дарницкого изготовителя ООО «Первый хлеб» также не соответствует заявленной массе (отклонение - -3,8 г.). Масса нетто образцов пшеничного хлеба изготовителей ИП Щукин В.П. и ООО «Хлебный дом» соответствует заявленному значению на маркировке.

На основании проведенных исследований можно сделать следующие выводы:

Оценка маркировки образцов показала соответствие требованиям ГОСТ трех образцов из четырех; на маркировке одного из образцов отсутствовала информация о стандарте, в соответствии с которым был произведен продукт.

Органолептическая оценка качества образцов выявила полное соответствие всех образцов требованиям ГОСТ 26987-86 «Хлеб белый из пшеничной муки высшего, первого и второго сортов. Технические условия» и ГОСТ 26983-2015 «Хлеб Дарницкий. Технические условия».

Анализ физико-химических показателей образцов показала, что все образцы хлеба соответствуют требованиям ГОСТ.

Определение номинальной массы образцов показала, что масса хлеба пшеничного производителей ИП Щукин В.П. и ООО «Хлебный дом» соответствует заявленному значению на маркировке, в то время как образцы Дарницкого хлеба производителей ОАО «Покровский хлеб» и ООО «Первый хлеб» имеют отрицательное отклонение по массе.

#### **Список литературы:**

1. ГОСТ 27842-88 «Хлеб из пшеничной муки. Технические условия».
2. ГОСТ 31752-2012 «Изделия хлебобулочные в упаковке. Технические условия».
3. ГОСТ 26987-86 «Хлеб белый из пшеничной муки высшего, первого и второго сортов. Технические условия».
4. ГОСТ 26983-2015 «Хлеб дарницкий. Технические условия».
5. ГОСТ 5667-65 «Хлеб и хлебобулочные изделия. Правила приемки, методы отбора образцов, методы определения органолептических показателей и массы изделий».
6. ГОСТ 5669-96 «Хлебобулочные изделия. Метод определения пористости».

7. ГОСТ 5670-96 «Хлебобулочные изделия. Методы определения кислотности».
8. ГОСТ 21094-75 «Хлеб и хлебобулочные изделия. Метод определения влажности».

## **ТУРИЗМ КАК ФАКТОР РОСТА ЭКОНОМИКИ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ**

**Осташова Влада Александровна**

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

*научный руководитель: Чёрный-Швец Елена Вячеславовна*

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

Международный туризм признан, оказывать положительное влияние на долгосрочный экономический рост через различные каналы. Во-первых, туризм является важным источником валютных поступлений, способствующих капитальных товаров, которые могут быть использованы в процессе производства. В прошлом веке Туризм играет важную роль в экономическом развитии стран, регионов, и укрепления межкультурного диалога между странами и народами. Таким растущим сектором по-прежнему остается ключевым фактором развития экономики во многих странах сегодня [1 с. 20].

Туризм по определению - это слаженная цепочка услуг и процессов, которые предоставляются для посетителей и туристов. В результате развития и популяризации туризма и его исследование должно проводиться на основе двух компонентов: социально-экономическая составляющая имеет непосредственное отношение к национальной практики строительства, которые взяты на вооружение многими правительствами, и историко-культурный акцент. По данным мировых исследований, туризма и экономики туризма должны быть тщательно проанализированы в контексте их соответствующих факторов, последствий и результатов, в том числе функции туризма, а также стратегий маркетинга туризма [2].

В области экономики туризма, управления туристической ресурсов и является большим вкладом в целях дальнейшего укрепления туризма в Азербайджанской Республике и Европе. Выездной туризм бывшего СССР и в странах

СНГ в 2017 году сильно вырос в Азербайджан 139 тыс., на 31% и Армению 65 тыс., на 20% [3].

За последние 5 лет значительно сократился выезд на Мальдивы. Рынок, который занял 4-е место в 2013 году, сократился до 6-го места в конце 2014 года. Хотя доля рынка в течение последних пяти лет снизилась в два раза, в 2015 году на Азербайджанском рынке был зафиксирован сильный спад на 14% по сравнению с состоянием на 2013 год. Что касается абсолютных цифр, то рынок зафиксировал устойчивый рост с 2015 по 2016 год, значительно вырос, в 2016 году зафиксировал самый высокий показатель прибытий 12,1% за последние пять лет. Рассмотрим статистику по внутреннему туризму в Азербайджан табл. 1 [4].

Таблица 1

**Количество иностранных граждан, прибывших в Азербайджан по странам [5]**

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Темп роста 2016 к 2011
Россия	786684	876013	903242	843851	685 555	744 125	-42559
Турция	242606	295549	361413	314476	288 620	313 341	70735
Великобритания	24646	29125	32841	33563	34 892	29 514	4868
Германия	11927	16445	13920	13838	15 210	13 042	1115
США	11443	13687	15612	14543	13 208	12 291	848
Италия	4857	6767	8566	9605	10 379	8 654	3797
Китай	6224	5060	6465	5930	5 094	7 363	1139
Индия	3715	5048	4791	4853	5 584	6 012	2297
Франция	4799	5870	5919	6858	6 637	5 785	986
Япония	2098	2230	2471	2607	3 277	3 383	1285
<b>Всего</b>	<b>1098999</b>	<b>1255794</b>	<b>1355240</b>	<b>120124</b>	<b>1068456</b>	<b>1143510</b>	<b>44511</b>

Как видно из таблицы 1, приоритет въездного туризма в 2016 г. возрос по сравнению с 2011 на 44511 чел. В 2012 и 2013 году показатели въездного туризма были высокими по сравнению с 2014 году, на данные показатели въездного туризма сказался экономический кризис. В 2015 году продолжился спад число иностранных граждан и въездного туризма снизился до минимума 1068456 человек. Данный показатель значительно увеличился в 2016 году 1143510 человек.

Следует отметить, что необходимо найти симбиотическую связь между

наиболее популярных направлений путешествий, туризма и предпринимательства. Это очень важная концепция, по данным отчета всемирной туристской организации (ЮНВТО), так как все посетители не считаются туристами. По данным ЮНВТО и национальной определений, а также их причины для поездки и сроки пребывания разные. В результате, чтобы рассчитывать рядовому путешественнику, который становится туристом, он/она должны быть мотивированы [6].

С другой стороны социально-экономического развития и благоприятной туристической инфраструктуры, наращивание потенциала также является одним из основных компонентов для туристического потока. Важность туристских ресурсов и финансирования, которые нужно внимательно изучить.

После введения нового режима «визы по прибытии», согласно официальным данным, в январе-июне 2016 года в Азербайджан посетило более 30 000 туристов из региона Совета сотрудничества стран Персидского залива (ССЗ). Средние расходы составили 700 долларов США, включая полеты, для недельного отпуска Азербайджан - и Баку, в частности - представляет собой очень реальную ценность для денег, без компромиссов в отношении качества [5].

В качестве чувствительного и уникальное сокровище каждой нации, туристические ресурсы имеют большой потенциал, если они предназначены для туризма и экономическими результатами и управляемыми либо национальными или гуманитарными, а также охватывает все принципы устойчивого развития. В целом туристическая инфраструктура, дороги, гостиницы, общественные работы, общественное питание предприятия все эти формы национального и профессионального компонентов гостеприимства, которые обеспечивают комфортный туризм, цепочку услуг, все больше привлекают туристов в стране. В этом контексте восстановление и реконструкция многих исторических и культурных объектов в Нахчыванской Автономной Республике было включено в этой части Азербайджана, чтобы привлечь большое количество иностранных туристов. Четыре долгих года проект реконструкции крепости Алинджагала, а также амбициозный проект реконструкции Гюлистан гробницы обоих предпри-

ятий были эффективно реализованы под руководством Верховного Председателя Ассамблеи Нахичевани Васиф Талыбов. Эти проекты, крепости Гюлистан замок и гробницы, это – реконструкция – шедевры председатель Васиф Талыбов и жителей края; они оба привлекают тысячи туристов каждый год, и предоставили огромный потенциал роста для туристической отрасли Нахчывана, являющегося неотъемлемой частью Азербайджана. Кроме того, в международном аэропорту Нахчывана, после недавней реконструкции, могут разместиться более 460 пассажиров в час.

Современный туризм является наиболее способным промышленности мира. Богатства потенциала сопоставимо с нефтяной, автомобильной промышленности и электроники и ИТ-технологий. Всемирной туристской отрасли, оказывая услуги более 1 миллиарда туристов каждый год, он генерирует богатство около 1 трлн. долларов. Такие огромные суммы капитала - это неотъемлемая часть национального ВВП многих стран, а также играет важную роль в выделении средств и создании национальных бюджетов. Сегодня в Азербайджане развивается туризм с высокой скоростью, с 4,5% до национального ВВП, а количество туристов, направляющихся в Азербайджан, растет из года в год [5].

Последствия туризма многомерные, они являются: экономические, экологические, создавать рабочие места, и есть прямые гуманитарные последствия для людей; все проекты в сфере туризма должны быть проанализированы в рамках принципов устойчивого туризма.

Однако существуют определенные проблемы, которые препятствуют высокий уровень качества туристических услуг, таких как: сфера услуг, Сезонность, безопасность, протокол, стихийных бедствий и нехватки квалифицированных кадров. С другой стороны, туризм является огромным преимуществом для создания новых рабочих мест, и принести новые уровни развития в каждой стране, которая приняла устойчивый туризм и экотуризм практики.

В заключение следует отметить, что Нахчыванская Автономная Республика является уникальным примером эффективного и устойчивого туризма предпринимательства, где природные и культурные ценности, приветствуем

страстный посетители пользуются экскурсиями, которые могли бы пролить свет на темы, которые столь же разнообразны, как и Нахчывана античного наследия и археологии для наблюдения за птицами в прерии Ордубад, Джульфа, Шарура и в многие другие регионы Азербайджана.

#### **Список литературы:**

1. Долженко Г.П. «О проблемах развития туризма» // Научная статья // Конференция о развитии туризма.
2. Лифиренко А.С., Олифиренко Р.И. «Индустрия туризма как фактор развития национальной экономики: практика в России» // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы V Междунар. науч. конф.
3. Итоги выездного туризма в 2017 году [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://turstat.com/outboundtravelrussia3months2017>
4. Доходы мирового туризма в 2015 году [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/33360/>
5. Количество иностранных граждан, прибывших в Азербайджан по странам [Электронный ресурс] - Режим доступа: [https://en.wikipedia.org/wiki/Tourism\\_in\\_Azerbaijan#cite\\_note-10](https://en.wikipedia.org/wiki/Tourism_in_Azerbaijan#cite_note-10)
6. Поток туристов в Азербайджан в 2015 году [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://ru.echo.az/?p=56869>

#### **ПРОЕКТИРОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА**

**Панькова Екатерина Сергеевна**

*студентка Белорусского торгово-экономического университета  
потребительской кооперации*

*научный руководитель: Каунова Наталья Лаврентьевна  
старший преподаватель*

*Белорусского торгово-экономического университета  
потребительской кооперации*

Принципиальная схема технологического процесса представляет собой взаимосвязанную последовательность крупных блоков операций, которые предусмотрено выполнять на складе в соответствии с требованиями, предъявленными к складу.

Принципиальная схема материальных потоков на складе показывает основные участки, на которых выполняются отдельные операции, а также направления потоков между отдельными участками.

При проектировании складских процессов разрабатываются различные варианты построения транспортно-технологических схем, в том числе и сквоз-

ных. Технико-экономическая оценка различных вариантов транспортно-технологических схем переработки груза на складе осуществляется на основе расчета удельных трудовых, эксплуатационных, капитальных и приведенных затрат по различным вариантам. Выбирается та схема, которая обеспечивает минимум приведенных затрат [1, с. 355].

При заключении договора на создание эскизно-технологического проекта и экономического обоснования эффективности работы склада первым этапом проводимых работ является анализ потоков имеющихся товаров и их планирование на будущее (рис. 1).



Рис. 1. Методология проектирования технологического процесса на складе

Далее необходимо провести анализ товарных групп и собрать данные о товарах. Анализ товарных групп исполнитель и заказчик проводят совместно, а завершается он созданием укрупненного ассортиментного справочника, в котором товарные группы объединяются в «виртуальные» подгруппы по принципу схожести размеров, условий хранения и обработки товаров. Это позволит уточнить характеристики отдельных зон склада.

Для планирования транспортных потоков необходимо иметь данные о видах, количестве и времени появления на складе автомашин (единиц железнодорожного подвижного состава). Учитывая, что обычно такая статистика не ведется, эту работу требуется провести оперативно. В базу данных вводят всю необходимую

информацию о поставщиках и покупателях, данные о геометрических и весовых характеристиках товаров, структуру ассортиментных групп и построчно

все накладные на поступление и отгрузку товаров за анализируемый период. Анализ потоков показывает поведение товарных запасов по каждой из ассортиментных групп и по складу в целом, обеспеченность спроса товарами в днях запаса и т.п. [2, с. 96].

На основании анализа поведения запасов для каждого наименования товаров и прогнозов развития бизнеса на перспективу рассчитывают количество единиц товаров, которое необходимо иметь на складе. Важными характеристиками товаров являются нормативы запасов товаров в днях оборота и гарантия покрытия спроса. Нормативы запасов зависят от сроков доставки товаров и экономически обоснованных размеров партий при заказе и должны задаваться на уровне планирования внешней логистики организации. Гораздо более сложным является расчет необходимого количества товаров для покрытия заданного уровня удовлетворения спроса на них. Чем больше неравномерность спроса на товар, тем больший объем этого товара необходимо держать на складе по мере роста параметра, называемого «гарантия покрытия спроса». Учет только этой характеристики при расчете потребных объемов хранения товаров может привести к росту размерности склада в несколько раз.

Следующим шагом является проектирование мест для хранения и отбора товаров. По результатам анализа геометрических и весовых характеристик товаров по каждой ассортиментной группе подбирают необходимые конструкции мест хранения, отбора и комплектования товаров. Выявляют наиболее статистически вероятные размеры упаковки товаров и задают лимитные параметры паллет при размещении на хранение товаров и при комплектовании заказов. Это позволяет спроектировать конструкцию мест хранения товаров. Надо отметить, что на складе помимо стандартных мест под полные паллеты необходимо иметь достаточно большое число мест меньшего размера. Это связано с тем, что необходимые запасы по значительному количеству товаров требуют для хранения меньшие объемы, чем целое паллето-место. Такое требование легко осуществить за счет использования дополнительных поперечных балок в стандартных стеллажах и так называемых дивайдеров, позволяющих создать мень-

шие отсеки в стеллаже (рис. 2).

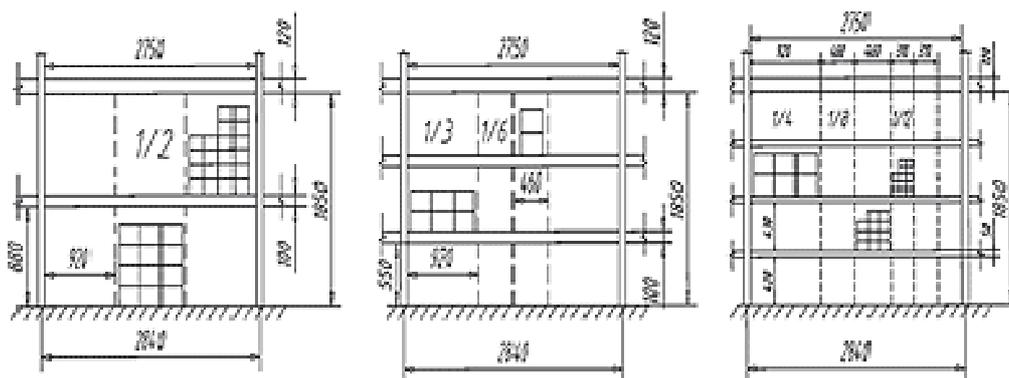


Рис. 2. Размещение оборудования для хранения товаров

Современный уровень развития складской техники и соответствующие ему технологические принципы обработки товаропотоков позволяют создать для одних и тех же характеристик товарного потока несколько различных вариантов склада – так называемых гипотез конструкции склада. Эти гипотезы могут существенно отличаться друг от друга как конкретной конструкцией здания и набором техники, так и размерами капитальных и эксплуатационных затрат.

В процессе проектирования каждой гипотезы необходимо:

- разработать модель движения товаров по складу с разметкой зон и перечнем потоков товаров между зонами
- с учетом определенного нужного числа мест хранения по зонам провести разработку предварительной планировки зон с заданием высотности хранения
- исходя из планировки и принятой гипотезы технологии обработки товаропотоков выбрать типы и модели подъемно-погрузочной и специальной техники, а также типы ворот, уравнивателей и т. п. [3].

После принятия окончательного варианта проекта (гипотезы) проводят уточнение технологических процессов на складе. Выполняют расчеты необходимого количества операторов и нужной техники для обработки заданного товаропотока с применением методов баланса потребных и имеющихся мощностей. В случае желания заказчика получить оптимальное число операторов и единиц техники и, кроме того, проверить устойчивость технологического процесса на складе к сезонным и разовым колебаниям грузопотока, необходимо

выполнить имитационное моделирование процессов. Это достаточно сложная и дорогая работа, но только методы имитационного моделирования дают возможность гарантировать работоспособность технологии склада и выполнение заданных параметров обслуживания товаропотока в принятой конструкции склада и с выбранным числом единиц техники и операторов.

#### **Список литературы:**

1. Гаджинский А.М. Логистика: учеб. для высших учебных заведений. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2003
2. Дыбская В.В. Логистика складирования: учеб. М.: ИНФРА-М, 2014
3. Максимовский А. Эскизно-технологическое проектирование склада // Склад & техника. 2005. № 6. С. 10-12.

### **ПРАКТИКА РАЗРАБОТКИ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ПЛАНОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Парфенова Виктория Олеговна**

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

*научный руководитель: Шушарин Валерий Фёдорович*

*кандидат экономических наук, доцент*

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

После введения санкций со стороны ряда государств экономика Российской Федерации находилась в условиях высокой степени риска и неопределённости. Введение санкций дало толчок для структурной реформы национальной экономики, что в итоге привело к её стабилизации и возникновению предпосылок выхода на траекторию роста. Однако достижение этого было бы невозможно без оперативной мобилизации внутренних резервов, а также чёткой организации и управления всей государственной системой, начиная от предприятия, муниципального образования до страны в целом. Именно поэтому актуальность вопроса формирования целостной системы стратегического планирования так возросла.

В истории России имеется успешный опыт разработки и реализации стратегических планов развития. Так, в 1920 году был разработан первый в мире долгосрочный стратегический план - план ГОЭРЛО. Он включал два основных раздела: сводная программа развития и электрификации народного хозяйства

на 10-15 лет и развитие производительных сил по 8 экономическим регионам. Основные показатели плана были выполнены к 1930-1933 гг. [5].

В связи с переходом к рыночной экономике в России стратегическое планирование получило более широкое распространение. Стратегические планы разрабатываются на государственном уровне, уровне субъектов, муниципальных образований и предприятий. Государство регулирует систему стратегического планирования законом №172-ФЗ "О стратегическом планировании в Российской Федерации" от 28 июня 2014 [1]. Практическая реализация этого закона предполагает критическое использование богатого зарубежного опыта государственной управленческой деятельности, центральным звеном которой стали национальные системы стратегического планирования.

Стратегии социально-экономического развития Российской Федерации разрабатываются каждые 6 лет Министерством экономического развития Российской Федерации. Основой для создания стратегии являются ежегодные послания Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации, указы и распоряжения Президента Российской Федерации и Правительства Российской Федерации.

Разработка стратегических планов развития в Российской Федерации осуществляется в несколько этапов. На первом этапе Министерство экономического развития Российской Федерации разрабатывает проект стратегии. Подготовка проекта стратегии в России должна осуществляться в несколько шагов [1]:

1. оценка текущей социально-экономической ситуации и степени достижения целей социально-экономического развития страны;
2. определение целей социально-экономического развития и целевых показателей на долгосрочный период, а также условий, факторов их достижения и ограничений, рисков при их достижении;
3. определение основных приоритетов и задач социально-экономической политики на долгосрочный период;
4. определение приоритетов и направлений регионального развития;

5. оценка позиций Российской Федерации в мировой экономике и их изменений на долгосрочный период;
6. обоснование основных реформ и программ, необходимых для достижения целей;
7. выявление основных направлений, мероприятий и механизмов реализации стратегии социально-экономического развития.

На втором этапе проект стратегии размещается на официальном сайте Министерства экономического развития с целью проведения общественного обсуждения. Заключительным этапом является согласование проекта со всеми участниками разработки стратегии и его внесение в Правительство Российской Федерации, где, впоследствии, стратегия утверждается.

В настоящее время главным стратегическим документом России является принятая в 2008 г. "Концепция социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года". В ней были намечены ориентиры экономического роста, отрицающие инерционный энергосырьевой сценарий развития. Стратегическими целями были заявлены: достижение Россией статуса ведущей мировой державы XXI века по уровню социально-экономического развития, повышение качества жизни, перевод экономики на инновационные рельсы, формирование эффективных рыночных и государственных институтов [2].

Будущее развитие Российской Федерации будут определять Стратегия-2024 и Стратегия-2035. Стратегия-2024 должна вступить в силу с 1 января 2018 года. В ней поддерживается законодательное повышение минимального размера оплаты труда до прожиточного минимума, приватизация государственных энергетических активов, постепенное повышение пенсионного возраста до 65 лет у мужчин и до 63 лет у женщин, повышение минимального стажа для начисления страховой пенсии до 20 лет. Итогом реализации Стратегии должно стать увеличение таких показателей, как: ВВП на 30%, реальных располагаемых доходов населения на 25%, средней продолжительности жизни до 76 лет [7].

Создание Стратегии-2035 началось в начале 2017 года, завершить её раз-

работку правительство должно до 1 января 2018 года. Отметим, что этот документ должен определить систему долгосрочных приоритетов, целей и задач государственной политики, направленных на повышение эффективности государственного управления, совершенствование общественных институтов и гармоничное развитие личности. Уже с января 2017 года начал работу информационный ресурс для проведения общественных консультаций по "Стратегии-2035" [6].

Помимо национальных проектов элементы планирования сегодня реализуются на региональном уровне. Например, развитие Приволжского федерального округа определяет "Стратегия социально-экономического развития Приволжского федерального округа на период до 2020 года". Стратегической целью развития округа заявлено стабильное улучшение качества жизни населения за счет повышения производительности труда и формирования конкурентоспособной экономики округа на основе сбалансированного взаимовыгодного партнерства гражданского общества, бизнеса и власти. В результате реализации Приволжский федеральный округ должен занять одно из первых мест по величине валового регионального продукта среди федеральных округов страны, а показатели темпов роста доходов населения – достичь лидирующего положения по России в целом [3].

Стратегическое планирование осуществляется и на уровне всех субъектов Российской Федерации. Так, в Пермском крае принята "Стратегия социально-экономического развития Пермского края до 2026 года". В ней выделены шесть функционально-целевых направлений и одно комплексное направление: развитие человеческого потенциала, экономическое развитие, создание комфортной среды проживания, управление ресурсами, развитие территорий, повышение эффективности деятельности государственных краевых и муниципальных учреждений социальной сферы, инновации в культуре и развитие городской среды ("Пермь – культурная столица"). Результатом воплощения стратегии в жизнь должно стать повышение численности постоянного населения Пермского края, рост числа вовлеченных в экономическую деятельность на территории

края, а также увеличение количества людей, временно находящихся на территории края с личными, деловыми и общественными целями, как отражение привлекательности Пермского края для жизни, труда и отдыха людей [4].

Важно отметить, что все рассмотренные стратегические планы подвергаются критике, основанной на вере в то, что некоторые вопросы в них не рассмотрены или проанализированы недостаточно подробно. Вместе с тем только в ходе реализации и корректировки стратегий можно будет ответить на вопрос об их влиянии на развитие экономики страны и её субъектов.

Итак, стратегическое планирование является значимым инструментом развития экономики и её конкурентоспособности как Российской Федерации в целом, так и её субъектов. Однако для успешной реализации стратегических планов требуется высокая управленческая культура и широкое использование стратегического планирования на перспективу. Предполагается, что за счёт качественного регулирования стратегическое планирование способно обеспечить повышение эффективности государственного управления.

#### **Список литературы:**

1. Федеральный закон от 28 июня 2014 г. N 172-ФЗ "О стратегическом планировании в Российской Федерации".
2. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N 1662-р "О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года".
3. Распоряжение Правительства РФ от 7 февраля 2011 г. N 165-р "О Стратегии социально-экономического развития Приволжского федерального округа на период до 2020 г".
4. Постановление Законодательного Собрания Пермского края от 1 декабря 2011 года N 3046 "О стратегии социально-экономического развития Пермского края до 2026 года".
5. Ушакова О.А. Развитие стратегического планирования в мировой и российской практике // Вестник Оренбургского государственного университета. - 2014г. - №6.
6. Рюмин А. История проектов долгосрочных стратегий развития России. Досье Информационное агентство России "ТАСС". 2017. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://tass.ru/info/4294051>
7. Фаляхов Р., Орехин П. Бум и революция Кудрина. Электронная газета // газета.ru. 2017. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [www.gazeta.ru/business/2017/05/31/10701803.shtml#page1](http://www.gazeta.ru/business/2017/05/31/10701803.shtml#page1)

## **ПРИЧИНЫ ВЫХОДА ПРЕДПРИЯТИЙ НА МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК**

**Пефтиц Дмитрий Васильевич**

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

**научный руководитель: Саркисян Лев Григорьевич**

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

Интеграция мировой экономики в единое целое, начавшаяся во второй половине XX века, дала старт для усиленного развития компаний на внешних рынках. Достигая успеха и не останавливаясь в определении все новых и новых регионов сбыта, понятие «компания, имеющий выход на международную арену» приобрело новый смысл и трактовку. Рождение транснациональных компаний и достигаемый ими успех вызвали настоящую революцию и привели к глобализации мировой экономики.

На данный момент тенденция в освоении иностранных рынков сохраняется для компаний, стремящихся занять лидирующие позиции в своей отрасли. Для этого существует целый ряд причин. Прежде всего, это привлечение новых клиентов. Поиск новых рынков сбыта ведет также и к сокращению издержек и повышению конкурентоспособности за счет развития новых способов производства и логистики.

Основой маркетинга является исследование рынка, которое предполагает анализ всех имеющих значение условий для успешной деятельности компании. Программа комплексного исследования зависит от характера деятельности предприятия, особенностей производимого товара или оказываемой услуги, масштабов производства товаров на экспорт и др.

Компания, выходя на зарубежные рынки, должна проработать управление распределением своей продукции. Для этого компании необходимо владеть полной достоверной информацией о работе каналов распределения товаров.

Предприятие так же должно осуществить свой выбор внешних рынков, учитывая их потенциал, возможные риски, прогнозируемый объем продаж и

получаемой прибыли, совокупный объем предполагаемых издержек и т.д. Правильный выбор страны во многом определит эффективность работы компании на внешнем рынке.

Предпоследний шаг создания стратегии – это убеждение, что цели, желаемые к достижению с помощью этой стратегии, согласуются с реальными возможностями предприятия и состоянием внешней среды, а также учитывают желания и ожидания всех заинтересованных лиц.

Ни одна стратегия не может быть составлена без учета возможных рисков. Основными рисками в процессе выхода компании на иностранный рынок можно выделить:

1. Риск потери контроля над инновациями, ноу-хау, авторским правом, что является главным конкурентным преимуществом компании.

2. Риск неравнозначного исполнения оперативной стратегии по сравнению с головной компанией. Данный риск связан с поддержанием стратегии перелива прибыли, полученной в одной стране, на другой рынок с целью для поддержания нужного уровня конкурентоспособности.

3. Риск потери контроля над основными функциями (производство, маркетинг и т.д.).

При выходе на внешний рынок компания имеет на выбор четыре альтернативные стратегии. Для того, чтобы достичь своих целей и приспособиться к действующим на рынке условиям, она может выбрать одну из них или их комбинацию.

К основным стратегиям выхода на внешний рынок относятся: экспорт, франчайзинг, совместная предпринимательская деятельность, прямое инвестирование. Рассмотрим стратегии более подробно.

Стратегию «экспорт» можно рассматривать как экспорт прямой и экспорт косвенный. При прямом экспорте, компания реализовывает свою продукцию импортеру или напрямую покупателям на иностранном рынке. В данном случае компания должна реализовать комплекс маркетинга от проведения маркетинговых исследований и до разработки маркетинговой стратегии выхода на рынок.

При этом реализация продукции итоговым клиентом и послепродажное обслуживание может осуществляться компанией самостоятельно или же с привлечением посторонних иностранных организаций.

Косвенный экспорт представляет собой стратегию, при которой компания осуществляет продажу своей продукции на внешние рынки через независимые организации, которые уже функционируют на рынках этих стран.

Противоположной по организации деятельности является стратегия лицензирования. Данная стратегия применяется при передаче иностранной компанией, выступающей в роли лицензиара, права на владение определенным объектом местной компании-лицензиату. Лицензиат, в свою очередь, обязуется выполнять определенные работы или производить оплату согласно заключенному лицензионному соглашению.

Франчайзинг, как и экспорт – это довольно простой и эффективный способ выхода на внешние рынки. Франчайзинг представляет собой особую форму лицензирования, где франчайзер не только продает нематериальный актив (чаще всего предметом продажи выступает торговая марка), но также обязует франчайзи соблюдать определенные правила по ведению бизнеса. Правило и порядок использования франшизы отражается в договоре.

Совместная предпринимательская деятельность – это общее направление выхода на внешний рынок, заключающееся в соединении усилий с коммерческими предприятиями партнерской страны. Цель данного соединения заключается в создании производственных и маркетинговых мощностей. В отличие от двух предыдущих стратегий решение создать совместное предприятие с иностранной компанией напрямую вовлекает компанию в процесс управления деятельностью на внешнем рынке. При создании совместного предприятия обе компании имеют право управления и контроля.

Существуют различные виды совместных предприятий, успешно функционирующих на рынках. Рассмотрим каждый из них более подробно.

Контрактное производство используется в тех случаях, когда компания заключает договор с другим предприятием по поводу изготовления разных из-

делий и оказания услуг. Предприятие, с которым подписывается контракт, может быть или локальным, или региональной, или иностранным. Контрактное производство используется в тех случаях, если компании занимаются производством отдельных частей продукции, выполнении определенных отдельных этапов технологического процесса, переработкой материалов и сырья, а также монтажом и сборкой готового изделия из деталей и комплектующих, производимых в разных странах.

К совместной деятельности также относится стратегия создания совместного предприятия, что предполагает участие двух и более компаний при создании нового предприятия за счет инвестиций. Данная стратегия успешно применяется на рынке.

Одним из вариантов освоения иностранных рынков также является заключение стратегических альянсов. Данное сотрудничество представляет собой договор между потенциальными или фактическими конкурентами.

Помещение капитала в создание за рубежом собственных предприятий для производства или сборки готовой продукции является наиболее полной формой вовлечения в деятельность на зарубежном рынке. Прямые иностранные инвестиции дают самый высокий уровень контроля при выходе на внешний рынок. Возможны два метода прямых инвестиций.

В первую очередь, это создание дочерней компании – установление нового предприятия на зарубежном рынке. Большим преимуществом данной стратегии является возможность компании создать полностью интегрированную в основную стратегию компании структуру.

Одной из стратегий также является создание дочерней компании путем поглощения. Эта стратегия имеет три основных преимущества. В первую очередь, на реализацию данной стратегии затрачивается относительно небольшое количество времени. Также, многие компании прибегают к этой стратегии для опережения своих конкурентов в условиях быстрых изменений на глобальном рынке. В-третьих, данная стратегия является менее рискованной, чем построение нового предприятия.

Тем самым от выбора стратегии выхода на зарубежные рынки напрямую зависит будущее и стабильность компании.

## **ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ ПРАВСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ СОТРУДНИКОВ УИС КАК ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКТОР ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИИ**

**Пирожкова Екатерина Сергеевна**

*курсант Пермского института*

*Федеральной службы исполнения наказаний России*

*научный руководитель: Гилязетдинов Марат Рамилевич*

*преподаватель Пермского института*

*Федеральной службы исполнения наказаний России*

*«Многие, думая, что они смогут все купить за свои богатства, сами прежде всего, продали себя». (Френсис Бекон)*

Экономика – одна из сфер развития нашего государства. Но экономика, как и другие сферы, имеет в себе ряд некоторых проблем. Можно сказать, что коррупция присутствует практически во всех сферах жизни общества. Поэтому эта экономическая проблема является актуальной для нашей страны уже на протяжении многих лет. Проявление коррупции в России уникально и отличается от её проявления в других странах. Коррупционные проявления причиняют огромный вред экономической сфере деятельности государства и общества. Психология коррупции сегодня становится актуальным направлением научных исследований и представляет большой интерес для всех отраслей, имеющих к ней отношение. Все проявления человеческой сущности отражают уровень сформированности морального сознания. Следовательно, существует тесная связь и зависимость коррупции и нравственных качеств личности.

Рассматривая коррупцию с точки зрения ее отношения к психологии как науке и практике можно говорить о нескольких направлениях. Во-первых, это изучение самой личности коррупционера, его профиля, психологических составляющих его поведения, мотивов деятельности, психофизиологических особенностях. В этом случае можно говорить о существовании генетической предрасположенности к противоправному поведению или системы воспитания и

формирования качеств, способствующих коррупционному поведению [1].

Как отмечают исследователи, психологический профиль коррупционеров близок к профилю бывших сотрудников правоохранительных структур, осужденных за общеуголовные преступления, при этом они, как правило, полагают, что расплата за их коррупционную деятельность не наступит никогда (Д.В. Сачивко, Е.Е. Гаврина).

Такие личности руководствуются лозунгами «Не я первый, не я последний!», «Так поступают многие» и т.д. [2].

В обществе коррупция воспринимается уже как вполне закономерное явление, что вызывает некоторое равнодушие и даже терпение. Единственное, что может возмутить сегодняшнего обывателя это размер взятки и их количество. Причем, известны факты, когда человек негативно оценивает коррупционные проявления других, но когда есть возможность воспользоваться самому и возникает в этом острая необходимость, принимает это как должное. Так, в социологическом исследовании, проведенном в рамках теневой экономики 86% населения считают коррупцию одной из самых важных проблем современной России, но при этом 40% выражают положительное или безразличное отношение к ней.



Рис. 1. Структурно-функциональная модель формирования антикоррупционного самосознания личности

Изучению психологических механизмов коррупции посвящено незначительно количество публикаций. Для учета влияния психологического фактора на выработку системы мер по противодействию коррупции в УИС, в рамках нашей научной работы, будет интересным и приемлемым структурно-функциональная модель формирования антикоррупционного самосознания личности [1].

Данная модель может лечь в основу построения системы мер по противодействию коррупции в УИС (по В.П. Вишневской).

При построении программы по формированию антикоррупционного сознания сотрудников УИС целесообразно:

1) в процессе отбора и подготовки перспективного кадрового резерва учитывать: специфические особенности социализации и профессионализации личности; динамику уровня профессионализма, способности восприятия и использования инновационных технологий, творческого потенциала личности; уровень развития антикоррупционного самосознания личности (степень сформированности нравственного, национального, правового, профессионального, государственного, политического самосознания личности). Поскольку профессиональное самосознание личности формируется на основе рефлексивных процессов самопознания, самооценки, саморегулирования, следует обратить внимание на динамику мотивации профессиональной, в том числе и в управленческой деятельности кандидата на выдвижение. При необходимости разрабатывать индивидуально-психологические программы коррекции личностного или профессионального роста;

2) использовать СМИ в мероприятиях, посвященных феномену «коррупция» (на уровне личности, общества, государства), определить сущность, дать оценку названному феномену и показать отношение к нему, а также к лицам, совершившим преступление. Исключить неоднозначность оценки коррупционных проявлений. На позитивных примерах раскрывать нравственный потенциал личности.

В соответствии с рассмотренной структурно- функциональной моделью

формирования антикоррупционного самосознания в учреждениях уголовно-исполнительной системы в рамках психолого-педагогического направления по работе с личным составом должны быть продумана система мероприятий, направленных на развитие каждого компонента.

Коррупция как социально-психологический феномен проникла во все профессиональные сферы, во все структуры государственной власти. Не исключением, к сожалению, являются и правоохранительные органы, которые выступают в качестве гаранта справедливости и закона со стороны государства. Поэтому коррупционные проявления в уголовно-исполнительной системе будут восприниматься на много острее, несмотря на то, что человеческая терпимость к этому явлению уже вполне допустимый факт.

Коррупции мешает проведению государственной политики в уголовно-исполнительной сфере. Препятствует реализации, проводимой государством уголовно-исполнительной политики, поскольку коррумпированные сотрудники искажают передаваемую информацию и подчиняют реализацию намеченных целей собственным интересам. Скрывает объективные направления совершенствования уголовно-исполнительного законодательства при наличии возможности решения служебных вопросов коррумпированными способами, а не на основе закона.

В этой связи считаем необходимым обобщить ряд направлений предупреждения коррупции в системе ФСИН, а тем самым воздействовать на нравственное воспитание сотрудников УИС:

1. Установить более действенные механизмы контроля за деятельностью должностных лиц, отвечающих за реализацию соответствующих антикоррупционных плановых мер.

2. Сформулировать новые, отвечающие современным требованиям нормативно-правовые акты, содержащие действенные механизмы противодействию коррупции в системе ФСИН.

3. Совершенствовать кадрово-воспитательную работу в правоохранительных органах. В частности, повысить требования к профессиональным, пси-

хологическим и морально-нравственным качествам претендентов на службу в исправительных учреждениях, т.к. распространению коррупции зачастую способствуют низкий профессионализм и некомпетентность сотрудников [3].

Коррупция это явление неискоренимое в нашем обществе, «абсолютная победа над таким злом, как коррупция, невозможна. Но мы в состоянии ограничить ее масштабы до такой степени, чтобы она не подрывала сами основы существования страны и сложившегося правопорядка», необходимо изучать, анализировать, устанавливать закономерности коррупционного поведения, причины, факторы, условия возникновения коррупции как социального явления. И особый акцент в профилактике этого явления должен быть сделан на личность. Воздействие на внутренний мир человека, его установки, взгляды, мировоззрение, ценностную сферу позволят сформировать в нем четкую позицию в отрицании коррупционного поведения. Наличие нравственных установок, высоко моральных чувств, которые уже будут действовать на уровне интуиции и позволят сделать правильный выбор.

#### **Список литературы:**

1. Вишневская В.П. Развитие самосознания личности - один из доминирующих психологических фактов в противодействия коррупции. // Проблемы управления, №1, 2001
2. Клямкин И., Тимофеев Л. Теневая Россия. Экономико-социологическое исследование. М.: РГГУ, 2000
3. Индекс восприятия коррупции 2000 // Организованная преступность и коррупция. Изд-во: Санкт-Петербургский центр по изучению организованной преступности и коррупции. 2000. № 4. С.80-81.

#### **E-TECHNOLOGIES IN THE BANKING SERVICES MARKET**

**Плахотин Александр Сергеевич**

*студент Сибирского государственного университета путей сообщения*

*научный руководитель: Беседина Евгения Анатольевна*

*старший преподаватель*

*Сибирского государственного университета путей сообщения*

Managerial and financial innovations today are one of the main conditions for ensuring the necessary level of competitiveness of banks on the market of actively developing and improving types of banking services. The subject of this research is to

consider the features of e-technologies in the banking sphere and highlight the future possible outcome of their implementation [1, 2].

Carrying out banking operations with a broad client base is an important feature of modern banking activity in all countries of the world having a developed banking system. The goal is to create a flexible banking service capable of responding to the evolving needs of changing economy, bypassing competition in the banking services market, which affects the quantitative and qualitative characteristics of banking services. The tasks of the banks serving the population are to promote the maximum effect, to the fullest satisfaction of the clients' needs in banking services, to improve the quality of private banking services, to expand the range of banking services, and to reduce their prime cost at the minimum. The resources of banks are modern technologies and unique products [5]. The banking segment outlined trends towards universalism in its field. To increase profits, banks do not fully use digital channels so far.

Meanwhile, consumers are showing great interest in the digital capabilities of banks and are ready to pay for them. Therefore, the bankers, aimed to reduce the cost of digital banking services provided to the client, simultaneously increase the growth of their incomes and profits from the provision of these services, the introduction of the latest advanced technologies of higher quality, allowing even more rapid provision of banking services to the client on request.

The qualities of RBS (remote banking services) include the following benefits:

- the ability to access your account and conduct transactions anywhere
- 24-hour application access
- operational execution and confirmation of transactions
- the widest range of services

Trends in the development of banking products are:

- consumer demand
- competition
- scientific and technological progress
- marketing

- degree of development of the foreign banking market
- goals and strategies set by the country's legislation

Most of all, Internet banking services are used by citizens aged 16-34, while 70,5% do not use the Internet at all to pay for services. The number of people who do not use these services has significantly decreased since 2012. Appropriate services and products are increasingly used by vulnerable social groups: low-income citizens, the elderly, young people, etc.

Expenses of the Russians on online purchases increased by 25% in 2016, in comparison with 2015, and the number of payments went up by 10% respectively [4].

Using of the card system in international payment turnover gives their users:

- convenience of using international payments
- reduction of the risk of losing money in comparison with cash
- possibility of obtaining privileges when purchasing goods, booking hotel rooms and buying air tickets

Development of digital products should be directed to:

- maximizing the use of multi-level customer service
- increasing the list of services offered by banks, emphasizing the creation of such digital services, which have no analogues among competitors
- improving the quality of banking products and services

Clients actively use the list of services provided by remote banking services. Improvement of full-fledged digital services, will allow customers to receive the necessary complex of retail banking services without the need to come to the bank. Banks continuously conduct the process of creating new and demanded services, which will allow users to feel reliability, confidence, comfort and security, introducing the latest products to card users. It's impossible to stop on the achieved results in the modern world with the constantly growing competition for clients. One of the examples of customer service by banks can be the experience of Tatrabanka (Slovakia), a member of the Austrian Raiffeisen banking group, which uses voice biometrics to authenticate users' access to contact the center services. Biometric protection of financial data is used in the Russian Federation ("Leto Bank") [3]. Also, some banks

provide their customers with a solution whereby owners of some brands of mobile devices are able to login the mobile banking application using a fingerprint reader built into the device.

According to forecasts, the world market of biometric systems will reach 23.5 billion by the end of 2020. The world's contactless payments turnover, according to MarketsandMarkets research company, will approach 10 billion in 2018 [4]. This will expand the interaction of banks and customers, the state and commercial organizations through electronic communication channels, make it transparent and safe for all participants, and, ultimately, will promote digital transformation increase its competitiveness.

Summarizing the above, we can say that the development of non-cash settlements requires a qualitative transformation of the domestic emission market, which implies an increase in the number of payment cards. Banks continuously work to provide new services in demand that allow customers to feel comfortable, safe and secure using new services. Much emphasis is placed on the study of service in digital channels, the work of infokiosks and ATMs and new products on the market.

#### **References:**

1. Беседина Е.А. К вопросу о роли студента в смешанном обучении (Blended learning). Сборник: Проблемы антикризисного управления и экономического развития (ПАУЭР-2016). Материалы III Международной НПК. 2017. С. 10-14
2. Беседина Е.А. К вопросу о смешанном обучении и роли преподавателя при изучении иностранного языка в вузе. Теория и практика современной науки. 2016. № 7 (13). С. 398-401
3. Безналичные платежи: Ставка на внедрение новых видов продуктов и услуг // Журнал. № 2/64, 2013, с. 11
4. Жуковская Е. Цифровой банкинг: от фантастики до реальности один шаг // Газета. Наш банк. 25.03.2016, № 13 (609). С. 5
5. International Business Issues. Reading Practice. Вопросы международного бизнеса. Практика чтения: Учеб. пособие / Е.Н. Матвиенко, Е.П. Кобелева, Н.Е. Барабанова, Е.А. Беседина, Г.С. Михайлова, Е.А. Сергиевская. - Новосибирск: Изд-во СГУПС, 2013

## ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ ИНКОТЕРМС

**Поварова Дарья Евгеньевна**

*студентка Сибирского государственного университета путей сообщения*

*научный руководитель: **Пятаев Максим Викторович***

*доцент Сибирского государственного университета путей сообщения*

Инкотермс 2010 (Incoterms 2010) – это международный свод правил по трактованию широко используемых терминов в области внешней торговли. Список этих терминов был утвержден Международной торговой палатой в 1936 году.

Термины Инкотермс являются важным инструментом торговли. Их включают в договоры купли-продажи по всему миру, чтобы определить риски, стоимость и обязанности по доставке какого-либо товара от продавца к покупателю. Поэтому очень важно грамотно использовать Инкотермс, чтобы неправильно примененный термин не испортил цепочку поставки.

В Инкотермс 2010 насчитывается 11 терминов, которые делятся на 2 группы в зависимости от вида транспорта:

1. Правила для любого вида (видов) транспорта;
2. Правила для морского и внутреннего водного транспорта.

Первая группа включает в себя термины, которые могут быть использованы независимо от способа перевозки и количества видов транспорта. Во 2 группе находятся термины, где пункт отправки и место доставки является порт.

Термин Инкотермс представляет собой аббревиатуру из 3 букв, первая буква указывает на точку перехода обязательств от продавца к покупателю.

Инкотермс предоставит информацию о расходах и рисках, но он не содержит информации о правах собственности, последствиях невыполнения сторонами обязательств по договору купли-продажи и основаниях освобождения сторон от ответственности. Такие моменты необходимо обговаривать в контракте отдельно [3, с. 295].

Международная торговля происходит во всем мире и подразумевает торговлю всем видами ресурсов в различных странах, на разных языках и между разными людьми. Поэтому необходим способ объединения всех этих людей,

нужно чтобы они все могли говорить о том, как они будут продавать и покупать товары, и при этом понимать друг друга. Именно для выполнения этой функции и используется Инкотермс [1, с. 501].

Так, например, покупатель может приобрести товар, а продавец может доставить его на склад покупателя или в порт, он так же может погрузить товар на корабль самостоятельно, а также организовать этапы погрузки и разгрузки товара и сопутствующие перевозки до порта разгрузки. Именно это обязанности продавца и покупателя регламентирует Инкотермс. Что это значит? А то, что два человека, которые ранее не говорили друг с другом, которые даже не говорят на одном языке, могут сойтись, например, на термине FOB (франко борт). И это означает, что продавец оплачивает загрузку товара в грузовики, доставку до порта, разгрузку товаров в порту и погрузку на сам корабль. А все остальное оплачивает покупатель [2, с. 192].

Чтобы понять, как это работает в реальных условиях, был исследован договор о купле-продаже медных шин и условия их транспортировки (табл. 1).

Таблица 1

### Договор купли-продажи

1. ПРЕДМЕТ КОНТРАКТА	1. SUBJECT MATTER OF THE CONTRACT
<p>Продавец продает, а Покупатель покупает на условиях франко-склад Продавца, г. Новосибирск, Россия (Инкотермс 2010), изделия из меди – шина медная производство Финляндия, в дальнейшем именуемый «Товар».</p> <p><b>2. Цена Товара и полная стоимость контракта.</b></p> <p>2.1. Цена одного килограмма Товара, включающего стоимость расфасовки, упаковки, маркировки, на нижеуказанном базисном условии поставки составляет 260 долларов США.</p> <p>2.2. Уплату соответствующих экспортных сборов в России и импортных пошлин производит Покупатель.</p> <p>2.3. Транспортные расходы в адрес Покупателя оплачивает Покупатель.</p> <p>2.4. Общая стоимость настоящего Контракта составляет <b>9880000(девять миллионов восемьсот восемьдесят тысяч)</b> долларов США</p> <p>2.5. Поставка Товара осуществляется авиационным транспортом по реквизитам, и адресам которые представляются Покупателем</p>	<p>The Seller sells and the buyer buys on conditions</p> <p>Free of charge warehouse of the Seller city of Novosibirsk, Russia, (Incoterms 2010) the item made of copper, Finnish origin hereinafter referred to as «Goods».</p> <p><b>2. Price of the Goods and total amount of the Contract.</b></p> <p>2.1. The price for one kilogram of the Goods including the cost, of packaging, marking, packing, on basis <i>Terms of delivery</i> specified below, is 260 USD.</p> <p>2.2. The corresponding export duties in Russia and import duties are on the Buyer's.</p> <p>2.3. Transport expenses are paid by the Buyer.</p> <p>2.4. The total amount of the present Contract makes <b>9880000(nine million eight hundred and eighty thousand ) USD</b></p> <p>2.5. Delivery of Goods shall be by air on information and addresses submitted by the Buyer</p>

2.6. Каждая из сторон самостоятельно оформляет все разрешительные документы, которые могут потребоваться для надлежащего исполнения поставки Товара, Продавец – для осуществления экспорта, Покупатель – для осуществления импорта.	2.6. Each of the parties themselves prepares all approvals that may be required for the proper performance of delivery, Seller - for export, the buyer - for imports.
<p><b>6. РИСКИ И ПРАВО СОБСТВЕННОСТИ</b></p> <p>6.1. Право собственности на Товар, все риски, включая кражу, порчу, конфискацию или случайную утрату Товара, переходят от Продавца к Покупателю с даты поставки Товара в соответствии с условиями ИНКОТЕРМС-2010.</p>	<p><b>6. RISKS AND TITLE</b></p> <p>6.1. The property right for the Goods, all risks, including theft, defacement, confiscation or casual loss, pass from the Seller to the Buyer at the date of delivery of the Goods according to the latest edition of the Inco terms 2010.</p>

Можно сделать вывод, что в данном договоре на термины Инкотермс лишь ссылаются, а обязанности продавца и покупателя все же расписываются по пунктам, уточняя каждый из них.

Таким образом, подводя итоги всему вышесказанному, следует отметить, что главная задача Инкотермс – определить, кто берет на себя расходы и риски. Так же нужно помнить, что Инкотермс не содержит информацию о праве собственности, это необходимо отмечать в договоре отдельным пунктом. Инкотермс не является нормативным документом, это договор купли-продажи, использование которого не является обязательным.

#### **Список литературы:**

1. Внешнеэкономическая деятельность предприятий. Учебное пособие / Под ред. А.Г. Ищенко. - Новосибирск: Сибирь, 2011.
2. Волк И.И. Основные формы внешнеэкономической деятельности предприятий и организаций. - СПб.: НИКОС, 2008.
3. Гетьман – Павлова И. В. Международное частное право: учебник. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: Эксмо, 2008.

### **ДЕТЕРМИНАНТЫ КУРСА КРИПТОВАЛЮТ**

**Поздеев Даниил Иванович**

*студент Санкт-Петербургского кампуса*

*Национального исследовательского университета «ВШЭ»*

*научный руководитель: Смирнова Надежда Владимировна*

*старший преподаватель Санкт-Петербургского кампуса*

*Национального исследовательского университета «ВШЭ»*

Исследование посвящено изучению анализу ценообразования криптовалюты, детерминантов курса фиатных и цифровых денег. С создания первой

криптовалюта Bitcoin Сатоши Накамото в 2009 г. прошло не так много времени, а рынок стал насыщаться всё новыми цифровыми деньгами с децентрализованной системой P2P. Более широкое использование криптовалют качественно может повлиять на различные аспекты финансовых рынков и экономики в целом. Несмотря на то, что эти последствия могут включать в себя потенциальные нарушения в устоявшихся экономических связях, криптовалюты могут способствовать росту уже существующих бизнес-взаимодействий и появлению новых моделей.

Несмотря на то, что капитализация биткоина уже превысила 100 миллиардов долларов, до сих пор остаются неясными детерминанты курса криптовалюты, валютности и степень их влияния на них. В библиографии, посвященной ценообразованию биткоина, зарубежные авторы [1, 2, 4] к наиболее существенным драйверам роста цен определили рыночные силы спроса и предложения и инвестиционную привлекательность криптовалюты. В данной статье рассматривается как традиционное изменение цены рыночными силами спроса и предложения на рынке, так и факторы, присущие лишь цифровым деньгам, криптовалютам, таким как сложность майнинга. В целом, большинством авторов [3, 4, 5] принято считать, что ценообразование биткоинов отделено от макроэкономических основ, так как эмиссия и регуляция биткоинов распределена между миллионами майнерами в мире. Согласно большинству оценок ученых [2, 3, 4], высокая валютность цен присущая биткоину имеет спекулятивный характер. Поэтому существует множество негативных оценок касательно биткоина как объекта долгосрочного инвестирования. Именно игроки, держатели цифровых валют создают дефицит на рынке в целях использования как платежное средство в обмен на товары и услуги или как объект инвестиций.

В данном исследовании рассматриваются валютность биткоина и влияние факторов на его ценообразование.

Для определения детерминантов курса криптовалют мы собрали исторические наблюдения значений сложности майнинга, объём сделок, количество транзакций биткоина, количество биткоинов в обращении с 2010 по 2017 г.. С

целью определения влияния общественного признания были собраны данные поисковых запросов слова “bitcoin” и содержание этих слов в мировых новостных лентах в сервисах Google Trends. Данные социальной привлекательности были исследованы на информации о количестве «твитов» по ключевому слову “bitcoin”.

Анализ влияния макроэкономических показателей проводился на основе данных инфляции долларов США, индекс S&P 500, базовой ставки ФРС США, цен на золото.

В качестве рассматриваемого были использованы два временных интервала: с 2010 по 2013 год и с 2014 по 2017 год. Выбор данных временных промежутков обоснован рядом факторов. К числу них следует отнести ликвидации основной биржи криптовалют Mt.Gox, относительно небольшую капитализацию, отсутствие государственного регулирования, относительно меньшее количество блокчейн-проектов.

Для определения влияния факторов, влияющих на цену биткоина, были выделены следующие переменные:

Таблица 1

**Список исследуемых переменных**

	<b>Описание переменной</b>	<b>Обозначение</b>
Технологические	Сложность майнинга биткоина	DIF
	Google Trends: запросы в поисковиках с ключевым словом «bitcoin», упоминаний	G_T
	Упоминание слова “bitcoin” в твитах, раз	Tw
Экономические	Ставка ФРС США, %	Rt
	Инфляция в США, %	INF
	Индекс S&P 500, доллар	S&P
	Эмиссия биткоина: количество биткоинов в обращении, монеты	S
	Цена золота, унция/доллар	Gd
	Объём сделок, транзакция/доллар	VOT
	Количество транзакций, штук	Tr

С целью определения взаимосвязи, между переменными, представленными в табл. 1, была использована модель линейной регрессии:

$$P_t = \beta_0 + \beta_1 DIF_t + \beta_2 G_{T_t} + \beta_3 Tw_t + \beta_4 Rt_t + \beta_5 INF_t + \beta_6 S\&P_t + \beta_7 S_t + \beta_8 Gd_t + \beta_9 VOT_t + \beta_{10} Tr_t + \varepsilon_t$$

где  $P_t$  – обменный курс биткоина,  $\beta_{1-10}$  – коэффициенты при переменных

(детерминантов курса биткоина),  $\varepsilon$  - случайная ошибка модели

Результаты показывают, что доходность и цена биткоина в большей степени зависит от спроса как платежное средство, объект инвестиции. Спекуляция является одним из значительных факторов ценообразования биткоина. При незначительном росте курса игроки начинают скупать больше валюты, увеличивая спрос и тем самым цену биткоина. В то время как, при слабом откате вниз спекулянтов одолевают панические атаки и они подогревают падение курса криптовалюты продажей активов.

Таблица 2

### Результаты регрессионного анализа

Фактор	Ранний рынок 2010-2013		Фактор	Поздний рынок 2014-2017	
	Коэффициент	Р-значение		Коэффициент	Р-значение
DIF	0,007563	0,0000	DIF	1,0714	0,0000
G_T	9,273E-07	0,0001	G_T	9,273E-06	0,0000
Tw	0,000049	0,0023	Tw	0,000357	0,0017
Rt	-0,015734	0,08647	Rt	1,4728	0,0915
S&P	7,6489E-05	0,17362	S&P	8,6719E-04	0,19362
Gd	0,0056	0,167936	Gd	0,00832	0,15423
VOT	0,054283	0,0000	VOT	0,040732	0,0000
TR	0,09412	0,0000	TR	-0,28625	0,0000
S	0,73015	0,0000	S	2,73015	0,0000
INF	0,04723	0,0045	INF	0,079251	0,0000

Значения нормированного R-квадрата позволяют сделать вывод о достоверности результатов регрессионной модели.

По результатам табл. 2 ясно отслеживается доминирующее влияние факторов активности на рынке на обменный курс биткоина: объем транзакций, волатильности рынка. Из этого можно сделать вывод о преобладающем значении спекулятивной составляющей в ценообразовании криптовалюты.

В соответствии с ранними исследованиями находим подтверждение тому, что спекуляция на рынке криптовалют является основным драйвером роста цен на бирже криптовалют на ранних этапах развития биткоина [4].

Что касается технологических факторов, биткоин на всём рассматриваемом временном промежутке быстро реагирует на изменение сложности майнинга. Это можно объяснить тем, что производственные возможности децентрализованной системы не увеличиваются столь же быстро, что делает биткоин

все более ограниченным ресурсом. Более того, создателем биткоина предусматривается лимитированная эмиссия биткоина, крайнее значение которой равно 21 миллиона монет.

Факторы общественного признания, такие как активность в социальных сетях, запросы в поисковиках и СМИ так же демонстрируют тесную связь с ценой на криптовалюту. Однако, можем заметить, что влияние социальной активности является в большей степени значительной в позднем периоде.

Ведущим драйвером роста остается эмиссия биткоина, которая демонстрирует повышение коэффициента регрессии в более чем 100 раз. Данная активность обусловлена резким увеличением количества майнеров на фоне мировой популяризации, а соответственно и мощностей добычи.

Макроэкономические драйверы курса биткоина приобретают все большее вес в детерминации цены на поздних рынках. Как можно заметить коэффициент регрессии базовой учетной ставки значительно возрос в позднем периоде, что говорит о существенном сдвиге курса при повышении базовой учетной ставки ФРС США. Помимо того, всё больше на цену биткоина начинает влиять инфляция в США, коэффициент регрессии увеличился по сравнению с начальным периодом более в чем 1,6 раз.

Стоит отметить, что в позднем временном интервале ослабевает влияние таких детерминантов, как объем и количество транзакций. Данное явление можно объяснить как снижение спекулятивной составляющей в ценообразовании валюты. В позднем рассматриваемом периоде биткоин становится более схожим с фиатными деньгами, начинает отвечать макроэкономическим основам рынка.

В данной статье освящается проблема формирования цен на криптовалюту биткоин, влияние макроэкономических, технических факторов на ценообразование биткоина.

Подводя итоги исследования можно сделать вывод об актуальности технологических и экономических детерминантов цены. Стоит отметить, что результаты регрессионного анализа подтверждают увеличение влияния макро-

экономических показателей в позднем периоде, таких как базовая ставка ФРС США, инфляция долларов США, что делает его более схожим с фиатной валютой. Несмотря на это, биткоин остается децентрализованной, в значительной степени нерегулируемой р2р-системой. Вместе с ростом всеобщего признания как платежный инструмент, объект инвестирования, капитализации роль спекулятивных факторов становится все больше незначительной. А главными детерминантами курса криптовалют остаются эмиссия, добыча биткоинов и сложность майнинга.

Выявленные детерминанты курса биткоина объясняют его высокую волатильность, что позволит инвесторам эффективно управлять рисками при составлении инвестиционного портфеля.

#### **Список литературы:**

1. Buchholz M., Delaney J., Warren J., and Parker J. 2012. "Bits and Bets, Information, Price Volatility, and Demand for BitCoin // Economics 312 principles of economics. [www.bitcointrading.com/pdf/bitsandbets.pdf](http://www.bitcointrading.com/pdf/bitsandbets.pdf)
2. Dennis van Wijk, D. 2013. What can be expected from the BitCoin? Working Paper No. 345986. Rotterdam: Erasmus Rotterdam Universiteit
3. Anne Haubo Dyrberg. Bitcoin, gold and the dollar –A GARCH volatility analysis//Finance Research Letters. 2016 Vol (16) P.85-92. doi:10.1016/j.frl.2015.10.008
4. Kristoufek, L. 2013. "Bitcoin Meets Google Trends and Wikipedia: Quantifying the Relationship between Phenomena of the Internet Era." Scientific Reports 3 (3415): 1–7.
5. Dirk G. Baur, Thomas Dimpfl, Konstantin Kuck, Bitcoin, gold and the US dollar – A replication and extension, In Finance Research Letters, 2017

#### **КАНАДА & РОССИЯ: ПЕРСПЕКТИВЫ СОТРУДНИЧЕСТВА**

**Пономарева Дана Александровна**

*студентка Сибирского государственного университета путей сообщения*

*научный руководитель: Комкова Анастасия Сергеевна*

*кандидат филологических наук, доцент*

*Сибирского государственного университета путей сообщения*

In the context of Russia's integration into the world community, the most important task of Russian universities is not only the preparation of qualified specialists in the field of foreign economic activity who will orientate themselves in a multicultural world, make the correct and responsible decisions in the process of professional

interaction with representatives of other countries. It is impossible to achieve full mutual understanding between representatives of different cultural groups without mastering the necessary skills of intercultural communication in business context. Russia and Canada are the two countries, which have excellent prospects for cooperation.

Nowadays, there is a need to introduce the foundations of intercultural communication. This kind of communication is now understood as a process of communication of representatives of different cultures, having their own language features, manners of behavior, traditions and customs. The aim of my work is to master the problems of intercultural communication between the representatives of Russia and Canada. The objectives are: to present the situation of intercultural communication and economic partnership between Russia and Canada; to discover the basics of intercultural communication; to identify the prospects for cooperation between Russia and Canada.

The last economic crisis has revealed the weaknesses and strengths of all companies and states. One of the countries that has passed the test of the last crisis years more successfully is Canada. Russia managed to maintain the stability of its economy during the crisis, relying on such a factor as the high cost of energy resources. Canada and Russia have a lot in common – huge territories, climate conditions, high agricultural potential, love to hockey and similar mental features. Both countries do not fully use their potential in the political arena. Having so many similar features, it is surprising that the economic partnership of these two countries is at a low level [5, 6].

The Canadian policy towards the Russian Federation reflects the policy of the United States. Each of the Canadian sanction waves reflects the actions of Washington. Also, Russia is not a priority country for Canada in trade and economic ties. Anyway, the two countries have enough areas for cooperation – the Arctic, transport security, the fight against terrorism. It is considered that the improvement of the Russian-American relations would give a good start to the improvement of Russian-Canadian relations [2, p. 106-113].

Undoubtedly, intercultural communication is based on the process of symbolic interaction between individuals and groups whose cultural differences can be recog-

nized. Intercultural communication has its own rules:

- "Lead" rule is based on the idea of inequality of people and cultures.

- "Silver" rule is based on the idea of ethnocentrism, it is based on the evaluation of people proceeding from the system of their own values.

- "Golden" rule is based on the idea of humanism, all people on Earth are equal.

- "Platinum" rule means that getting into another's culture, you should act according to the norms, customs, traditions of only that culture [2, 3].

In the case of Russia and Canada's actions under the "lead" rule, this will lead to a conflict between them. "Silver" rule seems to be not so effective in a situation with Canada and Russia, due to the similarities between them. These are still two independent countries that have their own traditions and customs. As for the "golden" rule, it should be said that not everyone can live with this rule, but in the situation with Canada and Russia, this rule can work at a good way, since they have the most similar features, than with any other country. Obviously, this rule is very effective in carrying out any mass, international events, such as the XXII Olympic Winter Games in Sochi and the World Festival of Youth and Students-2017 [1].

Regarding the platinum rule, it is worth mentioning that this rule should be followed, but with regard of country's values, traditions and customs. Arriving in some other country for living, it is very interesting to communicate with people living there, to learn their features, traditions and customs [4]. As for Canada, people and children are very friendly, despite the fact that there are a lot of people of other nationalities. In Canadian schools, there is a tradition of morning announcements with the national anthem played. Children at school spend every recess outside, where they have cross-country runs and sport games. Beginning with the fifth grade, kids have their own lockers. Drama, Cyber Arts, Health, Music (playing real musical instruments – trumpets, saxophones, flutes, clarinets and tubas) are added to the list of school subjects. There is a tradition for kids to have lessons sitting on the carpet instead of the desks. They also have school events as Pajama Day and Activity Day. It is popular for schoolchildren and their teachers to go to the park for snowtubing [5, 6].

Each person is unique in nature, and, no matter the fact which country he came to, he must be kind and curious to show interest in the culture of the country he came to, and also he should be able to share the traditions of his native country. If every person, every country would preserve their individuality, their traditions and customs, not to look at the relationships of other countries, then the intercultural communication will be established, there will be more trust between countries, and, therefore, trade and economic ties will be improved and the number of areas for cooperation will be increased.

### **Список литературы:**

1. Белая Е.Н. Теория и практика межкультурной коммуникации: учебное пособие – Омск: Изд-во Ом. гос. ун-та, 2008.
2. Грушевицкая Т.Г. Основы межкультурной коммуникации / Т.Г. Грушевицкая, В.Д. Попков, А.П. Садохин. М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2006.
3. Колесов В.В. Язык и ментальность – СПб.: «Петербургское Востоковедение», 2004.
4. Лебедева Н.М. Введение в этническую и кросс-культурную психологию – М: «Ключ-С», 2002.
5. Business Guide Canada 2016 // Trade representation of Russia in Canada, Ottawa, [Electronic Resource]: <https://www.canada.ca/en/revenue-agency/services/forms-publications/publications/t4002-business-professional-income-2016.html>.
6. Business Guide Canada 2017 // Trade representation of Russia in Canada [Electronic Resource]: <https://www.canada.ca/en/revenue-agency/services/forms-publications/publications/t4002-business-professional-income-2017.html>.

### **НЕСУЩЕСТВУЮЩИЕ ДЕНЬГИ**

**Попова Дарья Сергеевна**  
*студентка Пермского торгово-технологического колледжа*  
**научный руководитель: Ведрова Светлана Михайловна**  
*преподаватель экономических дисциплин*  
*Пермского торгово-технологического колледжа*

Под электронными деньгами понимают системы хранения и передачи как традиционных валют, так и негосударственных частных валют - обращение электронных денег может осуществляться как по правилам, установленным или согласованными с государственными центробанками, так и по собственным правилам негосударственных платежных систем [1, с. 36].

Средства, причисляемые к электронным деньгам, должны соответствовать обязательным критериям:

1. Должны фиксироваться и храниться на электронном носителе.
2. Обязаны приниматься как средство осуществления расчетов другими организациями и инстанциями. При этом платеж должен считаться технически совершенным.
3. Должны выпускаться организацией-эмитентом при получении денег от других лиц в том же объеме, что и полученная денежная стоимость.

В 1996 году руководители центробанков стран G10 заявили про намерение осуществлять мониторинг электронных денег в странах мира. С этого времени «Банк международных расчётов» при поддержке мировых центробанков регулярно анализирует развитие электронных денег и соответствующих систем. Сначала данные были конфиденциальными и были доступными только центробанкам, а с мая 2000 года стали общедоступными. В исследовании 2004 года приняли участие центробанки 95 стран, и выяснилось, что электронные деньги функционируют в 37 странах мира.

В экономике принято выделять два основных типа электронных денег: на основе карт и на основе сетей. Обе этих группы могут проводить платежные операции в анонимном виде так и с распознаванием личности.

Электронные деньги на базе карт представляют собой пластиковые карты со встроенным микропроцессором, куда записан эквивалент денежной стоимости, которая оплачена организации-эмитенту заранее. Выпускать такие карты может, как банк, так и небанковская организация.

Широко распространены так называемые смарт-карты небанковских организаций, позволяющие оплачивать товары и услуги: транспортные, медицинские карты, телефонные и т.д., при помощи которых возможна оплата, к примеру, телефонной картой одной компании товаров или услуг другой компании (то есть при условии, что карта многоцелевая) [3, с. 75].

Примерами электронных денег на базе карт можно считать достаточно известные карты систем Mondex и Visa Cash.

При помощи таких денег возможно оплатить покупки в интернет-магазинах, виртуальных казино, биржах и т.п., то есть, для оплаты товаров или услуг через интернет. Сетевые карты являются многоцелевыми, то есть принимаются к оплате не только организациями-эмитентами.

К наиболее популярным платежным системам интернета относят Яндекс Деньги, PayPal, Webmoney, Rupay, Cybercash и другие. Такие системы, как правило, имеют высокую степень защиты от взлома и мошенничества, а сделки между пользователями систем подтверждены электронными контрактами.

Различают также фиатные и нефитные электронные деньги.

Фиатные деньги являются разновидностью денежных единиц платежных систем конкретного государства и выражены государственной валютой. Государственный регулятор и национальное законодательство обеспечивают эмиссию, обращение и погашение электронных фиатных денег.

Нефиатные деньги эмитируются и контролируются негосударственными платежными системами. Государство в той или иной степени осуществляет надзор за небанковскими системами, в разных странах его степень различна. Электронные нефитные деньги считаются разновидностью кредитных денег.

К электронным деньгам не могут относиться:

1. Средства доступа к банковским счетам (традиционные банковские платежные карты) и интернет-банкинг.
2. Предоплаченные одноцелевые карты (подарочные, телефонные, топливные и другие).

Электронные деньги полезны и удобны при осуществлении массовых платежей небольших сумм. Например, при платежах в транспорте, кинотеатрах, клубах, оплате коммунальных услуг, оплате различных штрафов, расчётах в интернете и т.д. Процесс платежа электронными деньгами осуществляется быстро, не возникает очередей, не надо выдавать сдачу, деньги переходят от плательщика к получателю быстро.

Электронные деньги корректнее всего сравнивать с наличными деньгами, так как обращение безналичных денег обязательно персонифицировано, и из-

вестны реквизиты обеих сторон. В случае расчётов электронными деньгами достаточно знать реквизиты получателя денег.

Банки крайне настороженно относятся к развитию электронных денег, так как боятся неконтролируемой эмиссии. Основной причиной нежелания банков развивать такие проекты – необходимость финансирования разработок, результатами которых могут воспользоваться конкуренты [2, с. 44].

Также к минусам электронных денег можно отнести:

- отсутствие устоявшегося правового регулирования: многие государства ещё не определились в своём однозначном отношении к электронным деньгам;
- несмотря на отличную портативность, электронные деньги нуждаются в специальных инструментах хранения и обращения;
- как и в случае наличных денег, при физическом уничтожении носителя электронных денег, восстановить денежную стоимость будет невозможно;
- отсутствует узнаваемость — без специальных электронных устройств нельзя легко и быстро определить, что это за предмет, сумму и т.д.;
- невозможность прямой передачи части денег от одного плательщика другому;
- средства защиты, которыми защищаются системы электронных денег, ещё не имеют длительной истории успешной эксплуатации;
- теоретически заинтересованные лица могут пытаться отслеживать персональные данные плательщиков и обращение электронных денег вне банковской системы.

Электронные деньги правильнее всего сравнивать с наличными деньгами, а не с безналичными, потому что при обращении безналичных денег известны реквизиты обеих сторон, а когда расчеты производятся электронными деньгами, то достаточно знать лишь реквизиты получателя [4, с. 42]. При таком сравнении можно отметить ряд преимуществ электронных денег:

- отсутствие необходимости выплаты сдачи при проведении платежа;

- высокую портативность - величина суммы вовсе не связана с большими размерами денег;

- очень низкую стоимость выпуска электронных денег;

- отсутствие необходимости физически пересчитывать деньги;

- фиксацию момента платежа электронными системами;

- отсутствие возможности у продавца скрыть средства от налогообложения при платеже через фискализированное эквайринговое устройство;

- электронные деньги не требуют пересчета, упаковки, перевозки и организации специальных хранилищ;

- электронные деньги идеально сохраняются с течением времени, т.е. не теряют своих качеств;

У электронных денег огромное будущее в нашем мире со временем они могут стать основными средствами платежа по всему миру так, как:

- Многоуровневая система позволит легко устанавливать денежные связи между любыми людьми на Земле, где бы они ни находились, превратив все Человечество в единый финансовый социум.

- Человек сможет свободно поехать в любую точку Земли всего лишь с одной карточкой в кармане и найти все, что ему необходимо, при условии, что на счете в банке, который управляется карточкой, есть деньги.

Можно предположить, что не нужны будут никакие паспорта и прописки, номер банковского счета станет единственным идентификатором личности человека, причем идентификатором уникальным, единственным, идентификатором от рождения до смерти и даже после смерти. Все его банковские операции - его покупки, поступления и иные финансовые движения в течение определенного времени могут храниться в банке. В эпоху электронных денег большинство нарушений будут просто невозможными просто потому, что их не пропустит компьютер.

По большому счету электронные деньги являются заменителем денег наличных, и способны выполнять те же функции, что и обычные деньги, с некоторыми особенностями. С одной стороны — это средство для осуществления

платежа, а с другой — обязательство эмитента, которое должно быть выполнено в определенные сроки в неэлектронном виде, то есть электронные денежные средства имеют платежный эквивалент, как и традиционные деньги [1, с. 63].

#### **Список литературы:**

1. Деньги. Кредит. Банки; учебник для вузов Ю.В. Базулин; в ред. В. Иванов, Б.И. Соколов. - 2-е издание, 2009.
2. Финансы. Денежное обращение. Кредит. Учебник под редакцией Дробозиной Л.А. – М.: 2011.
3. Евсюков Д.Е., Электронные деньги как новая составляющая кредитно-денежной системы, ЭКО, 2013.
4. Кочергин Д.А. Электронные деньги: Учебник. М.: Маркет ДС, 2014.

### **РАЗВИТИЕ КРЕДИТНЫХ ОТНОШЕНИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Рабичева Екатерина Олеговна**

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

*научный руководитель: Попова Ирина Витальевна*

*доктор экономических наук, доцент*

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

Актуальность проявляется в том, что в формировании каждого государства существенную роль занимает кредитная система, которая во многом определяет формирование экономики, увеличение потенциальных возможностей и увеличение благополучия жителей.

Рассмотрение данной темы нашло свое отражение в научных трудах таких ученых, как Боннер Е.А., Лаврушин О.И., Крюков Р.В., Жуков Е.Ф., Астапов К.Л. и другие, но тема еще нуждается в изучении. Цель - определить проблемы кредитной системы РФ.

Необходимо проанализировать такие задачи:

- установить понятие, структуру кредитной системы РФ;
- рассмотреть значимость ЦБ и коммерческих банков;
- сделать анализ банковского кредитования;
- установить цели развития кредитных отношений.

Кредит - социальные отношения, возникающие между экономическими субъектами в связи с передачей денежных средств на условиях платности, срочности, добровольности. А кредитная система – комплекс кредитных отношений и институтов, конфигураций и способов кредитования. В ходе развития кредитной системы воздействие оказывают экономические, политические и общественные условия [1]. Необходимо проанализировать структуру кредитной системы РФ:

1. Банк России.
2. Банковская система.
3. Специализированные кредитно-финансовые институты.

Основная цель работы ЦБ РФ - защита и гарантия стабильности рубля. ЦБ РФ владеет статусом, функциями и возможностями, которые дают возможность осуществлять контроль денежного оборота в стране, процедуру получения зарубежной денежной единицы и осуществление операций с ней. ЦБ РФ в состоянии реализовать подготовительный и текущий надзор, за работой кредитных учреждений и положение денежно-кредитной области.

Коммерческие банки считаются основным звеном банковской системы, то есть и кредитной системы РФ и осуществляют специальные функции:

- считаются посредниками в кредите и платежах между субъектами;
- считаются представителями ЦБ в денежно-кредитном и валютном регулировании и контроле, то есть принимают участие в процессе формирования денег и считаются посредниками.

Роль коммерческих банков в кредитной системе обуславливается большим объемом регулируемых ими ресурсов, неповторимым сочетанием операций и услуг. Согласно многообразию активных операций, коммерческие банки не имеют себе равных в кредитной системе [2].

Анализ банковского кредитования за минувшие года дает возможность охарактеризовать его развивающимся сектором отечественного финансового рынка. Таким образом, согласно сведениям Росстата на 01.01.2016 года объем кредитования составил 54263,0 млрд. руб., то есть на 65 % больше чем на то же

число 2013 года и на 10,6 %, чем на 01.01.2015 года [3].

Следует определить цели развития кредитных отношений в РФ:

- соединение рынка кредитных брокеров, налаживания и формирование данного рынка на базе саморегулирования, развитие стереотипов;
- увеличение финансовой грамотности жителей, развитие в социальном суждении адекватного и положительного вида кредитного брокера;
- предоставление обстоятельств, содействующих развитию основ открытого, ответственного и качественного кредитования в РФ [2].

Таким образом, главной задачей считается содействие формированию и развитию отечественного рынка, которому присуще такие аспекты как, результативность (предоставление эффективного формирования как кредиторов, так и заемщиков), честность (свойство), прозрачность, доступность. С целью интенсивного фондирования и уменьшение рисков при кредитовании банкам нужна надлежащая законодательная основа. Необходимо:

- устранить пробелы в законодательстве, препятствующие банкам функционировать результативнее;
- построить четкие и доходчивые правила в таких секторах финансового рынка, которые до сих пор были обогнуты вниманием законодателей.

В заключение необходимо отметить, что кредитные отношения выступают опорой нынешней рыночной экономики, необходимым компонентом экономического формирования. Кредитные отношения – составляющие государства, которые воздействуют на любого, независимо считается некто участником данных отношений либо выступает в роли спонсора.

#### **Список литературы:**

1. Белозеров С.А. Банковское дело: Учебник / С.А. Белозеров, О.В. Мотовилов. - М.: Проспект, 2015.
2. Лаврушин О.И. Банковское дело. Современная система кредитования / О.И. Лаврушин, О.Н. Афанасьева, С.Л. Корниенко. - М.: КноРус, 2016.
3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

## **3D PRINTING ON RUSSIA'A MARKET IN 2017**

**Рудометова Татьяна Владимировна**

*студентка Сибирского государственного университета путей сообщения*

*научный руководитель: **Беседина Евгения Анатольевна***

*старший преподаватель*

*Сибирского государственного университета путей сообщения*

The aim of this research is the disclosure of 3D printing with the help of the World Wide Web as this is the only source of information of such an advanced technology [1]. For the maintaining of this aim we pointed out the following objectives: to give the definition of 3D printing technology, to highlight the most popular devices on Russia's market and to identify the role of Russia in the world's 3D printing usage. Three D printing as the name implies is used to produce 3D objects of any shape, size and of almost any material. The process of creation 3D models is also called additive manufacturing (AM). An object to be created gets scanned, the data then is developed by a computer and a 3D printer adds a chosen material layer by layer making the desired three-dimensional object.

This revolutionary technology was developed in Japan in early 80's and has been skyrocketing since then worldwide, particularly in developed countries by big corporations.

3D printing technology has implications as vast as the world itself limited only by human imagination and invention of new materials that can be used in this area. In medicine it is used to create body parts such as tissues and organs, joints or bones to replace the missing ones. In aviation additive manufacturing revolutionized the production of aircrafts' parts from seating to metal components. Being cost-efficient and of high precision, if compared to conventional methods of production, 3D modeling is also used in aerospace, defense and automotive industries. Major advancements in 3D printing made it possible to print micro batteries to power even small insect drones as well as some devices used in stealth operations [4]. The materials used is additive manufacturing can be ceramics, plastics, metals, paper, nylon, and what not.

Four Most Required 3D Technologies on Russia's Market in 2017

### **1. Selective Laser Sintering**

Printer: EOSINT P395. The size of the camera: 340 x 340 x 620 mm. Layer

thickness: 120 mm.

This technology on the one hand is fundamentally different from the method of layer-by-layer fusing but on the other hand it has much in common - the model is created layer by layer on the basis of the computer description. However, the key principle is the use of powder, rather than melting thread. The powder is sprayed evenly over the entire area after which the laser bakes only those sections that correspond to the section of the model on a specified layer at a specified height. To date, the variety of materials used as a powder is truly great: particles of plastic, metal, ceramics, glass, nylon.

## **2. Multi-jet Modeling**

Printer: ProJet 3500 HD MAX. Layer thickness: from high resolution (HD - 32 microns) to extremely high resolution (XHD - 16  $\mu\text{m}$ ). Accuracy of 0.01-0.02 mm per 1 cm. Camera size: from HD - 298 x 185 x 203mm to XHD - 203 x 178 x 152mm.

The technology is based on a print head, the feature of which is that it contains a whole battery of smallest nozzles arranged linearly in several rows. The number of nozzles usually starts from 96 and can reach 448 for top models - the head applies a thermoplastic material layer by layer, including the necessary supporting elements. Early models of printers used a variety of plastics, but now this niche is occupied by a special solid wax and the main type of wax is used to build the model. Another, more fusible wax is used to build supporting structures which are then get removed. In this system there are already two printheads. Photopolymers like in SLA are often used to give the object extra strength when immersed in an ultraviolet bath.

## **3. Full colour 3D printing**

Printer: ZCorp ZPrinter 650. Material: Full-color sandstone (gypsum). The size of the camera: 254 x 381 x 203 mm. Layer thickness: 89-102 microns. Colors: 390000 colors (full color).

This is the only technology that allows to get an object in the entire range of possible colors. This technology makes it possible to obtain photorealistic objects, so it is very attractive for designers since it can be used in the development of decorative models and design prototypes. As a starting material a gypsum-based powder is used.

Special rollers and brushes first form a thin even layer of powder. Then the movable head moves in a horizontal plane and applies microscopic drops of a glue-like substance, reminiscent of cyanocrylate, to the desired areas. The platform gradually descends until the object is ready to the very "top". Obtaining the required color is usually achieved by an admixture of four possible colors - almost like in home inkjet printers. At the end, the object is dipped entirely in cyanoacrylate to give stiffness and shine.

#### **4. Direct Metal Laser Sintering**

Features of MLS are impressive - the thickness of the layer from 1 to 5 nm, with a maximum prototype size of about 6 cm in diameter and 3 cm in height. The material used is molybdenum and 316L stainless steel. The production of various products by the DMLS method is based on the leakage of the melt-binder formed under the action of capillary forces into the voids between the particles. To successfully execute the process, phosphorus compounds are added to the powder mixture. They reduce the surface tension, viscosity and oxidation state of the melt, thereby improving wettability. The powder used as a binder usually has a smaller size than the base powder, since it allows to increase the bulk density of the powder mixture and accelerate the melt formation process. The apparatus is based on a 200- or 400-watt fiber laser, sintering metal powder with unsurpassed accuracy. This type of laser is the most advanced development and has a higher power in comparison with analogues of other types. Special conditions are created in the working chamber of the machine, ideally providing the construction of the model, for example filling with argon or nitrogen. The choice of metals is very wide: from light alloys to stainless steel PH1 and from structural to highly alloyed steel [3].

Despite Russia's share in additive manufacturing is about 2% on the world's market today layered printing technologies are actively used in a variety of Russia's industries to implement all sorts of innovations and improvements. So, for example, in the automotive industry, more components and means of production are created using 3D printing [5]. It should be noted that according to the research done through online study [2], we can come to the following conclusions:

The components produced by layer-by-layer printing can improve the efficiency of power plants. Russia can use layer-by-layer printing to successfully and effectively expand its industrial production in spite of sanctions in respect of imports of investment goods. The layer-by-layer printing has found its application in the creation of innovative solutions and products even in the defense-industrial and aerospace complex. The decentralization of spare parts and components supply provides additional opportunities in the development of naval equipment or the transportation of oil and gas.

### **References:**

1. Беседина Е.А. К вопросу о смешанном обучении и роли преподавателя при изучении иностранного языка в вузе // Журнал: Теория и практика современной науки. Выпуск № 7(13) (июль, 2016). С. 398-401.
2. Беседина Е.А. К вопросу о роли студента в смешанном обучении. В сборнике: Проблемы антикризисного управления и экономического развития (ПАУЭР-2016). Материалы III Международной НПК. 2017. С. 10-14
3. <http://can-touch.ru/3d-technologies/>
4. <http://recentpatentsonengineering.com/articles/128441/modern-3d-printing-technologies-future-trends-and-developments>
5. <http://3dtoday.ru/blogs/news3dtoday/the-dynamics-of-the-development-of-the-exhibition-additive-technologie/>

## **РОЛЬ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ В ТОРГОВЛЕ ПРИКАМЬЯ**

**Рюмина Анастасия Вячеславовна**

*студентка Пермского торгово-технологического колледжа*

*научный руководитель: Ворожцова Галина Николаевна*

*преподаватель Пермского торгово-технологического колледжа*

### **История возникновения.**

Сегодня Интернет-магазин – явление привычное для российского пользователя, а ведь Интернет в России еще достаточно «молод».

С 1992 по 1993 год только начал зарождаться рынок Интернет-провайдеров в нашей стране. В 1994 году появился первый интернет-магазин. И с этого времени началась череда «первых» проектов в Интернете.

2008 стал поворотным для всех игроков рынка онлайн торговли: началось бурное развитие бизнеса в Сети, в том числе в славной столице Прикамья. Речь идет как об открытии точек выдачи заказов крупных московских магазинов, так и об открытии небольших доморощенных магазинчиков, которые стремятся

получить свою долю постоянно растущей интернет-торговли.

### **Характеристика торговой сети**

«Связной» – крупнейший в России мультиканальный ретейлер федерального масштаба. Начал свою работу в России в 1995 году. На территории России открыто порядка 2 800 магазинов «Связной», которые ежедневно посещает более 1,5 млн. человек.

В 2002 году был создан интернет-магазин «Связной», который является одним из крупнейших игроков в онлайн-ритейле.

Целью деятельности является получение прибыли от осуществления предпринимательской деятельности.

Основными видами деятельности Общества являются:

- оптовая и розничная торговля промышленными товарами, включая продукцию производственно-технического назначения;
- организация сети торговых предприятий;
- коммерческое посредничество и представительство;
- выполнение экспедиционных и транспортных работ, необходимых для реализации продукции;
- оказание снабженческих, сбытовых услуг;
- реализация товаров народного потребления и продукции производственно – технического назначения;

«М.Видео» - лидер среди розничных сетей по продаже электроники и бытовой техники в России и одна из крупнейших европейских компаний в этом сегменте.

Сеть «М.Видео» основана в марте 1993 года. Сеть насчитывает 400 магазинов в 165 городах по всей России от Калининграда до Владивостока.

В 2000 году открылся первый Интернет-магазин.

«М.Видео» разработала рекламную программу и программу лояльности покупателей. Была запущена программа профессионального обучения для сотрудников компании. Компания одной из первых на розничном рынке стала предлагать потребительские кредиты своим покупателям непосредственно в

магазине. «М.Видео» открыла свой первый магазин в регионе.

«Евросеть» – крупнейшая российская компания-ритейлер, реализующая услуги на рынках мобильной электроники, портативной техники и аксессуаров, а также финансовых сервисов и дополнительных услуг. Компания основана в 1997 году, и сегодня представлена более чем 4000 магазинами, работающими в более чем 1500 городах и населенных пунктах на территории России и Республики Беларусь.

В 2002 году был открыт первый интернет-магазин.

Открыв более 60 интернет-магазинов на территории России, Компания способствует активному развитию формата онлайн - торговли в регионах страны.

«E96.ru» - интернет-магазин бытовой техники и электроники в Перми.

Был создан в 2006 году. За 11 лет E96.ru вырос из магазина на дому в настоящий гипермаркет: от регионального магазина до компании, которая работает на 1/3 территории страны.

«OZON.Ru» - интернет-магазин, который считается самым большим российским онлайн-мегамаркетом. Он был создан в 1998 году в его ассортименте более 3 500 000 наименований товара. Ежедневно на сайт заходит около 700 000 посетителей. Сегодня на сайте можно купить практически все. Ассортимент онлайн-мегамаркета разделен на большие разделы, товары в которых собраны в постоянно обновляемые каталоги.

### **Преимущества интернет-торговли**

1. Постоянная доступность. 24 часа в сутки и 7 дней в неделю – ваш магазин доступен всегда. Ведь есть немало людей, у которых просто нет свободного времени и им проще покупать товары в интернет-магазинах.

2. Стоимость содержания. Из всех необходимых затрат для поддержания работы интернет-магазина, его владельцу понадобится только оплата хостинга и заработный фонд для оплаты работы продавца-консультанта.

Сравните это с теми затратами, которые ждут владельца интернет-магазина в оффлайне. Владелец может предлагать товары по низкой цене, потому что ему не нужно выделять средства на оплату:

- аренды помещения;
- коммунальных услуг;
- зарплаты сотрудников;
- покупку и обслуживание торгового оборудования.

В результате можно реализовать товар по стоимости, лишь немного превышающей цены производителя, что делает продукцию более привлекательной для покупателей.

3. Автоматизация. Большую часть всего процесса работы интернет-магазина можно полностью автоматизировать: начиная от добавления товара на сайт, и заканчивая оформлением и подтверждением заказа. Можно настроить автоматические фильтры товара и многое-многое другое. Организовать подобную автоматизацию торговли в обычной оффлайновой торговой точке будет в большинстве случаев гораздо дороже, а в некоторых случаях и вовсе невозможно.

4. Охват аудитории. Преимущество интернет-магазина в данном случае в том, что нет ограничений в виде улицы, района или города. Если вы доставляете товары по всей стране, значит и торговать сможете по всей стране. Получать заказ в столицы, а посылку при этом отправлять из небольшого городка за несколько сотен километров от получателя – нет проблем.

Владелец интернет-магазина получает доступ к огромному рынку, аудитория которого сравнима с общим количеством интернет-пользователей в стране. Главное, в данном случае – выделить целевой сегмент потенциальных клиентов и найти способы эффективной коммуникации с ними.

5. Скорость запуска. Команда хороших исполнителей способна запустить работающий онлайн-магазин под ключ очень быстро. Причем, уже на следующий день после запуска, его владелец сможет получать доход.

В случае с оффлайновой торговой точкой, у вас больше времени может уйти на одни только поиски помещения, не говоря уж о бумажной волоките и всех «прелестях» общения с представителями местной бюрократии.

6. Доступность оплаты. Покупка на сайте может быть оплачена любым

удобным для клиента способом: с помощью различных систем электронных платежей, наличными курьеру при доставке, сотрудникам склада или пункта самовывоза.

7. Небольшой бюджет для открытия и ведения бизнеса. Чтобы открыть интернет-магазин, не нужны большие деньги. Немало предпринимателей начинают заниматься таким видом деятельности вообще практически без вложений: шаблоны для сайта интернет-магазина можно скачать бесплатно, сам бизнес можно вести по системе дропшипинга, то есть, вообще не закупая товар. Начинать можно не имея наемного персонала, помещение во многих случаях тоже не требуется, то есть, и текущие затраты на интернет-магазин тоже не велики в сравнение с традиционным бизнесом. Все это можно отнести к несомненным преимуществам.

8. Возможности аналитики. В онлайн можно отслеживать практически все и полученные объемы информации использовать для развития собственного бизнеса. Все заказы фиксируются системой, данные о клиентах сохраняются, и ничто нигде не теряется.

С помощью аналитики можно не только определить наиболее эффективные направления работы и оценить успешность рекламной кампании, но и в разы снизить стоимость привлечения нового покупателя.

## **АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ – ФИНАНСОВЫЙ АСПЕКТ**

**Савченко Виолетта Евгеньевна**

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

**научный руководитель: Лукашова Мария Андреевна**

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

Проблемы антикризисного управления стали приобретать особую актуальность в период проведения рыночных реформ в России. В первую очередь антикризисное управление стало играть важную роль в оздоровлении финансово-хозяйственной деятельности предприятий, которые находятся в кризисном состоянии. А во вторую очередь, разработку мероприятий ранней диагностики

и мер предотвращения или избежание кризиса и банкротства. Для того чтобы предупредить банкротство предприятия необходимо постоянно анализировать его финансовое состояние, и тогда можно будет избежать этого.

Цель рассмотреть методические основы, инструменты и механизмы осуществления антикризисного управления в современных экономических условиях хозяйствования.

Изучением проблемы антикризисного управления прелприятием занимались такие учёные, как Галимов И.А., Ардеева Л.Н., Грязновой А.Г., Гиляровская Л.Т., Соболев А.В. В своих работах они рассматривали причины возникновения кризисов для дальнейшей оценки их, а также избежание и предотвращения на ранних стадиях.

Таблица 1

### Трактовки антикризисного управления

Определение	Источник
Антикризисное управление - это методы и формы управления, которые применяются при наступлении кризисов для улучшения хозяйственно-финансовой деятельности и выхода предприятия из состояния кризиса. Антикризисное управление заключается в экономическом анализе и прогнозировании, разработке антикризисных программ и инвестиционных проектов для вывода предприятия из кризиса, а также в минимизации и нейтрализации последствий кризиса.	[1]
Антикризисное управление - это процесс применения форм, методов и процедур, направленных на социально-экономическое оздоровление финансово-хозяйственной деятельности индивидуального предпринимателя, предприятия, отрасли, создание и развитие условий для выхода из кризисного состояния.	[2]
Антикризисное управление - это управление предприятием, направленное на преодоление или предотвращение кризисного состояния, проявляющегося в неплатежеспособности, банкротстве, убыточности.	[3]
Антикризисное управление - это целый комплекс взаимосвязанных мероприятий от ранней диагностики кризиса до мер по его преодолению. Антикризисное управление базируется на некоторых принципах, которые и отличают антикризисное управление от обычного. Большую роль в антикризисном управлении играет финансовый менеджмент.	[4]
Антикризисное управление - такая система управления предприятием, которая имеет комплексный, системный характер и направлена на предотвращение или устранение неблагоприятных для бизнеса явлений посредством использования всего потенциала современного менеджмента, разработки и реализации на предприятии специальной программы, имеющей стратегический характер, позволяющей устранить временные затруднения, сохранить и преумножить рыночные позиции при любых обстоятельствах, при опоре в основном на собственные ресурсы	[5]

По мнению некоторых авторов, антикризисные меры следует понимать,

как финансовое положение функционирующего на рынке предприятия становится уже печальным, а перспектива банкротства - реальной. К такому мнению приходят Галимов И.А., Ардеева Л.Н. и другие, они в своих работах определяют антикризисное управление как методы и формы управления, которые применяются при наступлении кризисов для улучшения хозяйственно-финансовой деятельности и выхода предприятия из состояния кризиса. Они не учитывают диагностику угрозы банкротства на ранних стадиях ее возникновения и акцентируют внимание только на предотвращении кризиса. В данном случае автор делает акцент на завершающую стадию антикризисного управления, т.е. в условиях, когда кризисная ситуация уже наступила. Такое определение не является удачным так, как автор не рассматривает стратегическую составляющую, в рамках которой представляется возможным подготовиться к наступающему кризису. вряд ли принесет успех предприятию-банкроту, потому что авторы не рассматривают стратегическую составляющую, в рамках которой представляется возможным подготовиться к наступающему кризису.

В своих работах Цыпленкова М.В. определяет антикризисное управление как комплекс мероприятий, направленный на преодоление или предотвращение кризисного состояния, проявляющегося в неплатежеспособности, банкротстве, убыточности. Такой подход к определению более приемлем так, как учитываются меры по предотвращению кризиса на более ранних стадиях. В тоже время допускается возможность банкротства, что не приемлемо для предприятия. Речь о банкротстве при таком подходе быть не должно, поскольку должен быть налажен управленческий механизм устранения возникающих проблем до того, пока они не приняли необратимый характер. А упор делается на преодоление временных трудностей, в том числе и финансовых, посредством использования всех возможностей современного менеджмента, разработки и практической реализации на каждом предприятии специальной программы.

С точки зрения Аксенов К. антикризисное управление формируется следующим образом: «Антикризисное управление - это целый комплекс взаимосвязанных мероприятий от ранней диагностики кризиса до мер по его преодо-

лению. Антикризисное управление базируется на некоторых принципах, которые и отличают антикризисное управление от обычного. Большую роль в антикризисном управлении играет финансовый менеджмент». Автор в данном определении более подробно излагает меры по диагностике кризиса и механизмах банкротства и также он учитывает методы антикризисного управления непосредственно финансовый менеджмент.

Берстайн считает что «антикризисное управление - такая система управления предприятием, которая имеет комплексный, системный характер и направлена на предотвращение или устранение неблагоприятных для бизнеса явлений посредством использования всего потенциала современного менеджмента, разработки и реализации на предприятии специальной программы, имеющей стратегический характер, позволяющей устранить временные затруднения, сохранить и преумножить рыночные позиции при любых обстоятельствах, при опоре в основном на собственные ресурсы». Он в определении даёт методы предотвращения неблагоприятных ситуаций и кризиса, что является очень важным для управляющего. В то же время - это определение ограничивает рамки устранения кризисного состояния, так как не весь спектр возможностей в нём описывается.

#### **Список литературы:**

1. Экономико-юридическая терминология. [Электронный источник]. - Режим доступа: [http://forexaw.com/TERMs/Economic\\_terms\\_and\\_concepts/Economic\\_and\\_legal\\_terminology/1856\\_Антикризисное\\_управление\\_Crisis\\_management\\_это#h3-0](http://forexaw.com/TERMs/Economic_terms_and_concepts/Economic_and_legal_terminology/1856_Антикризисное_управление_Crisis_management_это#h3-0)
2. Галимов И.А., Ардеева Л.Н. Актуальность антикризисного управления для России // Молодой ученый. - 2014. - №9. - С. 261
3. Цыпленкова М.В. Определение роли антикризисного управления в системе менеджмента организации // Вопросы управления. - 2012. - №1(18). - С. 274
4. Аксенов, К. Мотивация на успех // Кадровая служба. - 2011. - №3(115). - С. 86.
5. Берстайн Л.А. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие - М.: ИНФРА - М., 2000. – с. 113

## **ПРОБЛЕМЫ ТРУДОУСТРОЙСТВА ВЫПУСКНИКОВ ВУЗОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Сараева Ольга Юрьевна**

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

**Шушарин Валерий Федорович**

*кандидат экономических наук, доцент*

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

Современный рынок труда характеризуется наличием противоречия: с одной стороны, сохраняется достаточно высокий уровень безработицы в стране, с другой стороны, не хватает квалифицированной рабочей силы в развивающихся отраслях экономики, поэтому рынок труда нуждается в молодых специалистах. Несбалансированность объемов и профилей подготовки молодых специалистов с потребностями рынка труда усугубляет проблемы трудоустройства выпускников образовательных учреждений. В России насчитывается около тысячи ВУЗов, из которых ежегодно выпускается около 1,1 млн. дипломированных специалистов [4].

Молодые люди составляют чуть меньше трети трудоспособного населения нашей страны; они - будущее страны, и от исходных условий их деятельности зависит последующее развитие экономики [2]. Положение молодежи на российском рынке труда рассматривается с точки зрения двух факторов. С одной стороны, молодые люди во многом определяют политические, экономические и социальные структуры общества, а с другой - молодое население является одной из наиболее уязвимых групп на рынке труда.

В последние годы все большее число молодых людей рассматривает получение полноценного образования как необходимое условие достижения желаемого социального статуса в обществе и достойного материального положения, которое будет служить, в какой-то степени, гарантией от безработицы. Важнейшим элементом структуры рынка труда становится профессиональное обучение.

В настоящее время проблемы трудоустройства выпускников ВУЗов становятся особенно актуальными. Молодые специалисты, которые выходят на рынок труда после окончания учебных заведений, неизбежно сталкиваются с

различными трудностями при устройстве на работу.

Рынок труда предполагает выявление приоритетных профессий и специальностей на определенный момент времени. В связи с этим возникают практические задачи по количественному и качественному сопоставлению необходимых рынку труда профессий и специальностей, по которым ведется подготовка специалистов в учебных заведениях.

Одной из проблем трудоустройства молодежи является несоответствие спроса и предложения на рынке труда, то есть разница между тем, какие специалисты требуются на рынке труда, и тем, каким специальностям обучают в ВУЗах. В данном случае речь идет о том, что рынок труда в настоящее время даже приблизительно сложно прогнозировать на те же 4 года, во время которых происходит обучение бакалавра, поскольку экономическая ситуация в обществе нестабильна [1]. Выпускник рискует оказаться невостребованным по окончании ВУЗа, приобретая, как ему казалось, «престижную» специальность.

Еще одной из важнейших проблем молодежи на рынке труда является то, что опыт и стаж работы, желательны по специальности, на сегодняшний день - одно из основных требований к кандидатам на вакансии. Именно поэтому выпускники ВУЗов без опыта работы и стажа становятся потенциальными безработными. Создается замкнутый круг: выпускники не имеют как опыта работы, так и возможности получить необходимый для работы опыт.

Следующий момент - приобретение практического опыта в процессе обучения. Предполагается, что при наличии высшего образования человек может работать на любом участке производственного процесса, у него выше производительность труда и способность к адаптации в новых условиях. Следовательно, профессиональные навыки и умения, уровень образования, полученные молодым человеком в период обучения, становятся для работодателя теми критериями, с помощью которых он проводит набор новых сотрудников на предложенную работу. Еще совсем недавно диплом высшего учебного заведения означал для выпускника возможность престижной работы, высокой занимаемой должности, но в данный момент это совсем не так.

В последние годы замечено резкое изменение предпочтений молодежи при выборе профессии. Раньше молодые люди не считали привлекательной занятость в торговле и общественном питании, а в настоящее время данные сферы деятельности, а также бытовое обслуживание предпочитают производству и науке. Наиболее престижными выпускникам школ представляются профессии банковского служащего, менеджера, экономиста, юриста, коммерсанта. Ведущими мотивами профессионального выбора по-прежнему являются высокий уровень оплаты труда и престижность компании [3].

Официальная статистика наглядно подтверждает проблемы молодежи на рынке труда относительно будущего трудоустройства. Согласно данным Росстата, на предприятиях и в организациях наиболее востребованы специалисты высшего уровня квалификации в области здравоохранения, биологических и сельскохозяйственных наук, а также инженеры и специалисты естественных наук. Более того, по статистике молодежь до 25 лет составляет среди безработных 24,3%, в том числе в возрасте 20-24 лет – 20,4% [4].

Министерство образования и науки РФ опубликовало статистику трудоустройства выпускников вузов. Проанализировав данные более миллиона выпускников 2016 года, выяснилось, что 75% из них смогли найти работу после окончания вуза по полученной специальности. Наиболее востребованными являются выпускники инженерных направлений подготовки. Доля трудоустройства по отдельным специальностям составила 80% и более. Молодые инженеры и выпускники технических специальностей получают более высокую заработную плату. По данным исследователей, самые высокие стартовые зарплаты имеют специалисты по авионавигации и ракетно-космической технике (около 70 тысяч рублей). Молодые педагоги также востребованы на российском рынке труда. Так, 77,5% выпускников педагогических вузов 2016 года смогли трудоустроиться по специальности [5].

Однако не везет с поиском работы в основном специалистам, обучавшимся на направлениях «Экономика и управление» и «Юриспруденция». Примерно половина из них остались нетрудоустроенными. Это говорит о необходимости

соотнесения объемов подготовки по экономике и юриспруденции с требованиями рынка труда.

Итак, становится очевидным, что рынок труда не достигает равновесия, при котором все молодые специалисты находили бы работу. Существует разница между тем на кого обучается значительная часть молодежи, и тем, в ком действительно нуждается рынок труда. Для того чтобы изменить положение трудоустройства выпускников ВУЗов, как вариант, необходимо сформировать систему профессиональной ориентации, которая могла бы координировать и направлять действия всех заинтересованных сторон. Практика свидетельствует, что молодежь плохо осведомлена о ситуации на рынке труда и о его реальных потребностях. Государству необходимо разработать систему подготовки кадров, которая будет основана на мониторинге и прогнозировании востребованности конкретных профессий на рынке труда.

#### **Список литературы:**

1. Ендовицкий Д.А. Востребованность выпускников вузов на рынке труда // Высшее образование в России. - 2010. - № 2.
2. Ишкинеева Ф.Ф., Ахметова С.А. Профессиональная самореализация молодежи: перспективы востребованности на рынке труда // Вестник Казанского технологического университета. – 2014.
3. Статистика трудоустройства выпускников ВУЗов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://moeobrazovanie.ru/>.
4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>.
5. Министерство образования и науки Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://минобрнауки.рф/>.

### **СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ ПЕНСИОННЫХ ФОНДОВ В РОССИИ И ПУТИ ИХ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ**

**Секретёва Екатерина Андреевна**

*студентка Оренбургского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова*

**научный руководитель: Пустотина Наталья Владимировна**

*старший преподаватель Оренбургского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова*

Современный этап функционирования негосударственных пенсионных фондов (НПФ) в Российской Федерации связан с рядом сложностей. Во-

первых, это продление моратория на передачу накоплений в негосударственные пенсионные фонды. Замороженная с 2014 г. накопленная часть пенсии, означающая запрет на её размещение, в настоящее время накопления также не передаются в управление НПФ и все поступающие от работодателей страховые пенсионные взносы отправляются на формирование страховой пенсии (не для конкретного гражданина, а в распределительной пенсионной системе). Такая мера проводилась для повышения сбалансированности бюджета Пенсионного Фонда России (ПФР).

Пенсионные сбережения россиян по-прежнему не являются значимым источником предложения долгосрочного фондирования для субъектов экономики. Невысокий удельный вес пенсионных активов на рынке капитала не позволяет говорить о том, что в краткосрочном периоде они станут основой внутреннего инвестиционного спроса, создающего условия для привлечения международных инвесторов и стабилизирующего финансовый рынок в периоды волатильности. Введение моратория на перечисление средств пенсионных накоплений в период 2014 – 2015 годов и его продление на 2016 год, на фоне недостаточного понимания населением механизма «заморозки», формируют условия для снижения доверия населения к накопительному элементу пенсионной системы, что влечёт за собой уменьшение прироста долгосрочных инвестиций не только в 2014 – 2016 годах, но и в последующие периоды. Существует риск продления моратория на перечисление средств пенсионных накоплений в негосударственные пенсионные фонды в 2017 году и последующие годы, что негативно скажется на доверии населения к накопительному элементу пенсионной системы и, как следствие, будет способствовать снижению прироста долгосрочных инвестиций.

Во-вторых, с 01.01.2014 г. вступил в силу Федеральный закон от 28.12.2013 №410-ФЗ «О негосударственных пенсионных фондах» и отдельные законодательные акты Российской Федерации», предусматривающий, что все НПФ, осуществляющие деятельность в качестве страховщика по обязательному пенсионному страхованию (ОПС), должны поменять свою организационно-

правовую форму [1]. До 01.01.2016 такие фонды, являющиеся в настоящее время некоммерческими организациями, должны быть преобразованы в акционерные общества. Те НПФ, которые не осуществляют деятельности в качестве страховщика по ОПС, подлежат преобразованию в акционерные пенсионные фонды до 01.01.2019 г. В противном случае и первые и вторые будут ликвидированы.

Следует уточнить, что сложность акционирования состоит в определении окончательного состава акционеров. Пока НПФ оставались некоммерческими организациями, смена их собственников нигде не отражалась. В результате сейчас во многих случаях достаточно сложно проследить за тем, кто является фактическим собственником фонда. Также акционирование автоматически увеличивает долговую нагрузку таких компаний, что может негативно сказаться на отчётности и капитализации.

В-третьих, с 01.01.2015 вступил в силу Федеральный закон от 28.12.2013 № 424-ФЗ «О накопительной пенсии» [2]. Он отказывает гражданам в единой пенсии, в которую входят накопительная и страховая части, и устанавливает две самостоятельные пенсии: накопительную и страховую. Страховая пенсия ежегодно индексируется государством на уровне не ниже инфляции. Накопительная пенсия зависит исключительно от результатов её инвестирования [4].

Таким образом, можно выделить основные проблемы развития негосударственного пенсионного обеспечения в РФ:

- Низкая активность населения в вопросах участия в негосударственном пенсионном страховании. Такое явно недостаточное развитие негосударственного пенсионного обеспечения в нашей стране определяется, прежде всего, отсутствием в обществе страховой культуры, традиции заботы в трудоспособном возрасте о материальном обеспечении на старость;
- Низкая средняя заработная плата, которая не позволяет сформировать подавляющему большинству наёмных работников значительный страховой и накопительный элементы к моменту выхода на пенсию;
- Демографическая ситуация в стране, связанная с увеличением доли по-

жилых людей, утративших или частично утративших способность обеспечивать себя трудовыми доходами;

- Высокий уровень инфляции, который не позволяет обеспечить высокую доходность и значительный прирост накопительного элемента;
- Ёмкость российского финансового рынка, который не в состоянии освоить значительные инвестиционные ресурсы пенсионных фондов;
- Отсутствие долгосрочных финансовых инструментов, в которых должны размещаться накопительные пенсионные средства;
- Снижение роста внутреннего валового продукта (ВВП);
- Политические риски, выражающиеся в постоянном изменении условий функционирования всей пенсионной системы и противоречивость современных долгосрочных программ развития.

Главными сдерживающими факторами в развитии системы НПФ являются:

- Низкая осведомлённость и финансовая грамотность населения;
- Недоверие граждан к финансовой сфере в целом и институту НПФ в частности;
- Отсутствие развитого и зрелого социального сотрудничества между НПФ и работодателями;
- Недоработки законодательства.

Среди мер, направленных на совершенствование деятельности НПФ, мы можем выделить следующее:

- Разработка новых, более выгодных условий пенсионного страхования (акции для клиентов);
- Повышение качества реализации законодательной базы относительно негосударственного пенсионного страхования;
- Расширение спектра предоставляемых услуг (страхование накоплений).

Прогнозы экспертов в области пенсионного обеспечения для нашей страны неутешительны: демографический кризис и старение населения приведут к тому, что через 15 лет количество работающих и пенсионеров сравняется. В этих условиях страховая пенсия тех, кто выйдет на пенсию в 2025-2035 годах,

будет формироваться вдвое меньшим числом работающих, чем сейчас, то есть в условиях дефицита средств. Современная пенсионная система России даёт выход из сложившейся ситуации – это накопительная пенсия, при этом на негосударственные пенсионные фонды возлагается основная задача – обеспечить приемлемый уровень пенсионного обеспечения [5, с. 136].

По мере развития и укрепления такого института, как негосударственный пенсионный фонд, необходимо качественно совершенствовать процесс его регулирования. Следует иметь в виду, что система государственного регулирования деятельности НПФ должна охватывать пенсионные, налоговые, трудовые, корпоративные, антимонопольные отношения, затрагивать вопросы саморегулирования. В ходе государственного регулирования представляется целесообразным соблюдение определённых принципов по размещению средств пенсионных резервов и инвестированию средств пенсионных накоплений, а именно: адекватности инвестиционной стратегии с целью достижения сохранности средств и обеспечения доходности, достижения диверсификации и ликвидности инвестиционных портфелей, профессионального управления инвестиционным процессом [3, с. 91].

#### **Список литературы:**

1. О негосударственных пенсионных фондах. Федеральный закон от 7 мая 1998 г. № 75-ФЗ, с изменениями и дополнениями от 29.07.2017г. Принят Государственной думой 08.04.1998г. Одобрен Советом Федерации 22.04.1998 г.// Российская газета от 13 мая 1998 г. N 90.
2. О накопительной пенсии. Федеральный закон от 28.12.2013 N 424 ФЗ, с изменениями и дополнениями от 23.05.2016.Принят Государственной Думой 23.12.2013г. Одобрен Советом Федерации 25.12.2013г. // Российская газета от 30 декабря 2013 г. N 295.
3. Аксютин С.В. Современные аспекты негосударственного пенсионного обеспечения // Качество жизни. – 2013. - №2(64). – С. 87-93.
4. Болдырев Б.М. Особенности пенсионного страхования в РФ, мораторий на взносы накопительной части пенсии // Universum: экономика и юриспруденция: электрон. научн. журн. - 2016. - №11(32).
5. О формировании и расчёте будущих пенсий: информация Пенсионного фонда РФ от 05.01.2015 // Местное самоуправление: организация, экономика и учёт. – 2015. - №2. – С. 93-95.

## УГРОЗЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В РОССИИ

**Синякова Ирина Эдуардовна**

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

*научный руководитель: **Стельмах Алексей Александрович**  
кандидат экономических наук, доцент*

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

Рынок интернет-торговли - это неотъемлемая часть экономики любого государства. Широкое распространение данного вида деятельности в Российской Федерации связано с осознанием очевидных преимуществ торговли через среду интернет. Показатели объема интернет-продаж растут быстрыми темпами, оказывая все большее влияние на экономику. Поэтому вопрос о состоянии и перспективах развития отечественного рынка интернет-торговли является одним из важнейших и актуальных.

Всего на российском рынке онлайн-торговли работают более 40 тысяч компаний, которые конкурируют по цене, качеству и скорости обслуживания, а также удобству использования.

Российский рынок интернет-торговли в первом полугодии 2017 года вырос на 22% до 498 млрд. руб. по сравнению с аналогичным показателем прошлого года. Трансграничная онлайн-торговля в России за первые полгода составила около 178 млрд. руб. Сейчас рынок интернет-коммерции составляет около 36% от всей цифровой экономики России. Доля трансграничной торговли в общем объеме интернет-торговли в России (в денежном выражении) в I полугодии 2017 г. увеличилась на 4% и составила 37%. По прогнозу Ассоциации компаний интернет-торговли, к концу года рынок вырастет на 25%, впервые превысит порог в 1 трлн. руб. и составит 1,15 трлн. руб. Трансграничная онлайн-торговля в России вырастет до 420 млрд. руб. в 2017 году [2].

Средний чек покупок в российских интернет-магазинах составляет 5,37 тыс. руб., покупок россиян в зарубежных интернет-магазинах - 3,4 тыс. руб. 90% покупок россиян в иностранных интернет-магазинах приходятся на китайские площадки, основная из которых - AliExpress. На втором месте по посе-

щаемости находится российский гипермаркет Ozon.ru, а на третьем – американский онлайн-аукцион eBay.

Согласно данным исследовательской компании GfK Group, количество интернет-пользователей в РФ (старше 16 лет) составляет примерно 84 млн. чел. (примерно 70,4% населения страны, без учета Крымского федерального округа). Это потенциальная российская аудитория интернет-магазинов как отечественных, так и зарубежных [4].

Рост оборота интернет-торговли в ближайшие несколько лет будет происходить не за счет увеличения частоты онлайн покупок, а за счет ряда мер, инициированных самими предпринимателями, в том числе:

- онлайн продажи в регионах. Основным двигателем роста станет интернет-торговля в регионах. Ускоренное проникновение Интернета, рост информатизации страны (включая мобильный сегмент) и совершенствование логистических каналов способствуют быстрому развитию онлайн-рынка. В ближайшие несколько лет наибольший потенциал роста для Интернет-торговли будут иметь города-миллионеры. Более того, к 2020 г., по экспертным оценкам, в РФ на регионы будет приходиться до 80% онлайн-покупателей и около 65% от общего объема российского рынка интернет-торговли;
- расширения ассортимента. Участники рынка будут вести поиск новых поставщиков товаров, преимущественно предлагающих более низкие закупочные цены, или перепрофилироваться в торговые площадки. Кроме того, изменение ассортиментной политики может позволить занять новую нишу на рынке;
- внедрения новых услуг и сервисов. В целях привлечения новых клиентов интернет-предприниматели должны внедрять решения, улучшающие обслуживание онлайн-потребителей и повышающие клиентскую лояльность. Также подобные сервисы могут служить дополнительным источником дохода.

Несмотря на наличие двигателей роста, влияние сдерживающих факторов

может негативно отразиться на развитии российского рынка интернет-торговли.

Среди таких угроз фигурируют:

- низкая покупательная способность населения. По оценкам Института «Центр развития» НИУ ВШЭ существенного роста реальных доходов населения в РФ в ближайшем будущем не произойдет. Кроме того, население настроилось на сберегательную модель поведения вследствие кризиса 2014-2015 гг. Это может привести к дальнейшему снижению частоты покупок в интернет-магазинах. Однако средний чек может начать увеличиваться по причине роста цен на товары;
- слабо развитые логистические каналы в масштабе страны. Несмотря на успехи ФГУП «Почта России» в улучшении доставки для интернет-магазинов, логистика пока остается слабым звеном. Некоторые интернет-предприниматели самостоятельно планируют налаживать логистические каналы на базе собственных физических представительств. Данный способ решения проблемы достаточно затратный, поэтому его смогут позволить только крупные игроки. Для среднего и малого бизнеса выходом становится торговые площадки с логистической составляющей;
- рост трансграничной торговли. В настоящий момент отечественные предприниматели находятся не в равных конкурентных условиях, по сравнению с зарубежными интернет-продавцами. Это происходит из-за налоговой нагрузки, которую несут только отечественные интернет-магазины (товары из-за рубежа не облагаются ввозным НДС). Поэтому государству требуется оказывать помощь российским интернет-предпринимателям;
- низкий уровень доверия к интернет-магазинам. Несмотря на довольно высокое распространение Интернета в РФ, повышение уровня технологичной грамотности, финансовой культуры (пользование безналичными средствами оплаты), проблемой российской интернет-торговли является недоверие к интернет-магазинам и к качеству предлагаемой продукции. Это связано с тем, что риск приобретения нелегального товара в РФ дос-

таточно высок. Однако совершенствование законодательства с целью устранения правовых коллизий, выравнивание конкурентных преимуществ между отечественными и зарубежными игроками, налаживание логистических каналов даст рынку новый толчок в сложных макроэкономических условиях;

- безопасность платежей. Почти 70% покупателей оплачивают покупки наличными. 62% российских потребителей отметили, что не доверяют онлайн-магазинам информацию о своей банковской карте, 57% сомневаются, что данные, переданные через сеть, находятся в безопасности. Для безопасности платежей в октябре 2013 года сервис «Яндекс.Деньги» стал предлагать интернет-магазинам платежи с карт, через терминалы, мобильный телефон, получив PCI DSS (сертификат Visa и MasterCard) [5].

Таким образом, российские интернет-магазины требуют существенных инвестиций в развитие онлайн-бизнеса. Двигателями развития и роста рынка онлайн-торговли в России являются активное проникновение Интернета (преимущественно мобильного) и постепенное сглаживание информационного отставания в регионах; рост общей технической грамотности, налаживание надежных местных и международных логистических связей, позволяющих осуществить доставку в любой населенный пункт Российской Федерации и за границу. Однако влияние угроз продолжает играть существенную роль в развитии рынка интернет-торговли. Основными барьерами являются консервативное отношение к покупкам у существенной доли регионального населения; ограниченная локальная доступность интернет-магазинов вследствие слабой организации службы доставки в конкретном регионе или пунктов выдачи товаров; проблема недостаточной осведомленности пользователей Интернета об электронных картах оплаты, которые значительно облегчают процесс оплаты товаров и услуг, проблема доверия потенциальных покупателей к онлайн-торговле. Также для эффективного регулирования рынка требуется усовершенствование законодательства в области интернет-торговли.

### Список литературы:

1. Казакова К.В. Перспективы развития интернет-торговли в России / Казакова К.В., Пушилин Д.В. // *Фундаментальные исследования*. - 2014. - № 12(9). - С. 1968-1972; [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.fundamental-research.ru/ru/article/view?id=36472>
2. Рынок интернет-торговли в России впервые превысит 1 трлн. руб. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/59b79ab79a79474746809966>
3. Седых И.А. Рынок интернет-торговли в РФ // *Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики*. - 2016. - С. 58.
4. Тенденции развития Интернет-аудитории в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.gfk.com/ru/insaity/press-releaseissle\\_dovanie-gfk-tendencii-razvitija-internet-auditorii-v-rossii/](http://www.gfk.com/ru/insaity/press-releaseissle_dovanie-gfk-tendencii-razvitija-internet-auditorii-v-rossii/)
5. Третьяков Арсений Угрозы и перспективы интернет-торговли // «Эксперт Северо-Запад». - 2014. - №18-19 (666). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://expert.ru/northwest/2014/19/ugrozyi-i-perspektivy-internet-torgovli/>

### ФАКТОРЫ, ФОРМИРУЮЩИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ СТИРАЛЬНЫХ ПОРОШКОВ

**Соловьева Юлия Ивановна**

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

**Мазунина Татьяна Александровна**

*кандидат фармацевтических наук, доцент*

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

В настоящее время в любой стране мира существуют рыночные отношения. Предприятий, которые выпускают однородную продукцию, огромное количество. Между такими предприятиями существует конкуренция. Конкуренция (лат. – «сталкивание») является формой взаимного соперничества субъектов рыночной экономики. Конкуренция обязывает производителей создавать конкурентоспособный товар.

Конкурентоспособность продукции – это способность продукции отвечать требованиям данного рынка в рассматриваемый период по сравнению с аналогами-конкурентами. Конкурентоспособность товара формируется в условиях внутренней среды (предприятия-изготовителя и предприятия-продавца) и внешней среды (отрасли, страны, мирового рынка).

Фактор конкурентоспособности – непосредственная причина, наличие которой необходимо и достаточно для изменения одного или нескольких кри-

териев конкурентоспособности.

По этапам обеспечения факторы, формирующие конкурентоспособность делятся на производственные, сбытовые, сервисные и рыночные.

К производственным факторам, формирующим конкурентоспособность товаров, относятся следующие группы факторов:

- факторы, формирующие качество продукции;
- факторы, формирующие цену;
- управленческие факторы [1].

Рассмотрим производственные факторы, формирующие конкурентоспособность товара на примере стиральных порошков.

Стиральный порошок – это порошкообразное синтетическое моющее средство, предназначенное для стирки.

Ассортимент стиральных порошков достаточно многообразен. Существуют стиральные порошки различного назначения, состава, торговых марок, поэтому оценка их конкурентоспособности является главной задачей для каждого производителя.

Качество товара является основной составляющей его конкурентоспособности. Поэтому производители уделяют особое внимание, обеспечению высокого качества продукции, устанавливая контроль на всех стадиях производственного процесса, начиная с контроля качества используемого сырья и заканчивая определением соответствия выпущенного продукта техническим характеристикам.

К факторам, формирующим качество стиральных порошков, относятся сырье и технология производства.

В настоящее время химическая промышленность выпускает большое количество различных синтетических моющих средств (стиральных порошков).

В состав стиральных порошков входят следующие вещества:

- поверхностно-активные вещества (ПАВ);
- вещества, создающие среду при растворении моющего средства;
- ресорбенты;

- стабилизаторы пены;
- отбеливатели;
- антистатики;
- ферменты или инзимы;
- подсинивающие вещества;
- подкрахмаливающие вещества;
- ароматизаторы (отдушка) [3].

Технология производства стиральных порошков состоит из нескольких этапов:

1. Приготовление композиции – смешивание поверхностно-активных веществ со вспомогательными веществами в определенном соотношении в соответствии с рецептурой.
2. Гомогенизация – приготовленную в виде раствора композицию фильтруют и пропускают через коллоидную мельницу для придания ей однородности. Композиция содержит 40-60% твердых веществ и 40-60% воды.
3. Сушка – состоит в распылении раствора в сушильных камерах с помощью форсунок. При таком способе сушки порошки получают в гранулированном виде.
4. Фасовка – используется шнековый дозатор.
5. Упаковка – упаковывают в картонные коробки, термосвариваемые полиэтиленовые или полипропиленовые пленки.

Конкурентоспособный товар - это товар, выгодно отличающийся от аналогов-конкурентов по системе качественных и социально-экономических признаков. Конкурентоспособным является тот товар, комплекс потребительских и стоимостных свойств которого обеспечивает ему коммерческий успех на рынке [5].

Производство такого товара на предприятии в современных условиях зависит от того, насколько успешно решаются проблемы, связанные с конкурентоспособностью выпускаемой продукции. Только решив эту проблему, предприятие может эффективно функционировать и развиваться в рыночной среде.

Исходя из того, что конкурентоспособность стиральных порошков опре-

деляется их способностью выдерживать конкуренцию, составляющим элементом конкурентоспособности является цена.

К факторам, формирующим цену стиральных порошков, относятся стоимость сырья, трудоемкость технологического цикла, объем производства, прибыль, отчисления, заработная плата и др.

Рассмотрим ценообразующие факторы на примере АО «Нэфис Косметикс». АО «Нэфис Косметикс» является производителем стиральных порошков под такими торговыми марками, как «ViMax», «Sorti», «Биолан», «Я родился» и «AOS».

Затраты на производство зависят от формулы стирального порошка, его вида и состава.

Оборудование для производства стирального порошка имеет следующие производственные зоны: зона хранения сырья (сухого и жидкого); дозирования сырья; зона подачи раствора; распыления и сушки готового порошка; задняя дозировка сырья; система контроля.

Также необходимо оборудование для фасовки и упаковки готовой продукции. Вид оборудования для упаковки зависит от вида упаковки: полиэтиленовые упаковки или коробки из картона.

Ниже, в таблице 1, представлены основные затраты на производство стирального порошка и их примерная стоимость.

Таблица 1

**Основные затраты на производство стирального порошка и их стоимость**

Наименование	Стоимость, руб.
Закупка сырья	120 000
Стоимость производственного оборудования	250 000-500 000
Стоимость оборудования для упаковки	240 000 – 420 000
Заработная плата	400 000
Налоги	130 000

Так затраты на конечный продукт, в среднем, составляют 51,5 руб.

Таким образом, цена позволяет осуществлять продажу стиральных порошков по более низким ценам, чем конкуренты. Низкая цена может служить инструментом проникновения на новые рынки; низкая цена используется предприятием как барьер против выхода на рынок конкурентов; в ряде случаев

предприятие проводит снижение цен как ответ на действия конкурентов.

Управленческие факторы конкурентоспособности стиральных порошков позволяют эффективно задействовать качество и цену.

В условиях конкуренции качество стиральных порошков должно обеспечивать конкурентоспособность продукции. Поэтому производителя должны интересовать, прежде всего, те свойства продукции и уровень параметров, их определяющий, которые представляют интерес для покупателя и обеспечивают удовлетворение его потребностей.

Управление конкурентоспособностью предприятия в условиях рынка заключается в рациональном использовании имеющихся конкурентных преимуществ, наращивании перспективных направлений, а также в оценке, анализе и учете факторов рыночной среды, повышающих или понижающих конкурентоспособность предприятия в процессе его хозяйственной деятельности, выборе и реализации соответствующей стратегии и тактики для достижения намеченной цели развития.

АО «Нэфис Косметикс» постоянно совершенствует уровень управления предприятием.

Управленческим фактором конкурентоспособности продукции является политика в области качества, проводимая АО «Нэфис Косметикс».

Качество для АО «Нэфис Косметикс» - это важнейший показатель конкурентоспособности.

В осуществлении изложенной концепции руководство АО «Нэфис Косметикс» берет на себя обязательство, следуя следующим целям:

- Категорию «качество» распространить на все виды деятельности; управление процессами осуществлять на основе выверенных, документированных процедур.
- Качество продукции рассматривать как главную, первоочередную цель для обеспечения экономической стабильности предприятия.
- Осуществлять коммерческую деятельность на принципах современного маркетинга.

- Осваивать новые виды продукции на основе анализа перспективных рынков продукции и конкретизированных требований, запросов, ожиданий потребителя.
- Обеспечить стабильность качества продукции на фундаменте внедрения прогрессивных материалов, новых технологических процессов.
- Снижать затраты на производство и реализацию продукции.
- Обеспечивать соответствие системы менеджмента качества требованиям международного стандарта ИСО 9001, постоянно повышать результативность системы менеджмента качества, делать качество управляемым.
- Способствовать повышению квалификации, опыта, инициативы и понимания целей предприятия каждым работником [4].

АО «Нэфис Косметикс» берет на себя ответственность за реализацию политики в области качества предприятия и обязуется неукоснительно следовать изложенным принципам.

Управленческие факторы конкурентоспособности стиральных порошков позволяют оценить деятельность предприятия по повышению качества и конкурентоспособности стиральных порошков.

Таким образом, к факторам, формирующим конкурентоспособность стиральных порошков, относятся факторы, формирующие качество, факторы, формирующие цену и управленческие факторы.

К факторам, формирующим цену стиральных порошков, относятся стоимость сырья, трудоемкость технологического цикла, объем производства, прибыль, отчисления, заработная плата и др.

Управленческие факторы позволяют эффективно задействовать качество и цену.

#### **Список литературы:**

1. Лифиц И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг. Учебное пособие. – М.: Высшее образование; Юрайт, - 2013.
2. Вилкова, С. А. Товароведение и экспертиза хозяйственных товаров. - М.: Дашков и К, 2014.
3. Коник Н. В. Товароведение продовольственных товаров. - М.: Альфа-М:

НИЦ ИНФРА-М, 2015.

4. АО «Нэфис Косметикс». Официальный сайт. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.nefco.ru/#Yy0xLTA=>
5. Конкуренентоспособность стирального порошка. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.survio.com/survey/d/X8P9E2Z6V9J5Q4N2G>
6. Управление качеством как фактором конкурентоспособности. [Электронный ресурс] - Режим доступа: [https://revolution.allbest.ru/management/00557171\\_0.html](https://revolution.allbest.ru/management/00557171_0.html)

## **ОПТИМИЗАЦИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО РАЗМЕЩЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ**

**Солуязикова Вероника Николаевна**

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

*научный руководитель: Саркисян Лев Григорьевич*

*кандидат экономических наук, профессор*

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

В последние два десятилетия розничная торговля в России переживает период интенсивного роста. Для входа в отрасль нет высоких барьеров, на этом рынке оперирует много независимых предприятий, оказывающих однородные услуги. Высокий уровень конкуренции в розничной торговле требует от компаний обоснованного выбора эффективных стратегий, в том числе научного подхода к определению месторасположения торговых предприятий. Это особенно актуально для тех предпринимателей, которые стремятся развиваться в формате торговых сетей. В настоящее время важным является не только исследование ситуации, сложившейся на рынке услуг розничной торговли, но и выработка методических рекомендаций по научному обеспечению процессов организации и регулирования развития торговой сети в крупных городах, что еще раз подтверждает актуальность темы исследования.

Принцип концентрации предполагает возможность охвата зон деятельности мелких по масштабам локальных и региональных предприятий зонами функционирования оптовых формирований национального или межрегионального уровня. С основными принципами в современных условиях тесно связан принцип конкурентности, что предполагает учет реальной конкурентной ситуа-

ции на оптовом рынке в целом, отдельных товарных рынках и в регионах. На размещение оптовых предприятий непосредственно влияет также ряд таких факторов, как функциональный уровень оптового формирования и зона его деятельности; номенклатура товарных групп; состояние розничной торговой сети и объемы ее деятельности в зоне обслуживания; уровень развития транспортных путей сообщения в регионе.

Важными составляющими для эффективного развития услуг торговли в городе является не только рост торговых площадей, но и удобство расположения их внутри города, и доступность для населения, что характеризует структуру предприятий услуг розничной торговли. Принципы рационального размещения торговых предприятий, разработанные еще профессором С.В. Серебряковым в конце прошлого века, в условиях рыночной экономики остаются актуальным для органов местного самоуправления инструментом гарантии соблюдения стандартов минимальной обеспеченности населения торговыми площадями посредством мотивации бизнес-структур.

Реализация проектов по развитию городской розничной сети всегда начинается с анализа факторов спроса и предложения. Традиционно выделяемые факторы, формирующие спрос на локальных рынках, включают характеристику населения (численность и состав), потребительское поведение, плотность населения, мобильность населения, средний размер семей, средний возраст семей, среднедушевой доход. К факторам, определяющим предложение на локальных рынках, относятся средняя торговая площадь розничного предприятия, средняя торговая площадь розничного торгового предприятия в расчете на одного покупателя, темпы роста числа розничных торговых предприятий, уровень конкуренции (число, размеры и специализация торговых предприятий, потенциальных конкурентов). Соглашаясь с данной классификацией и принимая во внимание многообразие подходов к определению факторов, влияющих на размещение предприятий торговых услуг. По нашему мнению, при оценке сложившейся или планируемой структуры городской торговой сети для целей дальнейшего регулирования ее развития и с учетом современных особенностей торговли, не-

обходимо рассматривать ситуацию несколько под другим углом, а именно, с точки зрения наличия и воздействия факторов предпринимательской и потребительской активности.

Рассматривая население города, как совокупность индивидов, нуждающихся ежедневно в определенном объеме продуктов питания и в соответствии с современным взглядом на торговый процесс, как высокотехнологичную маркетинговую процедуру, способную адаптироваться к запросам потребителей, мы предлагаем не принимать во внимание воздействие некоторых факторов, оказывающих менее серьезное влияние на общие закономерности размещения предприятий в городе. Так, средний душевой доход населения, проживающего в различных частях города, а также демографические факторы, определяющие в первую очередь ассортиментную и ценовую политику открываемого магазина, при оценке развития городской сети предприятий, услуг розничной торговли в целом менее значительны. При анализе обеспеченности населения торговыми площадями и других социально значимых показателей развития услуг торговли, в частности доступности и равномерности развития торговой розничной сети, более важным является расстояние от торговых объектов до потребителей.

Потребители, проживающие на определённой территории, выбирая предприятие торгового обслуживания, будут проявлять свою активность, удовлетворяя спрос на товары и продукты, с учетом оценки таких факторов, как размер и специализация торгового предприятия, ассортимент товаров и доступность магазина, а также качество предлагаемой торговой услуги.

Покупатель, принимающий решение о покупке товаров постоянного спроса, оценивает следующий комплекс факторов предложения на рассматриваемом рынке – количество магазинов, доступность их для потребителя – «шаговая» или транспортная, поскольку они определяют объем финансовых и временных затрат и требуют определенной степени мобильности. Предприниматели, реализующие ценовые стратегии и нацеленные на различные по доходности сегменты потребителей, размещая на территории города торговые предприятия,

ориентируются на целый ряд транспортных, социальных и градостроительных факторов, включая сложившееся функциональное, жилое зонирование, внутри которого особое внимание уделяется показателям численности и плотности населения, что напрямую влияет на объемы потребления продукции.

Предприятия регионального и локального уровней имеют целью максимально приблизить к районам потребления, равномерное рассредоточение по территории городских поселений и сельских административных районов. При этом необходимо постоянно соблюдать экономическую целесообразность и конкурентоспособность, что предусматривает избежание нерационального дублирования, скопления оптовых предприятий с аналогичным ассортиментом, монопольного охвата отдельных сегментов товарного рынка ограниченным количеством субъектов оптовой торговли.

При анализе размещения розничных торговых предприятий существенное значение имеет система показателей, позволяющая дать обобщенную оценку действующей сети и направлений ее развития. Базой для принятия решения о размещении торговой сети должна быть статистическая информация. Число торговых предприятий должно быть таким, чтобы обеспечить всем потребителям полноценные покупки при минимальных затратах времени. Конечно, не все потенциальные потребители являются фактическими покупателями, но в общей массе величина фактических покупателей является постоянной по отношению ко всему населению. Поэтому уровень обеспеченности потребителей предприятиями торговли можно определить с некоторой степенью условности путем соотнесения числа предприятий или их площади с общей численностью населения отдельного района и города в целом. Для этого надо выявить зоны, где торговые предприятия наиболее востребованы.

- Во-первых, для того чтобы быть востребованным достаточным количеством потребителей, торговое предприятие должно располагаться в районах с большой плотностью населения. Для выявления таких зон применяются данные об этажности жилой застройки в городе, на основании которых строится карта плотности населения.

- Во-вторых, чтобы уменьшить влияние конкуренции, торговое предприятие должно располагаться вне зоны обслуживания аналогичных существующих предприятий. Для определения таких зон была использована методика, в соответствии с которой строится карта конкурентоспособности магазинов на изучаемой территории. Методом анкетирования была оценена конкурентоспособность магазинов. На основе данных о расстоянии между предприятиями торговли и их показателей конкурентоспособности определялись равновозможные точки, то есть те, находясь в которых, потребители будут посещать конкурентов с равной вероятностью. Полученные результаты отображались на карте города.
- Третье условие эффективное расположение предприятий розничной торговли - интенсивность покупательских потоков.

Необходимо выявить участки, в которых плотность покупательского потока велика. Исследование потребительских потоков проводится методом наблюдения и регистрации пешеходов по разработанному графику в будние и выходные дни, с учетом цикличности времени суток.

Перевод данных численности населения различных кварталов в единую систему измерения, позволяет давать сравнительные оценки равномерности и обеспеченности торговыми площадями. Рассмотрим специальный метод, опирающийся на анализ городской сети предприятий услуг розничной торговли и расселения в городе с использованием алгоритма, выявляющего статус территории.

Методика предполагает проведения ряда этапов:

- 1) идентификацию на карте города жилых зон различной этажности;
- 2) расчет плотности населения по идентичным зонам;
- 3) определение расположения торговых объектов в соответствии с их размером и адресом;
- 4) расчет численности населения разнородных зон и перевод ее в равномерное поле карты;
- 5) сопоставление полученных данных о численности населения с торго-

выми площадями предприятий услуг розничной торговли.

Использование алгоритма позволяет маркировать ячейки в соответствии с результатами, полученными в ходе анализа и сопоставления нормативной и фактической площадей торговых объектов следующим образом:

С – «зона стабильности» – территория города с относительно развитой торговой сетью, не требующая развития, поскольку она может иметь избыток торговых площадей;

К – «зона корректировки» – территория, на которой требуется небольшая корректировка в построении городской торговой сети;

Р – «зона развития» – территория, на которую требуется обратить особое внимание при развитии сети торговых объектов.

Информация о недостатке торговых площадей может стать основанием для пересмотра сложившейся торговой сети органами муниципального управления и реорганизации ее структуры, а также разработке предложений по ее совершенствованию с привлечением к реализации проектов бизнес-структур.

Таким образом, при принятии решения о выборе месторасположения торгового предприятия необходим статистический анализ состояния розничной торговли в городе, который позволит дать обобщенную оценку действующей розничной сети и направлений ее развития. Для комплексной оценки пространственного размещения дислокации торговых предприятий и мест концентрации потенциальных потребителей, необходимо проведение геомаркетинговых исследований. Данные, которые можно получить в результате статистического и геомаркетингового исследования, позволят выявить районы на территории города, насыщенные торговыми предприятиями, либо обеспеченные не в достаточной мере предприятиями торговли. На основе полученных результатов принимаются решения об оптимизации размещения предприятий торговли, что позволит повысить уровень торгового обслуживания, сократить затраты времени потребителей на совершение покупок, повысить социально-экономическую эффективность торгового обслуживания.

## **ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ И ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ СРЕДИ РАЗЛИЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ГРУПП**

**Стенникова София Борисовна**

*курсант Пермского института*

*Федеральной службы исполнения наказаний России*

**научный руководитель: Гилязетдинов Марат Рамилевич**

*преподаватель Пермского института*

*Федеральной службы исполнения наказаний России*

Финансовый аспект в современном мире является одним из самых значимых аспектов в жизнедеятельности любого современного человека. Участие населения в пенсионных, страховых программах, расширение финансовых возможностей и финансовых продуктов повышает личную ответственность индивидов за собственные решения, как следствие, и за своё экономическое благополучие в будущем [2]. Получается, что в настоящее время развитие рыночных отношений требует от человека необходимых познаний, поэтому основные вопросы финансовой грамотности как никогда являются актуальными. Обладая основами финансовой грамотности, человек может защитить себя от мошенничества в сфере экономики, а также обеспечить своё финансовое благополучие.

В последнее время в большинстве развивающихся и развитых стран мира большое внимание уделяется проблематике повышения финансовой грамотности населения. Знания в сфере финансов необходимы всем социальным группам: детям они дают представление о ценности денег и закладывает фундамент для дальнейшего развития навыков планирования бюджета, молодёжи они необходимы для решения проблем финансирования дальнейшего образования, а также улучшения жилищных условий. Финансовая грамотность необходима и для граждан зрелого возраста для оценки рисков и принятых решений при инвестировании сбережений, для соотношения таких понятий, как «сбережение» - «потребление» и для планирования пенсионного обеспечения. В будущем финансовая грамотность населения обеспечит приток средств граждан в экономику страны, развитие конкуренции на финансовых рынках и укрепление финансовой стабильности.

В последние десятилетия наблюдается усложнение системы финансов,

ускорение процесса глобализации. В связи с появлением широкого спектра продуктов и услуг перед людьми ставятся новые задачи, к которым они оказываются не готовы. Ввиду отсутствия у граждан достаточных финансовых знаний и навыков планирования бюджета в обществе копятся риски, способные перерасти в проблемы национального масштаба.

Понятие «финансовая грамотность» не имеет строгой интерпретации. Методика социологического исследования, разработанная НАФИ, основывалась на изучении объективных и субъективных факторов финансовой грамотности [4]. Многие авторы трактуют данный термин, как набор компетенций в сфере управления личными финансами [4].

Рыжовская Л.Ю. дала следующее определение: финансовая грамотность – элемент человеческого капитала, неотделимая «от человека способность сознательно участвовать в общественном воспроизводстве в качестве инвестора, которая при разумном и ответственном подходе к выбору финансовых инструментов должна генерировать подход или, по крайней мере, обеспечивать финансовую стабильность носителей знаний» [3].

Следовательно, финансовая грамотность включает в себя три элемента:

1. Целеполагание – базис финансовой грамотности, отвечающий за формирование у индивидов потребностей в финансовых услугах, понимания последствий своих действий.
2. Знания о финансовых институтах.
3. Навыки использования полученных знаний о финансовой системе.

Благополучие граждан и социально – экономическое развитие страны в современных условиях зависят от следующих факторов:

- уровень финансовой грамотности всего населения, подготовленного системой образования к принятию самостоятельных, тщательно обдуманных решений, связанных с управлением не только «карманными деньгами», но и финансами домашних хозяйств;

- способность системы образования своевременно реагировать как на спрос экономики на высококвалифицированные кадры для любого сектора, так

и на постоянное повышение их функциональной грамотности с целью полной адаптации населения к условиям и вызовам современного мира.

Высокая финансовая грамотность населения оказывает огромное влияние на экономику государства, а также на уровень благосостояния и доходы граждан:

- повышает уровень пользования финансовыми продуктами, прозрачность финансовых рынков, стабильность рынков;
- способствует увеличению числа добросовестных заемщиков, снижает степень кредитных и репутационных рисков банков;
- обеспечивает защиту от мошенничества, повышает финансовую безопасность граждан.

Экспертный совет по финансовой грамотности при Банке России намерен разработать специальную методику измерения финансовой грамотности среди населения [1]. Этот шаг позволит выявить эффективность ныне действующих программ финансового просвещения российских граждан. В настоящее время в Российской Федерации нет единой методики измерения уровня финансовой грамотности.

В большинстве своём старшее поколение в силу условий эпохи не имело возможности получения практических знаний в области финансов и, как следствие, не могло передать опыт своему поколению. Современное поколение российской молодежи, живущее в условиях рыночной экономики, остро нуждается в освоении элементарных навыков планирования, сбережения и приумножения своими личными финансами. Возможно, именно поэтому, в России наблюдается интерес к вопросам повышения финансовой грамотности. Так в 2014 проводилось исследование, определяющее уровень финансовой грамотности школьников. По его результатам, наша страна заняла 10 место из 18 стран: чуть более 80% продемонстрировали наличие знаний и умений в области финансов и готовность их использовать. Лидерами в вопросах финансовой грамотности стали школьники Шанхая, Австралии, Бельгии, имеющие долгосрочные программы финансовой грамотности, что ещё раз доказывает их высокую эффективность.

Как представляется, вложения в повышение финансовой грамотности молодежи принесут наибольшую отдачу в стратегическом плане, так как основы знаний в сфере финансов будут закладываться сразу у целого поколения. Такой метод позволит достичь максимального охвата различных слоёв населения, поскольку дети из всех социальных групп учатся в школах или ВУЗах. Поэтому именно в раннем возрасте необходимо заложить стимулы к самообразованию на протяжении всей жизни, в нашем случае, в сфере финансов.

Таким образом, модернизация экономики России целиком зависит от создания целостной системы повышения финансовой грамотности молодежи [6]. Главным результатом станет то, что каждый гражданин нашей страны сможет чётко осознавать свои возможности, права, защиту этих прав на финансовом рынке, с высокой степенью ответственности принимать финансовые решения, учитывая их влияние на личное благосостояние и экономику страны в целом.

#### **Список литературы:**

1. Банк России. Уровень финансовой грамотности населения России будет измерен с использованием специально разработанной методики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.cbr.ru/Press/print.aspx?file=press\\_centre/event\\_20102015.html](http://www.cbr.ru/Press/print.aspx?file=press_centre/event_20102015.html)
2. Белехова Г.В. Территориальные финансы/К вопросу о финансовой грамотности населения, 2014 год. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-finansovoy-gramotnosti-naseleniya>
3. Концепция Национальной программы повышения уровня финансовой грамотности населения Российской Федерации / Федеральная служба по финансовым рынкам. – М., 2009. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.fcsm.ru/common/upload/Kontsepsiya.doc>
4. Субъективные основания объективных показателей изучения финансовой грамотности населения / Д.В. Моисеева, Н.В. Дулина / – М., 2010. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.aucu.ru/files/documents/44redaktor/nauka/izdaniya/nauch\\_potentsial/4/moiseeva\\_dulina.pdf](http://www.aucu.ru/files/documents/44redaktor/nauka/izdaniya/nauch_potentsial/4/moiseeva_dulina.pdf)
5. Уксусова М.С. Повышение финансовой грамотности молодежи как условие модернизации экономики России// Современные научные исследования и инновации. 2014. № 12 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.web.snauka.ru/issues/2014/12/43071>

## **ЭКОНОМИКО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ЭЛЕКТРОННЫХ ДЕНЕГ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Степанова Екатерина Алексеевна**

*студентка Оренбургского филиала РЭУ им. Г.В.Плеханова*

**Пустотина Наталья Владимировна**

*старший преподаватель*

*Оренбургского филиала РЭУ им. Г.В.Плеханова*

Деньги, выполняющие важнейшие функции в экономике, а именно, функции средства обращения, меры стоимости, средства платежа и др., на разных этапах исторического развития приобретали разные формы.

Так, на смену деньгам в натуральной (вещественной) форме пришла металлическая форма денег, затем в силу объективных причин последняя уступила место знакам стоимости (бумажным и кредитным деньгам, билонной монете), номинальная ( нарицательная) стоимость которых выше их действительной стоимости. С 90-х годов XX века широкое распространение приобретают электронные деньги.

В последние годы мы наблюдаем рост объемов операций с использованием электронных средств платежа для перевода электронных денежных средств. Эта тенденция служит причиной возрастающего интереса экспертов, аналитиков, населения к вопросам использования электронных денег. В свою очередь, решение данного вопроса невозможно без отражения ключевых правовых и экономических аспектов электронных денег.

Для определения сущности электронных денег нам следует рассмотреть несколько трактовок данной категории.

В октябре 1996 года Банком международных расчетов был подготовлен доклад «Сложности для центральных банков, возникающие в связи с развитием электронных денег». В данном докладе электронные деньги трактуются как «денежная стоимость, измеряемая в валютных единицах, хранящаяся в электронной форме на электронном устройстве, находящемся во владении потребителя». Эту трактовку можно считать одной из первых трактовок категории «электронные деньги».

Электронные деньги можно рассмотреть как систему, которая посредст-

вом передачи электронных сигналов, без участия бумажных носителей осуществляет кредитные и бумажные операции [4, с. 5].

Наиболее же распространенной формулировкой электронных денег на сегодняшний день является формулировка, определяющая электронные деньги как цифровой эквивалент наличных денег [5, с. 70].

Законодательство Российской Федерации содержит ответ на вопрос о сущности электронных денег. Так, согласно ст.3 Федерального закона от 27 июня 2011 г. №161-ФЗ «О национальной платежной системе», электронные денежные средства – денежные средства, которые предварительно предоставлены одним лицом (лицом, предоставившим денежные средства) другому лицу, учитывающему информацию о размере предоставленных денежных средств без открытия банковского счета (обязанному лицу), для исполнения денежных обязательств лица, предоставившего денежные средства, перед третьими лицами и в отношении которых лицо, предоставившее денежные средства, имеет право передавать распоряжения исключительно с использованием электронных средств платежа [1].

Обратимся к статистике электронных денежных средств (ЭДС) в Российской Федерации (табл. 1).

В соответствии со статьей 12 Федерального закона от 27.06.2011 №161-ФЗ «О национальной платежной системе», оператором электронных денежных средств является кредитная организация, в том числе небанковская кредитная организация, имеющая право на осуществление переводов денежных средств без открытия банковских счетов и связанных с ними иных банковских операций, предусмотренная пунктом 1 части третьей статьи 1 Федерального закона «О банках и банковской деятельности». По данным таблицы 1, в первом полугодии 2017 года в Российской Федерации действовало 90 операторов электронных денежных средств. В их числе Банк ВТБ (ПАО), ПАО «Промсвязьбанк», АО «Банк Русский Стандарт», ПАО АКБ «Связь-Банк», АО «Тинькофф Банк», ООО НКО «Яндекс.Деньги» и др.

**Динамика показателей электронных денежных средств  
в Российской Федерации [6]**

Показатель	Период				
	2013	2014	2015	2016	1 полугодие 2017 г.
Количество операторов электронных денежных средств	82	96	104	99	90
Количество электронных средств платежа (ЭСП) для перевода ЭДС, с использованием которых совершались операции с начала года, млн.единиц (на конец периода)	320,5	350,0	318,1	315,5	198,4
Количество операций с использованием ЭСП для перевода ЭДС, млн.единиц	594,7	1100,6	1152,4	1432,9	985,3
Объем операций с использованием ЭСП для перевода ЭДС, млрд.рублей	661,5	1109,4	903,0	998,9	600,4

Согласно статье 3 Федерального закона от 27.06.2011 №161-ФЗ «О национальной платежной системе», электронное средство платежа - средство и (или) способ, позволяющие клиенту оператора по переводу денежных средств составлять, удостоверить и передавать распоряжения в целях осуществления перевода денежных средств в рамках применяемых форм безналичных расчетов с использованием информационно-коммуникационных технологий, электронных носителей информации, в том числе платежных карт, а также иных технических устройств. В Российской Федерации в 1 полугодии 2017 года было зафиксировано 198,4 млн. единиц электронных средств платежа. Следует отметить, что с 2014 года наблюдается сокращение количества электронных средств платежа.

Обратим особое внимание на количество операций с использованием ЭСП для перевода ЭДС. В первом полугодии 2017 года данный показатель составил 985,3 млн. единиц. Следует отметить, что, начиная с 2013 года, показатель увеличивается со средним темпом роста 134,1%.

Объем операций с использованием ЭСП для перевода ЭДС в первом полугодии 2017 года составил 600,4 млрд. рублей. И в 2015 году показатель снизился на 206,4 млрд. рублей по сравнению с уровнем 2014 года.

Правовые основы осуществления платежей с помощью электронных денег закреплены в Федеральном законе «О национальной платежной системе».

Однако спектр правового регулирования обращения электронных денег выходит за пределы названного закона. В статье 5 Федерального закона «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации» электронные денежные средства входят в число денежных средств, не подлежащих страхованию. В п.2 ст.14 Федерального закона «О валютном регулировании и валютном контроле» указано, что «если иное не предусмотрено настоящим Федеральным законом, расчеты при осуществлении валютных операций производятся юридическими лицами - резидентами через банковские счета в уполномоченных банках, порядок открытия и ведения которых устанавливается Центральным банком Российской Федерации, а также переводами электронных денежных средств» [3]. Нормативно-правовые акты по вопросам налогообложения предусматривают возможность уплаты налога, взыскания задолженности организаций, индивидуальных предпринимателей, физических лиц с помощью нами рассматриваемого инструмента расчётов. Немаловажные вопросы, связанные с необходимостью идентификации клиента при осуществлении платежей, отражены в Федеральном законе от 07.08.2001 №115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма». Также отдельные аспекты, связанные с использованием электронных средств платежа, отражены в Федеральном законе «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием электронных средств платежа» [2].

Итак, в результате эволюции форм и видов денег появились электронные деньги, популярность которых возрастает с каждым годом. В Российской Федерации объемы операций с использованием электронных средств платежа для перевода электронных денежных средств с каждым годом возрастают. Это во многом объясняется достоинствами электронных денег: высокой скоростью совершения операций, отсутствием затрат на транспортировку, удобством расчетов, возможностью вести учет операций за счет фиксации времени платежа, простотой проведения расчетов и др. Правовые основы осуществления плате-

жей с помощью электронных денег были заложены в Федеральном законе «О национальной платежной системе». В свою очередь, принятие данного закона привело к необходимости внесения поправок в ряд нормативных правовых актов, затрагивающих, в том числе, операции с применением электронных средств платежа для перевода электронных денежных средств.

Таким образом, в будущем мы можем ожидать неоспоримое увеличение объемов операций с использованием электронных средств платежа (ЭСП) для перевода электронных денежных средств (ЭДС), а также постоянное совершенствование законодательства в данной области.

### **Список литературы:**

1. О национальной платежной системе. Федеральный закон от 27 июня 2011 г. N 161-ФЗ. Принят Государственной Думой 14.06.2011 года. Одобрен Советом Федерации 22.06.2011 года. С изм. и допол. от 18.07.2017 года // Российская газета от 28 декабря 2012 года. № 301.
2. О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием электронных средств платежа. Федеральный закон от 22 мая 2003 года N 54-ФЗ. Принят Государственной Думой 25.04.2003 года. Одобрен Советом Федерации 14.05.2017 года. С изм. и допол. от 06.07.2016 года // Российская газета от 27 мая 2003 года. № 99.
3. О валютном регулировании и валютном контроле. Федеральный закон от 10.12.2003 г. №171-ФЗ. С изм. и допол. от 18.07.2017 года // Российская газета от 17 декабря 2003 года. № 253.
4. Новикова, Н.А. Деньги, кредит, банки: краткий курс лекций для студентов 2 курса направления подготовки 38.03.02 Менеджмент / сост. Н.А. Новикова // ФГБОУ ВО «Саратовский ГАУ». – Саратов, 2016.
5. Складорова Ю.М., Складоров И.Ю., Гурнович Т.Г. Деньги. Кредит. Банки: учебник для проведения практических занятий по дисциплине «Деньги. Кредит. Банки» для студентов, обучающихся по программе бакалавриата «Экономика» / авт.-сост. Ю.М. Складорова, И.Ю. Складоров, Т.Г. Гурнович и др.; Ставропольский гос. аграрный ун-т. – Ставрополь, 2013.
6. Основные показатели развития национальной платежной системы [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.cbr.ru/statistics/p\\_sys/print.aspx?file=sheet001.htm&pid=psrf&sid=ITM\\_30245](http://www.cbr.ru/statistics/p_sys/print.aspx?file=sheet001.htm&pid=psrf&sid=ITM_30245)

## МЕСТО ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ В СИСТЕМЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

**Стругова Дарья Алексеевна**

*курсант Пермского института*

*Федеральной службы исполнения наказаний России*

**научный руководитель: Гилязетдинов Марат Рамилович**

*преподаватель Пермского института*

*Федеральной службы исполнения наказаний России*

Профессиональная служебная деятельность граждан, являющихся государственными служащими Российской Федерации, связана с обеспечением исполнения определенного спектра полномочий:

Российской Федерации;

федеральных органов государственной власти, иных федеральных государственных органов (далее - федеральные государственные органы);

субъектов Российской Федерации;

органов государственной власти субъектов Российской Федерации, иных государственных органов субъектов Российской Федерации;

лиц, замещающих должности, устанавливаемые Конституцией Российской Федерации, федеральными законами для непосредственного исполнения полномочий федеральных государственных органов;

лиц, замещающих должности, устанавливаемые конституциями, уставами, законами субъектов Российской Федерации для непосредственного исполнения полномочий государственных органов субъектов Российской Федерации [4].

Поскольку деятельность государственных служащих связана с широким объемом возложенных на них функций, на данных лиц был распространен ряд ограничений и запретов.

Ни для кого не секрет, что лицам, находящимся на государственной службе запрещено заниматься предпринимательской деятельностью. Данный запрет, закреплен законодательно Федеральным законом № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации» [4].

В соответствие с данным законом, государственным служащим запреще-

но заниматься любой самостоятельной инициативной, осуществляемой от своего, на свой риск, под свою имущественную ответственность деятельностью граждан, физических и юридических лиц, направленной на систематическое получение личного денежного дохода, прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг [3]. В том числе данным лицам запрещено приобретать ценные бумаги, по которым может быть получен доход, оказывать содействие предпринимательским структурам, совершать с ними сделки, получать вознаграждение от физических и юридических лиц за выполнение или невыполнение должностными лицами своих служебных обязанностей обязывает их представлять декларации о доходах при назначении на должность, совершении имущественных сделок на сумму, превышающую сто-кратную минимальную заработную плату. В соответствии с законом нарушение перечисленных правил должностными лицами, непредставление ими декларации о доходах или умышленное представление в ней недостоверной информации влечет отказ в назначении на должность или освобождение от занимаемой должности [1].

Занятие государственного служащего предпринимательством, в особенности наперекор правовым запретам на данный вид деятельности, носит в определенной степени характер общественной опасности. Это объясняется тем, что участие государственных служащих в сфере предпринимательской деятельности на фоне конфликтов интересов начинает нести коррумпированный характер. Относительно данной проблемы уже можно предполагать, что в дальнейшем госслужащим вряд ли будет разрешено заниматься данной деятельностью. В целях предотвращения, образования почвы для подобного проявления нарушений ограничений и запретов, существуют различные законодательные и нормативные акты, содержащие положения, в которых регламентируется прямой запрет должностным лицам на занятие предпринимательской деятельностью.

### **Список литературы**

1. Бахрах Д.Н. Государственная служба в Российской Федерации / Екате-

- ринбург: Издательство Государственной юридической академии, 1995 г. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.km.ru/referats/426F95B8098845398B8B5F60EBDB23B9>
2. Лазарев Б.М. Государственная служба / М., 1993 г. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://search.rsl.ru/ru/record/01001664265>
  3. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. "Современный экономический словарь. - 6-е изд., перераб. и доп. - М."(ИНФРА-М, 2011) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=751618>
  4. Федеральный закон от 27.05.2003 N 58-ФЗ (ред. от 23.05.2016) "О системе государственной службы Российской Федерации" [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=jt&div=LAW&rnd=290511.226271394>

## **ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ПОЛИТИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**Сумбаева Анжелика Вячеславовна**

*студентка Белорусского торгово-экономического университета  
потребительской кооперации*

*научный руководитель: **Зенькова Лариса Петровна**  
кандидат экономических наук, доцент*

*Белорусского торгово-экономического университета  
потребительской кооперации*

В современных условиях внешнеторговые потоки Республики Беларусь претерпели существенные изменения. На внешнеторговые связи повлияли следующие факторы: 1. Республика Беларусь поддерживает торговые связи на российском рынке, однако второй по значимости партнер Украина резко свернула объемы внешней торговли из-за военных действий на Донбассе; 2. Беларусь начинает развивать внешнеторговые связи дальним зарубежьем: Великобританией, а с 2000 года – с Китаем, Бразилией, Венесуэлой; 3. Беларусь все более экспортирует не товары, а услуги (грузоперевозки, строительные, информационные, компьютерные, банковские), а среди товарных позиций расширяет экспорт продукции машиностроения, транспортных средств, продукции пищевой, лесной промышленности.

Валютный дефолт лета 2011 года стимулировал политику валютного демпинга, в результате Республика Беларусь вывела внешнюю торговлю на положительное сальдо (табл. 1). Однако это было лишь однократным явлением.

Таблица 1

**Динамика основных показателей внешней торговли  
Республики Беларусь за период 2000–2016 гг., млн. долл. США**

Годы	2000	2005	2010	2012	2013	2014	2015	2016
Экспорт	7326	15979	25284	46060	37203	36081	26660	23538
Импорт	5564	16708	34884	46404	43023	40502	30292	27610
Сальдо	-761	-729	-9600	-344	-5820	-4421	-3632	-4072

Анализ табл. 1 позволяет сделать следующие выводы: рост экспорта в 3,2 раза и импорта почти в 5 раз свидетельствует о сложившейся генеральной тенденции отрицательного платежного баланса. Со временем наступления кризиса 2014-2016 гг. экспорт сократился на минус 35%, а импорт – на минус 32%, что не изменило кардинально ситуации. Таким образом, даже будучи ввергнутой в структурный кризис, экономика очень медленно изменяет свои конкурентные позиции на мировой арене. В результате отрицательного сальдо торгового баланса выросло за 17 лет в 5,4 раза, обогнав даже темпы нарастания импорта.

Сложившуюся ситуацию правительство пыталось исправить налогообложением импорта, защищая отечественных производителей (табл. 2). Однако с учетом вступления в Таможенный союз и ЕАП средний уровень налогообложения импорта падал (на 5,3% от ВВП). Наиболее низкие тарифы приходились на период валютного кризиса 2011 года и послекризисный 2012 год. После этого уровень налогообложения на импорт по отношению к ВВП возрос на + 2,1%, что далеко от политики фритредерства.

Таблица 2

**Взаимосвязь динамики налогов на импорт и объема  
внешней торговли Республики Беларусь за период 2000–2016 гг.**

	2000	2005	2010	2013	2014	2015	2016
Налоги на импорт, млрд. руб.	2222,7	15366,7	31212,9	113118,1	134241,5	165367,7	17895,1
ВВП номин., млрд. руб.	9134	65067	170466	670689	805793	899098	94321
Дефлятор (дек.1999=100%)	122,625	746,9	1321,2	4792,35	5638,925	6480,2	6520
ВВП реальн., млрд. руб.	7448,7	8711,6	12902,4	13995,0	14289,8	13874,5	1446,6
Отношение налогов на импорт к объему ВВП, %	24,3	23,6	18,3	16,9	16,7	18,4	19,0

Источники: [1, с. 336; 2, с. 258-259; 3, с.22-23, 228, 258-259]

Степень вмешательства государственной внешнеторговой политики в экономику возможно оценить через расчет коэффициента корреляции между объемами поступлений в консолидированный госбюджет доходов от ВЭД и объемами экспорта, импорта (табл. 3). Корреляция между величинами доходов от ВЭД и объемом реального ВВП достигает -0,062 с лагом запаздывания 1 год, между налогами на импорт и ВВП – -0,339 с лагом запаздывания 1 год, между доходами от ВЭД и импортом – 0,457 с лагом запаздывания реакции ВВП 2 года, между налогами на импорт и объемом самого импорта – 0,735 с лагом запаздывания 2 года, что свидетельствует о максимальной тесноте связи между их динамиками и ускоренной реакции ВВП на налоги и таможенные тарифы по сравнению с масштабами импорта.

Таблица 3

**Сравнительная динамика таможенных сборов и доходов от внешнеэкономической деятельности госбюджета Республики Беларусь и объемов экспорта и импорта за период 2000–2016 гг.**

	2000	2005	2010	2013	2014	2015	2016
Доходы номин. консолид. бюджета от ВЭД, млрд. руб.	307	1682	5776	23 328	18 415	39 186	3 432
ВВП номин., млрд. Руб.	9134	65067	170466	670689	805793	899098	94321
Дефлятор (дек. 1999=100%)	122,625	746,9	1321,2	4792,35	5638,925	6480,2	6520
Доходы от ВЭД реальные	1812,6	2057,4	2362,5	2360,4	2380,6	2551,9	274,5
ВВП реальн., млрд. руб.	7448,7	8711,6	12902,4	13995,0	14289,8	13874,5	1446,6
Импорт, млн. долл.	8087,2	17194,7	36801,8	46387,00	43791,80	32697,10	29994,90
Экспорт, млн. Долл. США	7640,8	17536,2	29301,7	44046,10	43302,90	32797,80	29917,40

Источники: [1, с. 511; 2, с. 449-450; 3, с. 22-23, 385-386].

Анализ таблицы 3 позволяет сделать следующие выводы. Доходы от ВЭД с 2000 по 2008 гг. нарастали высокими темпами (в 1,64 раза). Однако мировой кризис 2007-2011 гг. негативно сказался на внешнеторговых связях (падение экспорта и импорта на минус 18% и минус 27% соответственно) и доходах государства от них (падение на минус 8%). При этом государство изменением

структуры налогов и налогооблагаемой базы смогло максимально снизить ущерб от кризиса себе самому по сравнению с ущербом для экспортеров и импортеров. Если такая ситуация продолжится, то прогноз динамики импорта (рисунок 1) сложится не в пользу экономики страны.

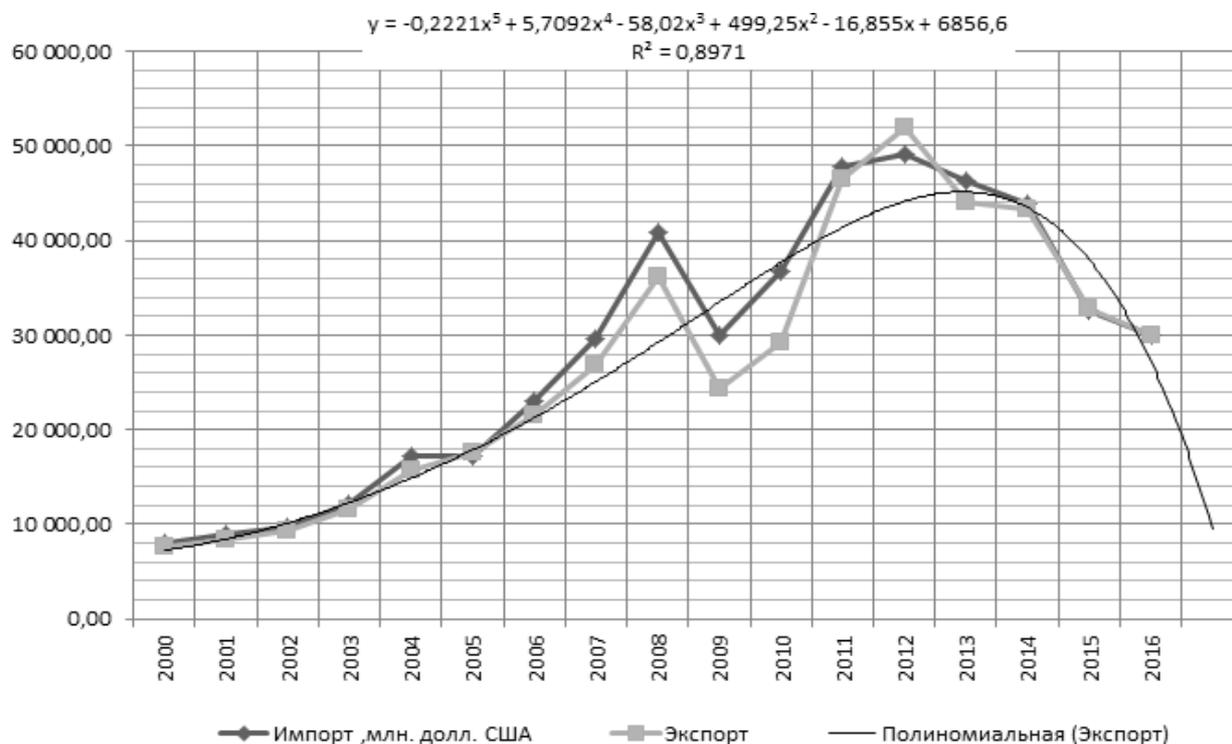


Рис. 1. Сравнительная динамика экспорта и импорта Республики Беларусь за период 2000-2016 гг. и прогноз импорта при сложившихся таможенных барьерах  
Примечание: собственная разработка на основе источника [1, с. 22-23; 3, с. 22-23]

Прогноз импорта показывает, что в ближайшие годы импорт Республики Беларусь будет падать. Однако поскольку Беларусь работает с привозным сырьем и энергоносителями, то это повлечет за собой и падение экспорта, а значит, и сокращение ВВП.

#### Список литературы:

1. Статистический ежегодник Республики Беларусь за 2007 год // Национальный статистический комитет Республики Беларусь – 2007 – 518 с.
2. Статистический ежегодник Республики Беларусь за 2013 год // Национальный статистический комитет Республики Беларусь – 2013 – 578 с.
3. Статистический ежегодник Республики Беларусь за 2017 год // Национальный статистический комитет Республики Беларусь – 2017 – 506 с.

## **ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

**Тарасов Иван Андреевич**

*магистрант 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*

Инновационное управление фирмой представляет собой уникальную сферу деятельности. В ней используется взаимодействие знаний из многих областей жизни, такие как техника, экономика, менеджмент, психология и другие. Развитие инноваций становится возможным благодаря новым открытиям в разных отраслях, накоплению знаний, качественному труду. Развитие нацелено на то, чтобы совершать новые открытия, накапливать новые знания. Это развитие находит новые возможности для человека и создает тем самым условия для нового цикла инновационной деятельности. Так обеспечивается непрерывность инновационного цикла.

Инновационный менеджмент преследует цель обеспечить предприятие сложным процессом, называемым инновации, а также управлять им.

Прежде чем начать говорить о принципах и методах инновационного управления в общественном питании, необходимо определиться, что называть инновационным управлением.

Под инновацией, как правило, понимается какое-либо организационное мероприятие (если говорить об управлении), или же конкретный объект (так называемое техническое нововведение), которые внедряются в производственный процесс, ссылаясь на результаты научного исследования или открытия. При всем этом, инновация, конечно, должна иметь качественное отличие от предыдущих аналогов. Специфика общественного питания ограничивается множеством регулирующих органов, что сужает спектр инноваций.

Традиционно, инновации разделяют на два вида: технические и организационные.

Технические нововведения это новые продукты, технологии, услуги. Часто суммарная выгода предприятия достигается за счет введения всех трех пози-

ций в основные процессы и технологии общественного питания. Наибольший успех, как правило, приносят базовые инновации, связанные с развитием научно-технического прогресса как в самом общепите, так и связанных отраслях.

Организационные нововведения имеют не меньшее значение для успеха, так как окупаются они, в большинстве своем, быстрее технических. К таким инновациям относят новые методы маркетинга, методы управления, организационные преобразования, информационные процессы, структурные нововведения и другие.

Реализация инноваций может быть организована по одному из трех путей:

1. Последовательная форма.
2. Параллельная форма.
3. Интегральная форма.

Последовательная форма организации инновационного процесса часто называется традиционной, так как она в первую очередь не зависит от степени взаимосвязанности производственной, научной, сбытовой деятельности предприятия. Такой метод имеет более давнюю историю. Здесь инновационный процесс реализуется поэтапно, в очередности работ, выполняемых отдельными подразделениями предприятия общественного питания.

Проведение работ на каждом из этапов отслеживается контролирующими органами и – в организации – происходит приемка работ на соответствие заданию. После завершения этого этапа, работа передается в следующий отдел, но после каждого из этапов руководство может принять решение о продолжении работы в этом направлении, либо завершении проекта.

Одно из главных преимуществ такого метода организации работ в том, что здесь сокращается финансовый риск, связанный с инновационным процессом. Это связано с тем, что на каждом из этапов происходит оценка полученного результата и вносимые коррективы происходят как раз в тот момент, когда это необходимо. Так же при использовании данного метода упрощается контроль выполненных работ, который проводится в каждом отделе по конкретно-

му виду работ в конкретной организации общепита.

Однако у этого метода есть ряд существенных недостатков. Например, становится сложным внести улучшения или устранить ошибки на этапах, которые уже завершены. Цена таких ошибок может возрасти в зависимости от этапа работ, когда они были обнаружены. Также увеличиваются сроки изготовления продукта, так как требуется дополнительное время, чтобы оценить каждый этап и принять решение о продолжении или прекращении работ. Кроме того успех процесса зависит от качества связей, между отделами, которые затруднены при использовании последовательного метода.

В любом бизнесе крайне важно минимизировать время на ввод инноваций в рабочий процесс, так как это снизит издержки на разработку инноваций и скорее принесет прибыль компании. Общественное питание – достаточно долго окупаемый бизнес, поэтому предприниматель будет сводить к минимуму время на любой из организационных процессов. Конечно, от этого ни в коем случае не должно страдать качество управленческих решений. Поэтому организационные моменты следует запускать, используя параллельный метод.

Параллельный метод организации инновационного процесса отличается от последовательного тем, что в нем новый этап работы начинается до завершения предыдущего. Кроме того допускается проведение смежных этапов одновременно. За счет этого сокращаются сроки выполнения работ, однако увеличиваются риски, так как при нахождении ошибок в работе предприятие несет убытки не только за завершённый этап, но и за начатый.

Интегральный метод организации инновационного процесса называют так же методом совместной разработки. Такой метод предусматривает совмещение практически всех видов работ, которые связаны с созданием инновационного проекта. Для реализации таких проектов требуется создание комплексной группы профессионалов, необходимых для выполнения определенного вида работ. Такой метод аналогичен проектной организационной структуре, которая удобна для выполнения больших и маленьких проектов. В этом случае проект уже не последовательность видов работ, а большая комплексная работа с

единым руководством. Одним из достоинств данного метода является то, что разработчики проекта используют по максимуму свой потенциал.

По оценкам экспертов применение такого метода позволяет сократить НИОКР (научно исследовательские и опытно-конструкторские работы) на 30-50%, сокращает число вносимых в проект изменений, сокращает время выхода продукта на рынок. Также наблюдается создание внутреннего микроклимата, который способствует росту творческой инициативы и производительности труда.

Однако следует отметить, что в этом случае от руководителя проекта требуется больший уровень профессионализма, чем при использовании других методов.

Интегральный метод, конечно, выглядит самым лучшим из всех, однако используя его крайне важно подобрать команду, способную работать во всех направлениях без потери качества. В современном предпринимательстве в общественном питании сложно представить себе использование последовательной формы при вводе инновационных процессов. Так или иначе, любые процессы протекают параллельно, в целях экономии времени.

Методы инновационного менеджмента включают в себя несколько методов. Среди них методы принуждения, побуждения, убеждения, сетевого планирования и управления, прогнозирования, анализа.

Метод принуждения применяется, когда управляющая подсистема влияет на управляемую. Этот метод опирается на законы, директивные документы, планы, задания руководства.

Метод побуждения ориентируется на эффективное использование ресурсов, повышение конкурентоспособности услуг и товаров. Метод основывается на максимальной оптимизации управленческого решения, на экономическом стимулировании персонала.

Метод убеждения основывается на изучении психологического портрета личности и исходя из этого, на мотивации конкретных потребностей.

Метод сетевого планирования и управления - графоаналитический метод

управления процессами проектирования любых систем. Сущностью этого метода является сетевой график, который представляет собой графическую модель всех видов работ, направленных на выполнение задания. Такая модель должна отражать логическую взаимосвязь, последовательность работ и связь между ними.

Под методами прогнозирования подразумевают взаимосвязь способов и приемов мышления, позволяющих относительно достоверно судить о будущем развитии объекта на основе анализа информации о данном прогнозном объекте.

Примерами инновационного управления в общественном питании могут служить новые методы приема сотрудника на работу. При анализе резюме соискателя, делается акцент на просмотр его страницы в социальных сетях. Менеджеры обращают внимание на то, в какие магазины и как часто ходит человек, какие СМИ читает, каков социальный статус его друзей, в каком учебном заведении он учился и кто его однокурсники и одноклассники, на какую информацию ставит like. Эти данные позволяют составить психологический портрет потенциального работника и не менее важны, чем документ об образовании и трудовая книжка.

Использовать социальные сети для работы – не новинка на рынке труда. Использование страницы группы компании в качестве сайта – способ сэкономить на его разработке. В группе могут выкладываться новости из общепита, новости компании, различные объявления. Выкладывание информации о сотрудниках повысит спрос на посещение страницы не только у самих работников, но и у их семей. Здесь же указываются вакансии.

Можно заинтересовать персонал приводить в компанию хороших сотрудников, путем денежного поощрения за каждого работника, который отработает, к примеру, полгода. Данная методика в несколько измененном варианте активно применяется в США, где повсеместное распространение социальной сети Facebook и высокий уровень технологичности пользователей позволяют значительно сократить расходы на распространение информации по нужным для бизнеса направлениям.

При работе с персоналом мотивация важна как нигде, тем более, если речь идет о сфере услуг и общественном питании. Уже стандартным становится использование на предприятиях общественного питания метода «Тайный гость», когда под видом обычного посетителя оценку работы персонала проводит специалист.

По-настоящему уникальными для рынка сферы услуг можно считать два конкретных способа мотивации персонала. В некоторых заведениях лучшие сотрудники имеют право представлять честь заведения на спортивных соревнованиях. Реализация подобного вида мотивации позволяет увеличить срок работы сотрудника в компании, формирует командность и позволяет получить эмоциональную и физическую разгрузку. Еще один возможный способ материального стимулирования персонала – переложить финансирование программ мотивации на другую заинтересованную сторону. Например, объявить конкурс среди официантов на продажу определенного вина или коктейля. Победителю приз от производителя напитков. В выигрыше и предприниматель и бренд оригинального напитка.

## **МЕТОДИКА АНАЛИЗА СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ФИНАНСОВЫХ ИНСТИТУЦИЙ**

**Тесленко Вера Андреевна**

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

*научный руководитель: Стельмашенко Елена Васильевна*

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

Персонал является стратегическим ресурсом предприятия, который требует поиска новых механизмов управления им для обеспечения результативности его работы в долгосрочной перспективе. Исходя из этого, особенную актуальность приобретает изучение возможностей эффективного управления персоналом предприятия, что предопределяет необходимость внедрения системы мотивации, что обеспечит конкурентоспособность финансовых институций в современных условиях.

В современной экономической литературе значительное внимание уделяется проблематике управления персоналом. Это отражено в работах Балабановой Л.В., Борисовой А.А., Веснина В.Р., Кибанова А.Я., Колот А.М., Маслова Е.В., Сардак Е.В., Стельмашенко Е.В. и других учёных. Однако практика показывает, что система мотивации банковской сферы требует дополнительных исследований и анализа. Существует объективная необходимость обоснования концептуальной основы стратегического управления персоналом предприятия на основе комплексного, системного подхода.

Переменчивость макроэкономических показателей, неопределённость маркетинговой среды, повышения интенсивности конкурентной борьбы требуют от предприятий использования комплексного подхода к стратегическому управлению персоналом. В связи с этим возникает необходимость разработки и внедрения в практическую деятельность предприятий комплексной системы стратегического управления персоналом, где эффективность совокупности взаимоувязанных систем обеспечивает конкурентоспособность управления персоналом в долгосрочной перспективе [1, с. 90]. Одной из составляющих комплексной системы стратегического управления персоналом является система обеспечения конкурентоспособности стратегического управления персоналом предприятия, которая состоит из трёх подсистем (рис. 1): подсистемы корпоративной культуры, подсистемы развития персонала, подсистемы мотивации персонала.



Рис. 1. Система обеспечения конкурентоспособности стратегического управления персоналом предприятия

Неотъемлемым элементом системы обеспечения конкурентоспособности управления персоналом является подсистема мотивации персонала. Подсистема мотивации персонала включает пять групп стимулов (профессиональные стимулы, трудовые стимулы, престиж и социальный статус, стимулы, связанные с карьерой и продвижением по службе, финансовые и экономические стимулы), совокупность которых позволяет активизировать деятельность персонала. В системе мотивации существуют регуляторы мотивации, которые могут осуществлять как позитивное, так и негативное влияние, и главные мотиваторы, которые вступают в действие после регуляторов мотивации. Среди регуляторов мотивации выделяют следующие: рабочая среда (соответствующая организация рабочих мест, обеспечения оптимальных условий труда, физические и психологические условия труда); вознаграждение (материальная - заработная плата, премии, предоставления путёвок на отдых; нематериальная - объявление благодарности, гибкий график работы, предоставления выходных и отгулов); ощущение безопасности - ощущение принадлежности к предприятию, уверенность в завтрашнем дне, медицинское обслуживание; социальная защита - социальное страхование, страхование от безработицы, социальные льготы. Соблюдение этих аспектов мотивации обеспечивает удовлетворение физиологических потребностей персонала, потребностей в безопасности и части социальных потребностей, и, как следствие, побуждает работников к качественному выполнению своих обязанностей. Однако если перечисленные аспекты не учитываются, то происходит демотивация работников, что приводит к снижению производительности труда, повышения текучести персонала. Главными мотиваторами являются: социальное развитие - приобретение определённого социального статуса, продвижение по службе; личное развитие - приобретение новых умений и навыков, обучение в течение всей жизни; ощущение причастности - участие в реализации важных проектов, участие в принятии решений, доступ к определённой информации; возможность самореализации персонала.

Методика анализа системы мотивации (табл. 1) персонала [1, с. 160] предусматривает исследование показателей всех пяти групп стимулов на основе

метода экспертной оценки [2, с. 135] (целесообразно использовать 3-бальную шкалу: 1 балл - стимул не используется, 2 балла - стимул используются не в полной степени, 3 балла - стимул используется полностью).

Таблица 1

**Методика анализ системы мотивации персонала**

<b>Категории стимулирования</b>	<b>Оценка</b>
<b>1. Профессиональные стимулы</b>	
Свобода принятия большинства решений относительно личной деятельности	
Создание рабочей среды, которое будет стимулировать интеллектуальную деятельность	
Работа над перспективными, нестандартными задачами	
Возможность профессионального роста	
Участие в учебных программах	
Поддержка индивидуальных профессиональных способностей	
Обобщённая оценка	
<b>2. Трудовые стимулы</b>	
Творческая атмосфера	
Гибкий рабочий график	
Стабильность долгосрочных проектов	
Возможность работы, которая удовлетворяет важнейшие человеческие потребности	
Разнообразие деятельности, которое стимулирует существенные человеческие потребности	
Разнообразие деятельности, которое создаёт условия для постоянного открытия новых возможностей	
Работа, которая удовлетворяет патриотические или альтруистичные идеалы	
Обобщённая оценка	
<b>3. Престиж и социальный статус</b>	
Работа в ведущих организациях	
Разнообразие возможностей для личного роста и развития	
Возможность внести личный вклад в общее дело	
Возможность продвижения по службе	
Возможность работать над важными проектами	
Возможность самовыражения	
Возможность влиять на будущее организации	
Обобщённая оценка	
<b>4. Стимулы, связанные с карьерой и продвижением по службе</b>	
Удобное расположение рабочего места	
Стиль управления, который базируется на принципе "открытых дверей"	
Перспективы карьерного роста	
Получение доступа к неформальным источникам информации	
Отдельные важные поручения руководства	
Получение особенного признания руководства	
Обобщённая оценка	
<b>5. Финансовые и экономические стимулы</b>	
Пересмотр заработной платы (дважды на год)	
Компенсации за неиспользованный отпуск	
Денежные премии	

<b>Категории стимулирования</b>	<b>Оценка</b>
Предоставление льготных или бесплатных путёвок	
Страхование	
Предоставление кредитов	
Обобщённая оценка	
Всего	
Степень использования системы мотивации персонала	

Например, анализ использования стимулов, связанных с карьерой и продвижением по службе показывает фактическое использование таких стимулов, как удобное расположение рабочего места, стиль управления, который базируется на принципе "открытых дверей", широкие рекреационные возможности, перспективы карьерного роста, получения доступа к неформальным источникам информации, отдельные важные поручения руководства, получения особенного признания руководства. Анализ исследования результатов использования финансовых и экономических стимулов свидетельствует о степени качества использования в банке таких критериев как пересмотр заработной платы, компенсации сотрудникам за неиспользованный отпуск, денежные премии, наличие объективной системы предоставления льготных или бесплатных путёвок, системы страхования и предоставления кредитов.

Таким образом, внедрение методики анализа системы мотивации в практическую деятельность предприятий позволит систематизировать проблемные ситуации, усовершенствовать дальнейшее развитие предприятия, принимать руководителям взвешенные стратегические решения для обеспечения стойкой конкурентной позиции финансовых институций на рынке в долгосрочной перспективе.

### **Список литературы:**

1. Стельмашенко Е.В. Стратегическое управление персоналом предприятия: учебное пособие / Стельмашенко Е.В., Балабанова Л.В., - Донецк: ДонНУЭТ, 2010.
2. SWOT-анализ – основа формирования маркетинговых стратегий предприятия / [под редакцией д.э.н., проф., акад. АЭНУ Л. В. Балабановой 2-е изд., испр. и доп.] – К.: Знание, 2005.

## ВИДЫ И ОСОБЕННОСТИ НАЛОГА НА ПРЕДМЕТЫ РОСКОШИ В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

**Трухина Валерия Сергеевна**  
студентка Алтайского государственного  
технического университета им. И.И. Ползунова  
научный руководитель: **Казитова Эмилия Ивановна**  
старший преподаватель Алтайского государственного  
технического университета им. И.И. Ползунова

Прежде всего, следует отметить, что к предметам роскоши относят товары, спрос на которые вырастает с получением дополнительного дохода. Товары свободны в обороте, но высокая цена позволяет приобретать их только лицам, получающим высокие доходы. В большинстве стран к предметам роскоши относят: недвижимость, транспортные средства, ювелирные украшения и т.д. Предметы роскоши не являются необходимыми товарами, без них можно обойтись, но покупая их человек, переходит в более высокий социальный класс. Таким образом, налог на роскошь – обложение предметов, потребление которых свидетельствует о высоких доходах.

В зарубежной практике накоплен определенный опыт взимания различных форм налога на предметы роскоши (таблица 1).

Таблица 1

**Налог на роскошь в зарубежных странах [4]**

Страна	Форма налога
Имущественное налогообложение	
США	Налог на недвижимость: 1-2% от рыночной стоимости за год. Налог на наследство: 18% на недвижимость низкой стоимости; до 55% на недвижимость стоимостью более 3 млн. долл.
Франция	Налог на собственность семейных пар, оцениваемую в совокупности выше 750 тыс. евро; применяется прогрессивная шкала налоговых ставок.
Великобритания	Гербовый сбор на недвижимость: 2-12% - для недвижимости стоимостью выше 125 тыс.ф.ст.
Косвенное налогообложение	
США	Повышенная ставка НДС на товары класса «люкс»
Китай	НДС: до 17%; налог на потребление: 10%. Введены импортные пошлины.
Прогрессивное подоходное налогообложение	
Китай	Минимальная ставка подоходного налога: 5%; максимальная 45%
Автономный налог на «роскошь».	
Франция	Солидарный налог на состояние: 0,5-1,5% с имущества.

Налог на роскошь является значительным источником доходов китайского бюджета. В 2010 году государство на налогах на роскошь заработало 188 млрд.

долларов. Налоги на роскошь в Китае распространяются на многие товары, например, дорогие часы, одежда, парфюмерия, вино и электроника. Налогообложение предметов роскоши реализуется с помощью таможенных пошлин, НДС и налога на потребление. Например, для парфюмерии импортная пошлина достигает 50%, НДС – 17% и налог на потребление – 10%, в совокупности более 70% конечной стоимости товара, хотя официальная ставка единого налога в Китае составляет 15%. Кроме того, введен специфический налог на недвижимость. Так при перепродаже недвижимости необходимо оплатить государству 10-15% цены продажи, в случае, если она была куплена менее двух лет назад [3].

Налог на роскошь в США вводился и отменялся неоднократно. Во время становления самостоятельного государства налог на роскошь выполнял фискальную функцию. Позднее основной целью налога стало социальное выравнивание общества. Однако, так как данным налогом облагались только товары, приобретенные в США, то для ухода от налога потенциальные налогоплательщики покупали предметы роскоши за рубежом. Например, массовая покупка и регистрация яхт в начале 90-х в Панаме привела к сокращению во Флориде 13 тыс. рабочих мест судостроителей. До 2005 года в США существовал налог на дорогие автомобили. В 2009 году предлагалось ввести налог на дорогие самолеты, стоимость которых превышает 500 тыс. долларов и яхты стоимостью от 200 тыс. долларов, автомобили стоимостью от 60 тыс. долларов и драгоценности стоимостью от 20 тыс. долларов. Однако налог не был принят, несмотря на то, что экономика США переживала худший после 30-х годов экономический рост.

Позднее в США с целью сокращения дефицита бюджета и установления в стране социальной справедливости была попытка перенести налоговое бремя на богатых американцев, получающих доход свыше 1 млн. долларов в год, за счет увеличения в два раза ставки подоходного налога. Такие решения должны были принести в казну примерно 1,5 трлн. долларов. Однако сенаторы посчитали, что увеличение налогов для тех, кто создает рабочие места, приведет к их сокращению, увеличение ставок на инвестиции - к их снижению и не приняли закон. В результате был введен налог на роскошь в форме повышенной ставки

НДС на товары класса «люкс». Также в США к налогу на предметы роскоши можно отнести налог на недвижимость, который взимается ежегодно по ставке 1-2% от рыночной стоимости недвижимости.

В Великобритании налогом на роскошь является гербовый сбор, который представляет собой сбор на дорогую недвижимость, который уплачивается при ее покупке. Ставка зависит от стоимости приобретаемого объекта (таблица 2).

Таблица 2

**Ставки гербового сбора в Великобритании [3]**

Стоимость объекта недвижимости, фунтов стерлингов	Ставка гербового сбора
от 125000 до 250000	2%
от 250000 до 925000	5%
от 925000 до 1 500000	10%
от 1 500000	12%

В 2017 году гербовый сбор увеличивается на 3 п.п. при покупке второго жилья (для резидентов), при покупке первого жилья (для нерезидентов), а также при покупке недвижимости иностранными и местными инвесторами для получения прибыли. Кроме того, в Великобритании с недвижимости стоимостью более 1 млн. фунтов стерлингов собственники ежегодно отдают государству 5%. В дальнейшем планируется повышение налога на недвижимость до 7%.

Во Франции налог на богатство (налог солидарности на состояние) ввели в 1982 году. Данный налог взимается с налогоплательщиков, в том числе и нерезидентов, состояние которых превосходит 800 тыс. евро. В 2012 году в бюджете Франции было перечислено более 3 млрд. евро. Налогообложению подлежат все активы гражданина, в том числе и имущество за рубежом, ценные бумаги и банковские счета. Стоимость имущества налогоплательщик может рассчитать сам, но он не должен ошибиться при декларировании более чем на 30%, иначе ему придется платить штраф.

Таблица 3

**Ставки налога на богатство во Франции [1]**

Стоимость имущества, евро	Ставка
от 0,8 до 1,3 миллиона	0,5%
1,3 – 2,57 миллионов	0,7%
от 2,57 до 5 миллионов	1%
от 5 до 10 миллионов	1,25%
более 10 миллионов	1,5%

В целом, Франция является одной из стран с самыми высокими налогами для миллионеров. Ставка подоходного налога во Франции - 41%. С 29 декабря 2013 года налог по ставке 75% уплачивали все предприятия, выплачивающие своим сотрудникам оклады, превышающие 1 млн. евро [5]. 75-процентный налог выступал в роли временной меры два года. Стоит отметить, что принятый налог способствовал смене гражданства известных богатых французов, в том числе Жерара Депардьё и Бернара Арно. С 1 января 2015 года повышенная ставка налога, в размере 75 %, была отменена [2].

Таким образом, в большинстве развитых стран налог на предметы роскоши является прямым, уплачивается субъектами за счет дополнительного дохода налогоплательщика. Зачастую используется прогрессивная шкала налогообложения. Можно отметить, что больше всего поступлений в зарубежных странах приносит налог на дорогую недвижимость.

Безусловно, существуют как положительные, так и отрицательные стороны введения налога на роскошь (таблица 4).

Таблица 4

**Положительные и отрицательные стороны введения налога на роскошь**

Положительные стороны	Отрицательные стороны
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Снижение социальной напряженности, за счет сокращения разрыва между богатыми и бедными.</li> <li>- Изменение характера денежных трат состоятельных людей, инвестирование средств пойдет на важные отрасли российской экономики.</li> <li>- Значительное пополнение федерального бюджета</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Попытка обложить налогом недвижимость и автомобили может привести к перемещению капитала в страны, где данный налог отсутствует.</li> <li>- Данный закон может негативно воздействовать на доходы среднего класса.</li> <li>- Значительные затраты на администрирование налога.</li> </ul>

Следует отметить, что упомянутые выше государства продолжают осуществлять попытки повышения налогообложения сверхдоходов. В настоящее время доминирует тенденция увеличения налоговой нагрузки лиц, получающих высокие доходы.

Введение налога на роскошь в России обсуждается довольно давно. С 2014 года в России начал применяться налог на роскошь в виде обложения транспортных средств, стоимостью свыше 3 млн. рублей. Целесообразно, используя опыт Великобритании ввести в РФ дифференцированные ставки госу-

дарственной пошлины за регистрацию объектов недвижимости в зависимости от стоимости объекта. Также по нашему мнению, в России возможно, по примеру Великобритании ввести прогрессивные ставки налогов на прибыли и доходы физических лиц, что соответствовало бы принципу социальной справедливости.

#### **Список литературы:**

1. Налог на богатство во Франции: как заплатить и не обеднеть [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://dengi.fr/nalog-na-bogatstvo-vo-francii-kak-zaplatit-i-ne-obednet>
2. Николаева Е.В. Налогообложение сверхдохода в рамках применения прогрессивной шкалы подоходного налога // Молодой ученый. 2016. №5. С. 377-381. URL: <https://moluch.ru/archive/109/26560/>
3. Николаева Е.В. Сравнительный анализ налога на роскошь в зарубежных странах. Оценка перспектив для России [Электронный ресурс]// Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 5. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/05/5225>
4. Шакирова Р.К. Концепция налога на роскошь: зарубежный опыт, отечественная практика и альтернативы // Вестн. Том.гос. ун-та. Экономика. 2016. №1 (33). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-naloga-na-roskosh-zarubezhnyy-opyt-otechestvennaya-praktika-i-alternativy>

### **ОСОБЕННОСТИ РЫНКА ДЕТСКОГО ПИТАНИЯ**

**Тухватулина Валерия Александровна**

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

*научный руководитель: Колосова Алина Васильевна*

*старший преподаватель*

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

Пища играет важную роль в жизни человека, особенно ребенка, ведь она является пластическим материалом для построения основных тканей и костей растущего организма, а также источником энергии, необходимой для восполнения всех энергетических затрат в процессе жизнедеятельности. Эмоциональное состояние и активность работы мозга ребенка определяют соотношением разных химических элементов в организме крохи. А их главный источник – продукты питания. Следовательно, роль этой группы товаров для детского организма чрезвычайно велика.

Правильное развитие ребенка невозможно без правильного питания. Ма-

льш растет, ему требуется все больше полезных пищевых веществ, и его меню постоянно расширяется. Поэтому продукты детского питания предназначены для удовлетворения потребностей детского организма в питании на разных этапах его развития.

Согласно ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» пищевая продукция для детского питания – это специализированная пищевая продукция, предназначенная для детского питания для детей (для детей раннего возраста от 0 до 3 лет, детей дошкольного возраста от 3 до 6 лет, детей школьного возраста от 6 лет и старше), отвечающая соответствующим физиологическим потребностям детского организма и не причиняющая вред здоровью ребенка соответствующего возраста [1].

Детское питание в баночках гарантирует высокое качество входящих в его состав продуктов. Соблюдение строгих требований их обработки, приготовления и качество ингредиентов строго контролируются. Промышленное питание гарантирует наличие полезных веществ, ведь детские продукты обогащаются многими необходимыми для развития крохи элементами. В них заложены точно рассчитанные для каждого возраста нормы витаминов и микроэлементов.

В настоящее время рынок детского питания сегментируется по виду продукции и по возрасту потребителя.

Производство детского питания подразделяется на несколько сегментов: пюре, каши, молочные и кисломолочные продукты, молочные смеси, детские соки, чай, и др.

В натуральном выражении лидирующими сегментами являются пюре (27%) и смеси 20%, детская кисломолочная продукция и фруктовые соки заняли третье место с долями 17% и 16%. По сути, смеси и кисломолочные детские продукты выступают как специализированное клиническое питание, которое наиболее востребовано на рынке.

Заменители грудного молока выступают самым крупным сегментом в денежном выражении. Но только из-за высокой цены. Как видно, в натуральном

выражении - это не наибольший сегмент. Соки и чай показали наименьшие темпы роста(1,7% в натуральном выражении) [2].

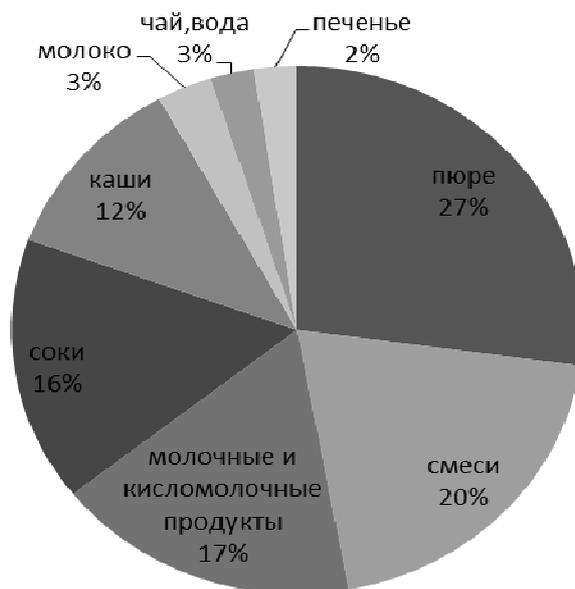


Рис. 1. Производство детского питания по сегментам

Как отмечают специалисты, рынок детского питания положительно растет. Рост осуществляется благодаря наличию спроса и предложения. Данная категория пищевой промышленности является продуктами первой необходимости, поэтому детское питание максимально хорошо обеспечено сбытом по всем каналам розничных и оптовых продаж.

С июля 2016 года по июнь 2017-го продажи на рынке детского питания в России выросли на 1,3% в натуральном выражении, в то время как годом ранее снижались на 2,7%, по данным ритейл-аудита Nielsen. При этом темпы роста продаж в денежном выражении замедлились: за июль 2016-июнь 2017 — на 5,3%, годом ранее — на 9,7%. Причиной тому послужило заметное замедление роста цен за единицу товара: с 11,5% до 2,3% [3].

Основу продаваемого в России детского питания составляет отечественная продукция, импортные товары присутствуют на рынке в незначительном объеме. Одной из причин небольшого объема импорта детского питания является то, что продукция российских производителей значительно дешевле, чем у иностранных конкурентов. Однако ведущие мировые производители детского питания стремятся не только увеличить поставки своей продукции в Россию, но

и усилить непосредственное присутствие на российском рынке, создавая собственные производственные предприятия внутри страны.

Что касается экспорта, то в 2016 году тройку лидеров стран экспорта российского детского питания держали: Казахстан – 50%, Украина – около 25%. Киргизия – 15%.

Конкурентную ситуацию на рынке детского питания можно назвать достаточно напряженной. Тут лидируют несколько отечественных компаний и импортеры. Рынок консолидируется, постепенно примеряя на себя западную модель, когда в отрасли существует лишь несколько крупных игроков общенационального масштаба.

На российском рынке детского питания наиболее крупными игроками признаются 4 компании: WBD/PepsiCo (Агуша), Прогресс (Фрутоняня, Малышам), Danone (Nutrilon, Тёма, Nutricia), Nestle (NAN, Nestogen, Gerber).

Ключевой же проблемой на рынке детского питания России все еще остается острый сырьевой вопрос. По данным Росстата в России из-за падения курса рубля за 2014 год цены на поставляемые из-за границы рыбу, фрукты и овощи повысились на 24%. Инфляция коснулась не только ввозимых продуктов питания, но и отечественных продуктов, которые изготавливаются из привозного сырья.

Экспертами так же отмечено, что важную роль в качестве детского питания играет упаковка. Но дело не в красочности рисунков, а в удобстве расфасовки. Ведь после открытия содержимое баночки нужно употребить в течение нескольких часов, максимум одного дня. Очень удобна порционная расфасовка.

#### **Список литературы:**

1. Технический регламент Таможенного Союза о безопасности пищевой продукции (ТР ТС 021/2011)
2. Исследование рынка детского питания в России. / Интернет - портал [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://moneymakerfactory.ru/>
3. Ситуация и тенденции: Российский рынок детского питания. / Интернет - портал [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.nielsen.com>

## СОЦИОМЕТРИЯ КАК МЕТОД ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ МАЛЫХ ГРУПП

**Усатых Наталья Андреевна**  
*студентка Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

**Костина Ксения Константиновна**  
*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*

Эффективное управление группой людей возможно при наличии инструментов оценки. Каждый современный руководитель должен обладать этими инструментами, которые позволят ему правильно принимать решение. Одним из эффективных методов управления персоналом является социометрия. Социометрия - одна из наиболее часто используемых психодиагностических процедур в социально-психологическом анализе групповых отношений. Социолог Дж. Морено определяет социометрию следующим образом: «социометрия - измерение социальных отношений, в самом широком смысле - любое измерение любых социальных отношений. В силу диалектического характера человеческих отношений также и все социометрические понятия и инструменты имеют диалектический характер; «диалектический» означает здесь следующее: развитие социометрического сознания может потребовать сглаживания противоречий и уравнивания многочисленных социальных параметров, гибкости позиции и определений»[1, с. 15]. Социометрическая техника, разработанная Дж. Морено, применяется для диагностики межличностных и межгрупповых отношений в целях их изменения, улучшения и совершенствования. С помощью социометрии можно изучать типологию социального поведения людей в условиях групповой деятельности, судить о социально-психологической совместимости членов конкретных групп.

Социометрические методы предоставляют широкие возможности изучения структуры межличностных отношений в группе, их использование в сочетании с другими методами психодиагностики позволяет получать важную информацию о динамике развития отношений в группе. Социометрический

подход используется также и для изучения личности, её возможного влияния на других членов группы. Практикующие психологи используют такой подход в качестве определения эффективности групповой тренинговой работы, для изучения психологического климата коллектива, для диагностики наблюдательности, с целью правильного распределения по командам, бригадам и так далее [3]. Любой специалист, применяющий этот метод, в первую очередь должен понимать его назначение, а также сильные и слабые стороны.

Социометрическая процедура может иметь целью:

а) измерение степени сплочённости-разобщённости в группе, чтобы выявить возможные проблемы по общению в коллективе;

б) выявление «социометрических позиций», т. е. соотносительного авторитета членов группы по признакам симпатии-антипатии;

в) обнаружение внутригрупповых подсистем, сплочённых образований, во главе которых могут быть свои неформальные лидеры. Это может способствовать совершенствованию организации коллектива для решения какой-либо поставленной задачи, т. е. повлияв на неформальных лидеров подгрупп, информация передастся именно в таком виде, который бы был более понятен каждой подгруппе.

Использование социометрии позволяет проводить измерение авторитета формального и неформального лидеров для перегруппировки людей в командах так, чтобы снизить напряжённость в коллективе, которая возникает из-за взаимной неприязни некоторых членов группы [2].

При социометрическом исследовании членам группы предлагается ответить на вопросы, которые дают возможность обнаружить их симпатии и антипатии один до одного, к лидерам, членам группы, которых группа не принимает. Исследователь даёт опрашиваемым инструкцию, как выполнять тест: «Напишите на бумаге под цифрой 1 фамилию члена группы, которого Вы выбрали бы в первую очередь, под цифрой 2 - кого бы Вы выбрали, если бы не было первого, под цифрой 3 - кого бы Вы выбрали, если бы не было первого и второй». После проведения исследования результаты подсчитываются, и

проводится анализ, посредством которого выявляются определённые личности, а также складывается общее впечатление о группе как коллективе.

Эффективность метода проверена на студентах группы нашего факультета, которая позволила выявить закономерности системы взаимоотношений в учебной группе, а значит понять как эффективно с ней работать и как ей лучше управлять. В нашем ВУЗе метод социометрии используется не так широко, чаще его используют для выявления лучших и худших преподавателей, с точки зрения подачи знаний для студентов. Исследования в студенческих группах не были выявлены, по этой причине был проведён опрос именно в студенческой группе. Итак, студентам ВУЗа группы 3 курса факультета менеджмент был предложен опрос, на который они ответили согласно своим личным предпочтениям относительно группы. Среди множества вопросов были отобраны те, что более полно описывают коллективную атмосферу группы:

1. Кто из членов группы лучше исполнит функции лидера (староста, профорг и т.д.)?
2. С кем из студентов вам приятно общаться (с этими людьми вы общаетесь часто и не только по учебным вопросам)?
3. С кем из группы я бы не хотел работать вместе?

Опрашиваемые должны были назвать по 3 фамилии студентов группы, которых они разделяют по степени важности (в первую, во вторую, третью очередь).

По выявленным результатам было определено количество выборов каждого студента, где студенты исследуемой группы под номерами №5, №8, №15 и №16 были выбраны большее число раз, а студенты № 1, № 2, № 7, № 9, № 14, № 21 были выбраны студентами меньше. Это может говорить о том, что некоторые студенты под 1 подгруппой общих интересов проявляют себя как доброжелательные личности, другие же вызывают негативную реакцию у группы и поэтому их выбирали больше.

Также посредством выявления количества взаимовыборов можно

проследить следующую тенденцию: в группе у каждого студента есть свои друзья, с которыми они поддерживают общение и во внеучебное время, однако если проследить по сумме баллов за вопрос по теме дружба, то можно заметить, что студента №2 никто не выбрал. Это может быть объяснено тем, что 3 студентов помимо него не принимали участие в опросе и возможно среди них есть те, кто хорошо общается с этим студентом.

Рассмотрим критерий лидерства в исследуемой группе. Можно отметить, что в группе наблюдается несколько лидеров. По мнению студентов 16 человек имеют склонности к лидерству, однако студенты №3, №12, №16 посредством опроса вырываются вперед и имеют более высокую значимость в коллективе. Вероятно, именно из этих людей группа могла бы выбрать себе старосту или другого непосредственного лидера, который бы отвечал всем требованиям группы.

Самыми общительными студентами стали студенты №8 и №12. Вероятно, именно этим людям легко «находить общий язык» с окружающими и они имеют меньше коммуникативных проблем с преподавателями и вышестоящими лицами. Отметим также, что студента №12 группа не только считает лидером, но и поддерживает дружеское общение.

Людьми, с которыми многие бы не захотели иметь общую работу, стали студенты №5, №6, №8, №15. Этим людям следовало бы относиться к окружающим добрее, подходить к делу ответственно и к тому же уметь работать в команде.

Подводя итог выше сказанному, можно отметить, что в целом в группе наблюдаются как дружеские отношения, так и присутствует нежелание иметь общее дело, что может говорить о том, что группа различна по своим характерам, достаточно эмоциональна. В группе присутствуют уверенные личности, которые могут стать лидерами, как в самой студенческой группе, так и добиться успехов в карьерном росте.

Социометрические методы предоставляют широкие возможности изучения структуры межличностных отношений в коллективе, что может

способствовать принятию правильных решений работодателя по отношению к работникам, а также эффективному распределению работы между специалистами.

#### **Список литературы:**

1. Морено Я.Л. Социометрия: Экспериментальный метод и наука об обществе // Пер. с англ. А. Боковинова. - Москва - 2001: Изд-во: Академический проект
2. Социометрия: исследование межличностных отношений в группе. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://psyfactor.org/moreno.htm>
3. Социометрия. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/preview/3822430/>

### **ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УСЛУГ СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА (СЗФО)**

**Усатых Наталья Андреевна**

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

*научный руководитель: **Оборин Матвей Сергеевич***

*доктор экономических наук, профессор*

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

Государству необходимо своевременно и в полной мере заботиться об организации и качестве здравоохранения страны для социально-экономического развития регионов. Санаторно-курортный комплекс страны играет важную роль в оказании лечения, профилактики и оздоровления населения. Качество услуг санаторно-курортной сферы – это важнейшая составляющая эффективности, рентабельности санаторно-курортных предприятий, а также в обеспечении здоровья населения, поэтому качеству уделяется постоянное внимание.

Организация санаторно-курортной помощи основана на принципах профилактической и реабилитационной направленности, этапности и преемственности между амбулаторно-поликлиническими, стационарными и санаторно-курортными учреждениями, специализации оказываемой помощи. Государство рассматривает санаторно-курортное дело как важнейшее звено в системе социальных мер по укреплению здоровья за счёт эффективного использования лечебных факторов, существующих научных разработок и кадрового потенциала, российских традиций, многолетнего практического опыта.

На сегодняшний день санаторно-курортная деятельность рассредоточена между ведомствами, министерствами и общественными организациями, что является сдерживающим фактором в развитии санаторных организаций. Санаторно-курортная деятельность должна быть единым комплексом, которому необходимо единое системное управление и организационное обеспечение. Для того чтобы усилить контроль над СКО и улучшить его деятельность, государство разрабатывает и реализует программы, направленные на их совершенствование.

Для улучшения данной сферы предпринимались попытки интегрировать программно-целевые методы управления туризмом на уровне Российской Федерации. В результате 2 августа 2011 г. была принята Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011-2018 годы)» [1, с. 259]. Целью программы является повышение конкурентоспособности туристского рынка в России, который бы удовлетворял потребности россиян и иностранных граждан в качественных услугах для туристов. Для достижения поставленной цели поставлены следующие основные задачи, которые государство выполняет: развитие туристско-рекреационного комплекса РФ; повышение качества услуг для туристов; продвижение туристского продукта Российской Федерации на мировом и внутреннем рынках туризма.

Объектом исследования статьи выбран Северо-западный федеральный округ, который обладает разнообразным природно-лечебным потенциалом для развития санаторно-курортной и рекреационной деятельности. Значительный природно-лечебный потенциал округа требует всестороннего и глубокого изучения рынка санаторно-курортных услуг СЗФО, с определением проблем и перспектив развития. Для организации лечебно-оздоровительного туризма округа немалую роль играют социально-экономические условия, формирующие спрос и определяющие предложения рынка санаторно-курортных услуг.

Многими учёными рассматриваются рекреационные ресурсы как источник развития санаторно-курортной деятельности. Например, Н.Г. Розов описывает рекреационные ресурсы территорий, прилегающих к Псковскому озеру [2]. М.С. Оборин в своей работе провёл изучение социально-экономических осо-

бенностей развития курортного дела на территории округа [3].

Санатории округа обладают необходимой медицинской базой и природными факторами для лечения, например, железистыми минеральными водами и габозерскими лечебными грязями в старейшем санатории «Марциальные воды». Природный ресурсный потенциал округа предоставляет возможность широко развивать лечебно-оздоровительный и спортивный туризм. Практическое пищевое и лечебное значение представляют собой гидроминеральные ресурсы. Значительное внимание уделяется немедикаментозным методам лечения. К ним относятся ванны, души, бассейны, сухие углекислые ванны, лечебная гимнастика, психотерапия и фитотерапия. Большинство территорий округа обладает благоприятным климатом, лечебными грязями («гиттиевыми глинами» в Сестрорецке, иловыми грязями в Новгородской области), высокоэффективными и разнообразными по составу минеральными водами (сероводородными, йодоводородными, хлоридно-сульфатно-натриевыми, слаборадоновыми).

Проанализируем динамику деятельности СКО по субъектам за 2016 год и выявим самый эффективный регион с точки зрения санаторно-курортной деятельности (табл. 1).

Таблица 1

**Анализ динамики СКО по субъектам СЗФО за 2016 год  
(по проживанию) [4]**

Субъект СЗФО	Число мест в СКО		Число номеров		Число ночёвок	
	Кол-во (тыс., мест)	Уд. вес, (%)	Кол-во (тыс., номеров)	Уд. вес, (%)	Кол-во (тыс., номеров)	Уд. вес, (%)
Архангельская область	2,002	7,821	0,774	6,814	357,372	6,587
Вологодская область	3,242	12,666	1,035	9,112	452,156	8,334
Калининградская область	3,134	12,244	1,614	14,510	828,698	15,274
Республика Карелия	0,819	0,003	0,389	3,425	154,906	2,855
Республика Коми	1,369	5,348	0,540	4,754	302,146	5,569
Ленинградская область	2,927	11,435	1,183	10,415	577,947	10,652
Мурманская область	0,959	3,746	0,410	3,610	202,529	3,733
Ненецкий автономный округ	0,09	0,352	0,040	0,352	17,501	0,322
Новгородская область	2,002	7,821	1,377	12,124	412,054	7,595
Псковская область	1,412	5,516	0,758	6,674	367,783	6,779
Санкт-Петербург	7,830	30,590	3,236	28,491	1769,989	32,623
Всего	25,596	100	11,358	100	5425,580	100

По количеству мест в СКО на первом месте Санкт-Петербург – 7,83 тыс. мест с долей 30,59%, второе место занимает Вологодская область – 3,242 тыс. мест (12,66%) и третье занимает Калининградская область – 3,134 тыс. мест (12,24%). На последних позициях расположились Ненецкий автономный округ и Республика Карелия – 0,09 тыс. мест (0,35%) и 0,819 тыс. мест (0,003%) соответственно, общее количество мест в СКО на территории СЗФО составляет 25,596 тыс. мест.

По количеству номеров лидером является Санкт-Петербург – 3,236 тыс. с долей 28,491%, меньше всего номеров в Ненецком автономном округе – 0,352 тыс. с долей 17,50%.

По числу ночёвок на 1 месте также Санкт-Петербург – 1769,989 тыс. с долей 32,62%, на последнем Ненецкий автономный округ – 17,501 тыс. с долей 0,32%.

Таким образом, лидером по всем показателям является Санкт-Петербург, что легко объясняется его административным значением и привлекательностью для туристов.

По мнению многих экономистов, рассматриваемый округ в числе самых значимых и перспективных с точки зрения хозяйственного развития страны. Развитию лечебно-оздоровительного туризма способствуют проекты по развитию санаторно-курортной отрасли. Вот некоторые пункты из них: расширение лечебно-оздоровительных комплексов с развитой рекреационной индустрией и индустрией развлечений; обновление оборудования в СКО; модификация минеральных вод; совершенствование технологий проведения процедур.

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод о том, что, несмотря на разнообразие и богатство санаторно-рекреационными ресурсами СЗФО имеет достаточно много проблем, которые затрудняют развитие санаторно-курортной деятельности в регионе. К проблемам, связанным с системой государственного регулирования санаторно-курортного лечения и отдыха в регионе, можно отнести следующие: отсутствие региональной программы развития лечебно-оздоровительного туризма и курортного дела, несовершенное налого-

вое администрирование в вопросах налогообложения деятельности СКО, неравномерное развитие и использование природно-лечебных ресурсов территории, менеджмент санаторно-курортного комплекса не полностью осознал важность обязательного обучения предпринимательству, высокая себестоимость санаторно-курортных услуг.

Исходя из проведённого анализа санаторно-курортной деятельности на территории СЗФО, можно выявить следующие тенденции развития для решения проблем СКО в округе:

1. Увеличение общего количества размещённых лиц говорит о том, что повышается спрос на лечебно-оздоровительный туризм за счёт совершенствования санаторно-курортных организаций;

2. Посредством стратегии социально-экономического развития Северо-Западного федерального округа на период до 2020 года от 18 ноября 2011 года, утверждённой распоряжением Правительства Российской Федерации №2074-р. [5], увеличилось значение Северо-Запада как крупной перспективной природно-ресурсной базы развития страны;

3. Развитие информатизации туристской деятельности, что выражается в создании единого портала регистрации и реализации туристских услуг, обеспечивающем взаимодействие основных субъектов электронной коммерции в туризме, включении СКО отдельных муниципальных образований в электронные системы онлайн бронирования.

Северо-западный федеральный округ имеет богатый природный потенциал, который благотворно влияет на санаторно-курортные организации округа. Для повышения числа туристов, как из России, так и из стран ближнего зарубежья, необходимо развивать не только каждый санаторно-курортный комплекс регионов, но и улучшать регионы в целом, так как туристы из зарубежных стран помимо санаториев желают посещать исторические достопримечательности региона, торговые центры, а также развлекательные мероприятия. Решение проблемы развития лечебно-оздоровительного туризма может привести к решению многих социально-экономических проблем округа – увеличению

занятости населения, снижению уровня заболеваемости и смертности, пополнению местного бюджета.

### **Список литературы:**

1. Статистическая информация Минздрава России. Общая заболеваемость всего населения России в 2015 году. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rosminzdrav.ru/>
2. Розов Н.Г. Рекреационные ресурсы территорий, прилегающих к Псковскому озеру // Псковский регионологический журнал, № 10, 2010.
3. Оборин М.С. Устойчивое развитие курортно-рекреационного комплекса как фактор роста экономики региона // Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право. Т. 27. № 4, 2017. - С. 34-45.
4. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cbsd.gks.ru>
5. Стратегическое партнёрство северо-запад. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.n-west.ru/strategicheskoe-planirovanie/strategiya-szfo-2020>

## **ПОЛОЖЕНИЕ СОВРЕМЕННОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ В РОССИИ**

**Фильчина Наталья Сергеевна**

*студентка Оренбургского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*  
**научный руководитель: Пустотина Наталья Владимировна**

*старший преподаватель*

*Оренбургского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

Современное общество идет по пути развития «общества потребления». Глобальная автоматизация и роботизация производственных процессов привели к тому, что на сегодня более половины населения развитых стран по данным различных экспертных центров занято в сфере торговли и услуг. Расстановка акцентов на потребление диктуется смещением ценностей в сторону статусного положения, которое требует определенный набор благ. Так, например, в России среднестатистическая семья имеет в своем распоряжении автомобиль, для мобильного перемещения, которое так необходимо в динамично развивающемся мире, мобильный телефон или смартфон, без которых нам так трудно представить свою жизнь сейчас, телевизор или гаджет с выходом в интернет – поскольку газеты и книги постепенно уходят на второй план, новости и необходимая информация узнаются с помощью этих устройств. И это только основные распространенные атрибуты жизни. Стоя на кассе современных гипермар-

кетов, можно отметить также, что люди стараются не ограничивать себя в покупках продуктов питания, корзина которых в условиях текущего расширенного ассортимента разнообразна и обширна. Высокий объем потребления требует наличия соответствующего объема средств для реализации потребностей. Однако не всегда желания потребителя соответствуют его финансовым возможностям.

Анализ расчетных данных таблицы 1 показал, что за последние годы номинальный объем потребительской корзины в России вырос на 4308 руб., причем довольно быстрыми темпами – прирост за пятилетний период составил 46,8%. При этом финансовые возможности хоть и выросли на большую сумму – рост составил 10080 руб., однако темпы роста значительно отстают от роста потребительской корзины на 9%. Это означает, что среднестатистический потребитель должен применять определенную финансовую грамотность и ловкость в распределении своих расходов.

Таблица 1

**Динамика основных показателей,  
характеризующих положение потребителя в России [2, 3]**

<b>Наименование показателя</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>Абсолютное изменение, (+,-)</b>	<b>Темп изменения, %</b>
Стоимость фиксированного набора потребительских товаров и услуг, руб.	9208,83	10046,71	10952,88	12506,72	13517,06	4308,23	146,8
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата на одного работника, руб.	26628,9	29792,0	32495,4	34029,5	36709,2	10080,3	137,8547

Однако уровень финансовой грамотности в России оставляет желать лучшего, о чем свидетельствуют приоритетные направления политики в этой области, поэтому потребитель зачастую нерационален или имеет завышенные требования к объему желаемых благ и услуг. Все это приводит к возникновению необходимости привлечения сторонних финансовых ресурсов. Объемы потребительского кредитования физических лиц в России занимают второе место

после объемов кредитования юридических лиц. Данное направление кредитования активно развивается, однако тенденцию в развитии выделить сложно, поскольку график (рис. 1) динамики данного показателя отражает существенные колебания.

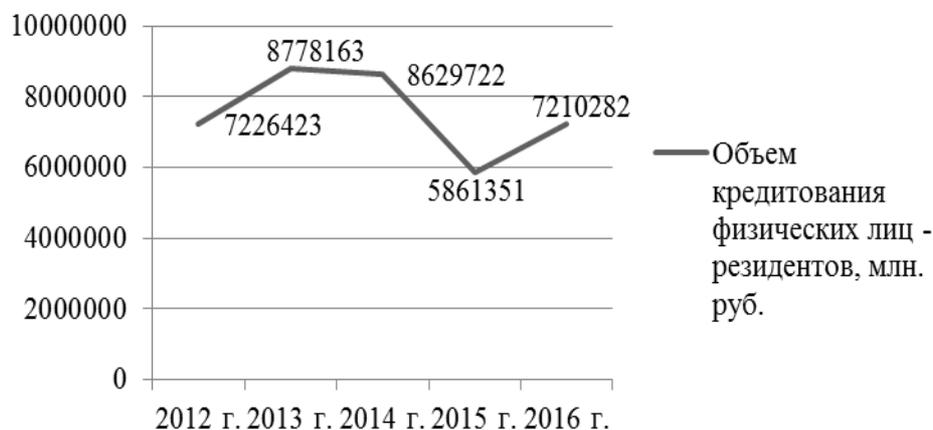


Рис. 1. Динамика объемов потребительского кредитования в России, млн. руб. [5]

Визуальный анализ рис. 1 показал, что после кризисного 2014 года объем потребительского кредитования сократился существенно, однако в 2016 году снова наблюдается рост, что свидетельствует о наличии взаимосвязи между экономической стабильностью и доверием потребителей к кредитным институтам.

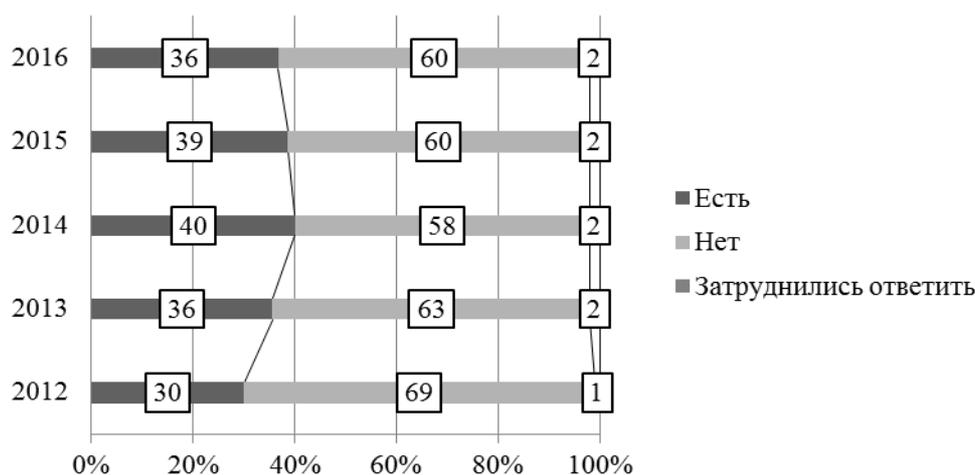


Рис. 2. Динамика структуры ответов на вопрос: «Есть ли у Вас банковская карточка, которая позволяет делать покупки в кредит или снимать деньги в кредит?», % [1]

Анализ данных рис. 2 показал, что, тем не менее, население России все больше внедряется в кредитные отношения, поскольку число потребителей, имеющих кредитные карты, возрастает в исследуемом периоде, увеличившись

в целом на 6%. Это приращение открывает еще большие возможности для развития потребительского рынка кредитов.

Еще один показатель, характеризующий положение потребителя на рынке – стоимость потребительского кредита, который также необходим к рассмотрению, поскольку, как было установлено выше, потребителю нужны дополнительные денежные средства для реализации растущих потребностей.

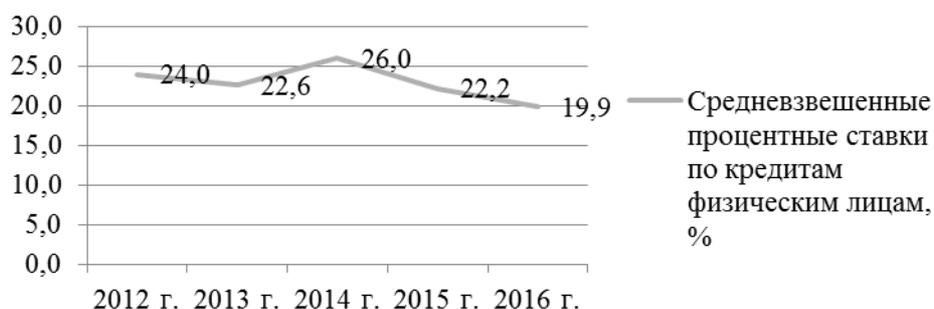


Рис. 3. Динамика средневзвешенных процентных ставок по кредитам физических лиц, % [4]

По результатам построения графика (рис. 3) изменения стоимости потребительского кредита получены следующие результаты: динамика процентных ставок по кредитованию физических лиц имеет тенденцию к снижению, общее ослабление жесткости кредитных условий в данном случае составило 4,1% за период.

Таким образом, по результатам проведенного исследования можно сделать вывод о том, что рынок потребительских товаров и услуг в своих ценах растет такими темпами, которые сокращают возможности потребителя в удовлетворении своих потребностей. Однако параллельно с этим развивается банковский сектор потребительского кредитования, который играет важную роль в улучшении положения потребителя на рынке. В перспективе положение потребителя улучшится, а соответствующие меры по повышению финансовой грамотности позволят потребителю рационально использовать имеющиеся источники финансовых ресурсов и повышать свое благосостояние.

#### Список литературы:

1. Аналитический центр «Левада-Центр»: Ежегодник «Общественное мнение – 2016». [Электронный ресурс] – Режим доступа: [www.levada.ru/sbornik-obshhestvennoe-mnenie/obshhestvennoe-mnenie-2016/](http://www.levada.ru/sbornik-obshhestvennoe-mnenie/obshhestvennoe-mnenie-2016/)

2. Федеральная служба государственной статистики: Заработная плата [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/wages/labour\\_costs/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/wages/labour_costs/)
3. Федеральная служба государственной статистики: Стоимость фиксированного набора потребительских товаров и услуг [Электронный ресурс] – Режим доступа: [www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/prices/bd/bd\\_1923006.htm](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/prices/bd/bd_1923006.htm)
4. Центральный Банк России, статистика: Процентные ставки и структура кредитов и депозитов по срочности. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.cbr.ru/statistics/?PrtId=int\\_rat](http://www.cbr.ru/statistics/?PrtId=int_rat)
5. Центральный Банк России, статистика: Сведения о размещенных и привлеченных средствах. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.cbr.ru/statistics/?Prtid=sors>

## **НАЛОГИ КАК ИНСТРУМЕНТ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ**

**Фошина Екатерина Андреевна**

*студентка Алтайского государственного технического университета  
им. И.И. Ползунова*

*научный руководитель: **Казитова Эмилия Ивановна**  
старший преподаватель*

*Алтайского государственного технического университета им. И.И. Ползунова*

Налоговое регулирование является важным и эффективным инструментом регулирования внешнеэкономической деятельности. Федеральным законом РФ от 08.12.2003 N 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» установлены приоритеты экономических мер государственного регулирования внешнеторговой деятельности [7]. В РФ в качестве налоговых инструментов государственного регулирования внешнеторговой деятельности используются таможенные пошлины, акцизы и налог на добавленную стоимость (НДС). Именно эти налоги формируют основную часть доходов бюджета России.

Следует отметить, что налогообложение внешнеэкономической деятельности регулируется не только нормами Налогового кодекса РФ, но и нормами Таможенного кодекса Таможенного союза (с 1 января 2018 года планируется вступление в силу нового Таможенного кодекса Евразийского экономического союза (ЕАЭС)).

На рис. 1 представлена структура таможенных платежей РФ в млрд. руб-

лей за 2016 год. В целом, в сравнении с 2015 годом сумма таможенных платежей выросли, исключение составляют импортные пошлины и остальные пошлины и налоги. Это обусловлено сокращением импорта вследствие продолжающегося действия внешнеэкономических санкций. Несомненно, санкции нанесли серьезный ущерб отечественной экономике, но в какой-то мере они стимулировали рост внутреннего рынка производства, розничной торговли и экспорта.

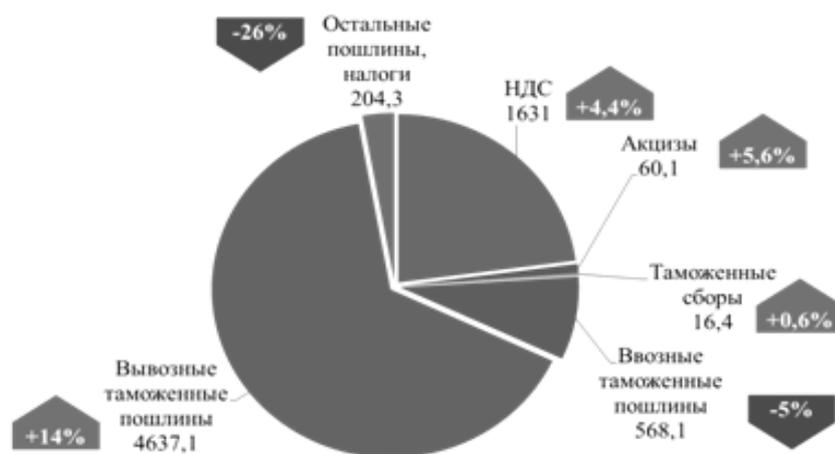


Рис. 1. Структура таможенных платежей за 2016 год, млрд. руб. [6]

Согласно данным, представленным на рис. 1, таможенные пошлины составляют более 70% таможенных платежей РФ, причем около 90% таможенных пошлин составляют экспортные пошлины.

В отличие от акцизов и НДС, которые регулируются преимущественно Налоговым кодексом РФ, таможенные пошлины регулируются Таможенным кодексом Таможенного союза. Таможенные пошлины взимаются с товаров, ценностей и имущества, прощаемых через таможенную границу ЕАЭС [5]. Соответственно, взимаются экспортные и импортные пошлины. Размеры таможенных пошлин определяются единым таможенным тарифом ЕАЭС [1]. Товары в таможенном тарифе классифицируются в соответствии с Товарной номенклатурой ВЭД ЕАЭС, которая включает в себя 97 групп товаров. Ставки таможенных пошлин дифференцированы по видам товаров. Ставки таможенных пошлин единые и не изменяются в зависимости от лиц, которые перемещают товары через таможенную границу ЕАЭС.

Экспортные пошлины уплачиваются при вывозе продукции из страны. Их основными функциями являются пополнение государственного бюджета и стимулирование экспорта. Экспортный таможенный тариф может являться мерой оперативного регулирования торговли на мировом рынке, которая направлена против исчерпания экспортных ресурсов и предупреждения демпингового экспорта. Импортные таможенные пошлины являются налоговым платежом на товары, которые ввозятся на территорию государства для реализации и потребления.

Таможенные пошлины, прежде всего, выполняют защитную функцию. Наиболее выгодными для государства являются комбинированные ставки таможенных пошлин, потому что они формируют пиковые ставки таможенных тарифов и служат эффективным инструментом защиты внутреннего рынка. Наиболее простыми являются адвалорные ставки пошлин.

Для защиты интересов внутреннего рынка ЕАЭС предусмотрено временное применение сезонных и особых пошлин. К особым относятся: антидемпинговые, специальные и компенсационные пошлины.

Сезонные пошлины устанавливаются Евразийской экономической комиссией (ЕЭК) в целях оперативного регулирования ввоза и вывоза продукции. Срок действия не может превышать 6 месяцев в году. Сезонные пошлины применяются в отношении сельскохозяйственных товаров. Сезонная дифференциация цен осуществляется с учетом различий в издержках производства и соотношения спроса и предложения на такие товары.

Антидемпинговые пошлины применяются в случае ввоза товаров по цене более низкой, чем их нормальная стоимость в стране ввоза. Ввоз в страну таких товаров наносит материальный ущерб отечественным производителям.

Специальные же применяются государством в качестве защитной меры в случаях, когда товары ввозятся на таможенную территорию РФ в количествах и на условиях, наносящих ущерб отечественным производителям подобных или непосредственно конкурирующих товаров. Они применяются и как ответные меры на дискриминационные действия, которые ущемляют интересы РФ, со

стороны других государств.

Компенсационные пошлины применяются в тех случаях, когда ввоз товаров, при производстве или вывозе которых прямо или косвенно использовались субсидии, если такой ввоз наносит материальный ущерб отечественным производителям подобных товаров [3].

Помимо таможенных пошлин при перемещении подакцизных товаров через таможенную границу ЕАЭС взимаются акцизы. Это налог, который установлен на некоторые товары массового потребления (этиловый спирт, алкогольную и табачную продукцию, легковые автомобили и др.). Если акциз взимается по адвалорной ставке, то он начисляется поверх таможенной пошлины. Экспортеры имеют право применить освобождение от обложения акцизом, но только при выполнении условий, установленных НК РФ. Если применение льготы невозможно, организация обязана уплатить акциз [4].

Налог на добавленную стоимость начисляется поверх пошлины и акциза, даже, если ставка пошлины равна 0. Импорт облагается НДС согласно Налоговому кодексу РФ ставками в 10% или 18%. Ставка экспортного НДС в настоящее время равна 0%, кроме того экспортеры имеют право на получение экспортного вычета по НДС.

Налоговые инструменты регулирования внешнеэкономической деятельности защищают внутренний рынок от конкуренции иностранных государств, поддерживают производство товаров России. Кроме этого, таможенные налоги обязательны для регулирования ввоза товаров, не производимых в РФ, у которых нет аналогов на отечественном рынке.

Помимо протекционистской функции налоги выполняют фискальную, социальную и регулирующую функции. Фискальная функция выражается в пополнении бюджета, следует отметить, что, таможенные пошлины и налоги на импорт обеспечивают значительную часть налоговых доходов РФ. Социальная функция выражается во влиянии налогообложения импортных товаров на уровень и качество жизни населения, занятость. Регулирующая функция экспортных и импортных налогов проявляется в воздействии на степень насыщенности

внутреннего рынка и конкурентоспособность отечественных производителей, а также на структурные изменения в экономике, в целом, на экономическую безопасность государства [2, с. 166].

В современных условиях необходимо, чтобы налогообложение ВЭД выполняло в первую очередь регулирующую функцию. Но для выполнения налогами этой функции необходимо благополучное состояние бюджета страны, так как только в государстве со сбалансированным бюджетом или с бюджетным профицитом возможно эффективное налоговое регулирование внешнеэкономической деятельности. Налоговое регулирование ВЭД в РФ должно быть направлено на повышение конкурентоспособности производителей на мировом рынке.

#### **Список литературы:**

1. Договор о Евразийском экономическом союзе (Подписан в г. Астане 29.05.2014) (ред. от 08.05.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 12.08.2017) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_163855/18eeb7d78d488fc57f4273bae01601899946ea32](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163855/18eeb7d78d488fc57f4273bae01601899946ea32)
2. Казитова Э.И. Показатели оценки внешнеэкономической безопасности региона (на материалах Алтайского края) // Вестник алтайской науки. 2015. № 2 (24). С. 166-172.
3. Налоговое регулирование внешней торговли в Российской Федерации // Современные тенденции в экономике и управлении: Новый взгляд: Сб. материалов XX междунар. науч.-практ. конф. - 4 июня 2013. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://doc.knigi-x.ru/22raznoe/153715-1-nalogovoe-regulirovanie-vneshney-torgovli-rossiyskoy-federacii-korolkova-ae-nacionalniy-issledovatels.php>
4. Налоговый кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://nalog.garant.ru/fns/nk/14/#block\\_20009](http://nalog.garant.ru/fns/nk/14/#block_20009)
5. Таможенный кодекс Таможенного союза (ред. от 08.05.2015) (приложение к Договору о Таможенном кодексе Таможенного союза, принятому Решением Межгосударственного Совета ЕврАзЭС на уровне глав государств от 27.11.2009 N 17) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_94890/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_94890/)
6. Таможенный портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://customsonline.ru/4181-vzimanie-tamozhennyh-platezh...sti-v-2016-godu.html>
7. Федеральный закон от 08.12.2003 N 164-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_45397/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_45397/)

## **ФОРМИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**Харонжина Ангелина Владимировна**

*магистрант Белорусского государственного экономического университета*

**научный руководитель: Зенькова Лариса Петровна**

*доктор экономических наук, профессор*

*Белорусского государственного экономического университета*

Современные условия хозяйствования в белорусской экономике характеризуются разнонаправленными темпами развития экономических процессов, существенной неопределенностью в выборе наиболее рациональных направлений развития, значительным воздействием факторов внешней среды на параметры предприятия. Следовательно, возрастает роль и значение долговременных программ развития отраслей, которые обычно выражаются в виде инвестиционной стратегии развития [1].

Инвестиционная стратегия является одной из функциональных стратегий государства, наряду с товарно-рыночной, технологической, интеграционной, социальной. Ее основными целями являются создание привлекательного инвестиционного и предпринимательского климатов; создание конкурентоспособной экономики; повышение эффективности управления самого государства; повышение качества жизни населения; решение оборонных и геополитических задач.

Возможно, выделить американскую, европейскую и азиатскую инвестиционные стратегии, а также их смешанные виды. Цель американской инвестиционной стратегии заключается в развитии торгово-инвестиционного сотрудничества между странами, суть которого состоит в образовании филиалов и представительств, развитии международных сетей. Ее содержанием является финансирование инвестиционных проектов, внедрение инноваций в отрасли, реализация продукции со склада на территории других стран, открытие международных логистических сетей.

Целью европейской инвестиционной стратегии является развитие торгового сотрудничества между странами, суть которого в образовании филиалов и представительств, развитии международных сетей, размещении прямых ино-

странных инвестиций. Реализация продукции со склада на территории других стран, открытие торговых сетей сбыта являются спецификой европейской инвестиционной стратегии.

Целью азиатской инвестиционной является развитие наукоемких технологий, сотрудничества в научной сфере, суть которого в образовании филиалов и представительств, развитие учебных центров и научно-исследовательских программ. Модульное производство и реализация продукции являются спецификой азиатской инвестиционной стратегии [2].

Для Республики Беларусь наиболее приемлема реализация смешанного типа – европейско-азиатской инвестиционной стратегии, так как она обладает а) значительным высококвалифицированным человеческим капиталом, б) располагает транзитным положением территории для налаживания международных торговых потоков; в) имеет значительные, хотя и устаревшие производственно-технические мощности, способные при условии привлечения иностранного капитала создавать конкурентоспособную продукцию на модернизированной основе.

Привлечение прямых иностранных инвестиций (ПИИ) является очень важной проблемой для Республики Беларусь в силу того что:

- ПИИ могут поспособствовать модернизации промышленности страны;
- ПИИ являются долгосрочными финансовыми вложениями, которые положительно влияют на платежный баланс и на внешнеэкономический сектор;
- ПИИ могут поспособствовать диверсификации белорусской экономики, особенно в случае освоения новых рынков.

Негативное влияние на их мобилизацию оказывает торможение модернизации экономики, неэффективное управление инвестиционными потоками. Дополнительными рисками иностранными инвесторами указываются высокий уровень инфляции, слабость и несовершенство белорусского законодательства в части привлечения прямых иностранных инвестиций.

К факторам, препятствующим привлечению ПИИ в Беларусь, также можно отнести неопределенность, не связанную непосредственно с ведением биз-

неса. В Беларуси существует два типа неоцениваемых рисков для инвесторов:

– не связанные с ведением бизнеса ожидания со стороны государственных органов по отношению к инвесторам (обязательство гарантии сохранения рабочих мест, директивные задачи по выпуску продукции или ее ассортименту; не связанные с ведением бизнеса расходы, такие как нефинансовая или финансовая поддержка местных учреждений). Государственные органы управления должны очень четко обозначить такого рода требования в течение процесса переговоров, чтобы инвесторы были осведомлены о возможных рисках;

– государственное вмешательство в процесс принятия решений, что является неконтролируемым внешним фактором, делающим невозможным процесс планирования инвестиций и их отдачи.

В числе мер по улучшению инвестиционного климата можно выделить:

– создание системы приема иностранного капитала, включающей широкую и конкурентную сеть государственных институтов, коммерческих банков и страховых компаний, страхующих иностранный капитал от политических и коммерческих рисков, а также информационно-посреднических центров, занимающихся подбором и заказом актуальных для Беларуси проектов, поиском заинтересованных в их реализации инвесторов и оперативным оформлением сделок «под ключ»;

– создание национальной системы мониторинга инвестиционного климата в Беларуси.

Таким образом, для повышения потенциала ПИИ Беларуси необходимо улучшить нормативно-правовую среду и сделать прозрачной и четкой процедуру привлечения и поддержки инвесторов. Спецификой инвестиционной стратегии Беларуси должно стать превалирование не столько отраслевого подхода к определению приоритетов инвестирования, сколько ориентация на ресурсное инвестиционное обеспечение экспортоориентированных и импортозамещающих проектов. Перспективой для инвестиционной политики Беларуси станет не сам факт иностранных инвестиций и их объемов, а эффективная реформа процесса инвестирования, способствующая повышению капиталотдачи.

### Список литературы:

1. Ивасенко А.Г., Никонова Я.И. Инвестиции: источники и методы финансирования. – М.: Омега-Л, 2010.
2. Лучко М.И. Конкурентные стратегии ТНК: стратегические альянсы слияния и поглощения // Вести. Моск. ун-та. Сер. 6. – 2008. – № 1. – С. 31–56.

## АНАЛИЗ РЫНКА МОБИЛЬНЫХ ТЕЛЕФОНОВ

**Хрущёв Александр Александрович**

*студент 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*

На сегодняшний день сотовая связь — самая распространённая из всех типов мобильной связи, по этой причине обычно мобильный телефон именуют сотовый телефон, несмотря на то, что мобильными телефонами кроме сотовых считаются также спутниковые телефоны, радиотелефоны и аппараты магистральной связи.

На данный момент ни один человек не может представить свою жизнь без сотового телефона. Мобильный телефон сейчас не просто способ общения, хранение и поиска нужной информации. А также является средством развлечений. В настоящее время существует много марок мобильных телефонов. Основные бренды: Samsung, Nokia, LG и многие другие.

На рис. 1 представлены основные производители сотовых телефонов.

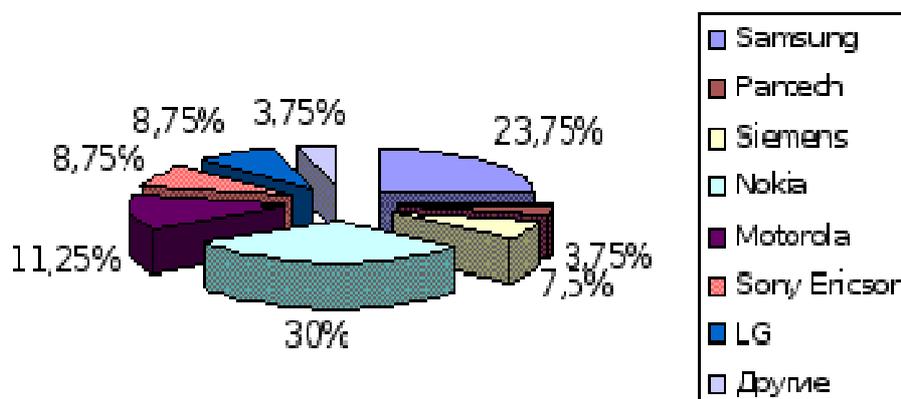


Рис. 1. Основные участники Российского рынка сотовых телефонов в 2016 году [4]

По данному рисунку можно сделать вывод, что на первом месте по популярности среди торговых марок сотовых телефонов является Nokia, на втором-

Samsung, на третьем – Motorola, а на четвертом сразу несколько Siemens, Sony Ericsson и LG.

Российский рынок мобильных телефонов показывает положительную динамику роста. Разрастание рынка сотовых телефонов приводит к расширению ассортимента, изменению предпочтений потребителя и его повышению требований к приобретаемым телефонам [4].

К мобильным телефонам относятся следующие объекты:

1. Смартфоны – это «умные» телефоны, которые имеют операционную систему. На них можно устанавливать разные программы и приложения.
2. Камерофон - один из разновидностей телефонов, в котором имеется лучшая встроенная камера.
3. DUAL-SIM - телефон в котором присутствуют 2 сим карты.
4. Плеерфоны-телефон, у которого есть встроенный плеер и динамик высшего качества.
5. Коммуникаторы - персональный компьютер с функциями телефона.

Все перечисленные сегменты в сумме дают 100% рынка мобильных телефонов. Самым крупным является "Смартфон", на долю которого по итогам 2016 года приходилось 60% рынка.

В 2016 году на российском рынке мобильных телефонов представлено более двух десятков компаний-производителей, выпускающих для отечественного потребителя более тысячи моделей телефонов различной функциональности в различных ценовых сегментах.

Сегодня в общий список производителей мобильных телефонов входят следующие компании: Airplus, Motorola, NEC, Neonode, NeoPoint, Nokia, O2, Onext, Orange, ORSiO, Palm, Panasonic, Samsung, Sanyo, Sendo, Sharp, Siemens, Sitronics, Sky, Skylink, SkyVox, Sonim, Sony, SonyEricsson, Soutec, Spectronics, Synertek, T-Mobile, TAG Heuer, Tel.me, Telit, teXet, Toshiba, Trium, Twice, Ubiquam, Veon, Vertu, ViewSonic, Vizio, VK Mobile, Vodafone, Voxtel, Withus, xDevice, Zakang, Zetta, ZTC, ZTE и другие [3].

Рассмотрим структуру промышленного ассортимента ведущих произво-

дителей сотовых телефонов:

Apple – ведущая американская компания по производству персональных компьютеров, планшетов, аудиоплееров, коммуникаторов и продуктов ПО. Разработчики компании создают свою продукцию на основе инновационных технологий и уникальному дизайну. Как и многие производители мобильных телефонов, компания Apple смогла обеспечить себе особую репутацию, хотя сегодня она уже сравнилась с культом в сфере электротехнических товаров. В настоящее время Apple является обладательницей самого дорогого бренда в мобильной индустрии. Один из ключевых продуктов Apple – коммуникаторы iPhone, которые совмещают возможности музыкального плеера, коммуникатора и планшета [2].

Sony. Sony Ericsson Mobile Communications основана в 2001 г. компанией Ericsson, являющейся лидером в области мобильной связи, и Sony Corporation – одним из ведущих мировых производителей бытовой электроники. Эти компании имеют равные доли в новом предприятии. Sony Ericsson занимается исследованиями, разработкой дизайна и технических решений, а также продажами, распространением продуктов, активной поддержкой и обслуживанием клиентов. Штаб квартира компании расположена в Лондоне, исследовательские подразделения работают в Швеции, Японии, Китае, США и Великобритании. 27 октября 2011 года Ericsson продает свою долю в едином предприятии Sony Ericsson. Из этого следует, что японское предприятие Sony будет единоличным производителем своих устройств [2].

Nokia. Финский концерн Nokia - мировой лидер в области мобильных коммуникаций. Опираясь на богатый опыт, инновационные технологии и безопасные решения, она является ведущим поставщиком в области мобильных, фиксированных широкополосных и IP-сетей. Nokia возглавляет процесс совершенствования мобильных технологий, представляя на всех сегментах рынка обширную линейку своих продуктов, поддерживающих современные протоколы сотовой связи. Функциональность телефонов Nokia развивается от голосовых функций к функциям мультимедиа, работе с изображениями, развлечениям

и бизнес-приложениям. Однако, начиная с 2013 года компания Nokia производит телефоны только на платформе Windows.

Samsung. Корейская компания Samsung образована в 1969 году и является мировым лидером в области производства полупроводникового, телекоммуникационного оборудования, технологий цифровой конвергенции; ведущим производителем чипов памяти, жидкокристаллических дисплеев, мобильных телефонов и мониторов. Первенство в производстве широкого спектра IT-продуктов дает компании уникальную возможность разрабатывать инновационную цифровую продукцию высочайшего качества.

Средний срок эксплуатации нового мобильного телефона в России, по данным на июнь 2015 г., составил 23 месяца. 23 месяца - это исторически минимальный срок замены телефонов. Сокращение срока использования телефонов связано с активностью производителей, которые стремятся выводить на рынок новые модели устройств с новыми дополнительными функциями, и это провоцирует пользователей менять аппарат все чаще и чаще. Срок использования телефонов снижается также из-за того, что дешевеют смартфоны [4].

В реальное время современный человек никак не представляет собственную жизнь без стильных новинок техники, разнообразных гаджетов и мультимедийных приборов. Современный сотовый телефон это – большой сенсорный дисплей, который работает в каждое время года и при всякой погоде, батарея большой емкости, наличие фото и видеокамеры, выход в сеть интернет как через SIM – карту, так и посредством Wi-Fi, наличие GPS навигации и многое иное. Уже в настоящее время имеются сотовые телефоны, которые никак не боятся воды. Такого рода мобильный телефон возможно брать мокрыми руками и никак не опасаются, что он прекратит функционировать, его также возможно применять под водой. Конечно, время применения и углубленность, в какой способен пребывать микросотовый мобильный телефон, ещё урезана, однако допустимо вскоре сотовый телефон совершенно перестанет бояться воды. Сотовые телефоны продолжают совершенствоваться и возможно, вскоре мы увидим телефоны с гнущимся экраном, либо телефон какой станет передавать за-

пах, либо мобильный телефон который будет заряжаться от солнечной батареи [1].

#### **Список литературы:**

1. Анализ рынка сотовых телефонов в России: [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.apple.com/ru/pr/library/>
2. Рынок мобильной рекламы в 2016 году [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://wapstart.ru/analytics/560/>
3. Сайт Медиа Маркета [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.hotevents.ru/spb/catalogue/company/mediama>
4. Интернет-портал «PLASTINFO». [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://plastinfo.ru/information/articles/473/>

### **ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДОХОДОВ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ**

**Цветошенко Надежда Александровна**

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

*научный руководитель: Мелентьева Оксана Владимировна*

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

В настоящее время политическим вектором нашей страны является усиление роли местного самоуправления посредством децентрализации и создания всех необходимых правовых, социальных, экономических, политических и других условий для функционирования и развития объединённых общин.

Научными и теоретическими основаниями для соответствующих исследований являются работы известных отечественных экспертов в области финансов - Л.К. Воронова, А.П. Хетманец, В.И. Курило, В.В. Мушенко, М.П. Кучерявенко, О.А. Музыка-Стефанчик, А.А. Нечай, О.П. Орлюк, М.О. Перепелесья, И.Б. Заверуха [1-4] и другие.

Целью данного исследования является всесторонний анализ существующей налоговой нормативной базы с точки зрения механизмов формирования финансового потенциала местных органов власти в процессе реформы в современной тенденции децентрализации и ассоциации.

В соответствии с этой целью необходимо подчеркнуть приоритет актуальных задач исследования недостатков механизма местных бюджетов Украи-

ны, в частности:

- наличие различий в нормативно-правовой базе, регулирующей формирование и использование финансовых ресурсов местных бюджетов, которые используются правительством из-за проблем в новом финансовом году;
- чрезмерная централизация местных бюджетов и отсутствие четкого разделения компетенции в конкретных задачах между центральными органами власти и региональными и местными органами власти;
- нестабильные источники местных доходов и отсутствие эффективного механизма межгосударственного перераспределения доходов.

Анализ социально-экономических, организационных и управленческих реалий в системе местного самоуправления показывает, что основной причиной неправильной ситуации является отсутствие эффективных источников финансирования местных сообществ. Поэтому, прежде всего, необходимо реформировать систему местных налогов, сборов и советов, поскольку основными наполнителями местных бюджетов являются налоговые платежи [7].

По нашему мнению, будет целесообразно проанализировать налоговые платежи, начисленные в местные бюджеты за последние два десятилетия. В раннем развитии налоговой системы нашей страны была сформирована система доходов местного самоуправления (местных бюджетов), состоящая из таких видов:

1. Налоги и сборы, сформированные и установленные на государственном уровне:

- налоги, установка и сбор из которых осуществляются исключительно на национальном уровне, а средства хорошо принимаются местными бюджетами (земельный налог, подоходный налог);

- налоги, сформированные в виде вычетов из государственных налогов (доля НДС, подоходного налога, акциза) и регулируются только на государственном уровне.

2. Налоги и сборы собирались на государственном уровне и формировались на местном самоуправлении.

3. Местные неналоговые доходы, которые заполняли местные бюджеты (штрафы, лицензионные сборы). Система, формирующая таким образом средства местных бюджетов, имела ряд существенных недостатков.

В частности, местные пошлины, определенные законом Украины «О системе налогообложения» [5], были неэффективными в качестве механизмов для заполнения бюджетов (плата за выдачу ордера за квартиру, сбор за право размещения фильма и телевизионные записи) и достаточно об их расходах во время администрации (сбор владельцев собак) [3].

Существование этих недостатков и нарушений указывало на настоятельную необходимость улучшения регулирования местной налоговой системы как на национальном уровне, так и на местном уровне. Начиная с 2011 года система местного налогообложения была реорганизована путем принятия налогового кодекса и поправок в список местных налогов и сборов [6]. Инновации в механизме местного налогообложения привели к как положительным, так и отрицательным изменениям в этой части доходов местных бюджетов.

Начиная с 01.01.2015 года, согласно статье 10 Налогового кодекса Украины, местные налоги включают налог на имущество и единый налог и местные сборы - сборы за парковочные транспортные средства; туристический налог. Местные советы устанавливают налог на имущество в части налога на транспорт и земельный налог на недвижимое имущество, за исключением земельного участка [5].

Представленные факты актуализируют необходимость реформирования сформированного бюджета элемента местных налогов, которые стали наиболее значительным источником доходов в местных бюджетах, аналогично практике развитых демократических стран. В краткосрочной перспективе единые местные бюджеты местных общин должны обладать определенной, по крайней мере минимальной степенью экономической и финансовой мощи [2].

Таким образом, система местного налогообложения как один из основных источников формирования финансовой основы местного самоуправления не покрывается необходимыми изменениями, в частности, при создании соответ-

ствующих материальных, финансовых и организационных условий для полного самоуправления и делегированные полномочия, используя средства, полученные от уплаты местных налогов и сборов.

Исходя из всего вышеизложенного следует сделать вывод, что одной из самых серьезных проблем является то, что, воплощенные в Налоговом кодексе Украины, местные налоги и сборы и ставки не учитывают реальные возможности налогоплательщиков и, следовательно, не выполняют вспомогательные функции.

Для решения проблем в формировании местных бюджетов в Украине следует предложить их решения:

- улучшить существующую нормативно-законодательную базу с целью более эффективного регулирования процесса формирования и использования финансовых ресурсов в местных бюджетах комбинированных территориальных сообщества;
- обеспечить постепенный переход к децентрализации управления местными бюджетами, что даст возможность местным финансам стать более независимым институтом;
- реформировать местное налогообложение при перечислении некоторых налогов из категории национальных местных и установить более справедливое распределение межрегиональной доли налогов.

Таким образом, успешное развитие процесса формирования местных финансов как эффективного инструмента в руководстве работой единых местных сообществ в Украине возможно только при условии проведения общих административных и финансовых реформ.

#### **Список литературы:**

1. Воронова Л.К. Финансовое право. Киев, 2015.
2. Гетманец О.П. Правовой контроль контроля за финансовыми ресурсами. Экономические науки. 2012.
3. Заверуха И.Б. Правоохранительный орган государственного управления. Право Украинского. 1999. № 3. С. 26-30.
4. Закон Украины о налогообложении от 25.06.1991. № 1251-ХІІ. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://zakon4.rada.gov.ua.1251-12>.

5. Налоговый кодекс Украины от 02.12.2010. № 2755-VI. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://zakon4.rada.gov.ua>.
6. Государственная Фискальная Служба Украины. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://sfs.gov.ua/modernizatsiya-dps-ukraini/povidomlia\\_/2010-povidomlenia/59484.html](http://sfs.gov.ua/modernizatsiya-dps-ukraini/povidomlia_/2010-povidomlenia/59484.html).
7. Бюджетный кодекс Украины от 08.07.2010 № 2456-VI. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://zakon0.rada.gov.ua>.

## **MEDIA COVERAGE OF THE «REFUGEE/MIGRATION CRISIS»: CAUSES, CHALLENGES AND PERSPECTIVES**

**Чернавина Юлия Алексеевна**

*студентка Сибирского государственного университета путей сообщения  
научный руководитель: Комкова Анастасия Сергеевна  
кандидат филологических наук  
Сибирского государственного университета путей сообщения*

Europe has always been a destination for refugees and migrants from all over the world, but in 2015 there was a sharp rise in the number of them arriving. According to the statistics given by EC Frontex, approximately one million people, running away from war and poverty, arrived in Europe that year, with a significant amount fleeing from war-torn Syria. It is considered that the war in Syria became a key factor that provoked the crisis. Conflicts in the Central African Republic, South Sudan, Somalia, the Democratic Republic of the Congo have only promoted deterioration of the problem. Obviously, this process has had some important economic consequences on most of the European countries. Thus, the relevance of the research is determined by the fact that for the small period by historical standards the question of refugees and the related problems affected world political and economic situation.

So, 2015 was the year that journalists recorded the largest movement of people across European boundaries, which they responded to through many articles, appeared daily in world's media. The events were called as Europe's "refugee crisis" or "migration crisis". The words "refugee, migration crisis, Flüchtlinge, Flüchtlingskrise, беженец, миграционный кризис" became synonyms in that context. Since that time the concept "refugee/migration crisis" has become widely used by the media and policy makers to refer to the significant number of people arriving to Europe in the attempt to escape from conflict-torn areas. Throughout the events of 2015-

2016, the press played a key role in providing information about the new arrivals, governments' actions and public response, and in framing these events as a "crisis". The theme remains relevant today. The analysis of materials about migration crisis appeared 2016 reveals some features of covering the problem in media and shows retrospective elements concerning origin of crisis in 2015. As Frontex states, in 2016 the number of refugees and migrants continued to grow. And the most of them arrived from Afghanistan, Syria, Guinea, the Democratic Republic of the Congo, Iraq, Iran, Pakistan, Gambia and Bangladesh.

For our research 3 newspapers were chosen: "Die Zeit" ("Zeit online"), "The Washington Post" and "Vedomosti". All in all, 55 articles in English, German and Russian were analyzed. These newspapers are considered to be the so called "mainstream media". Selection of articles was carried out from electronic resources according to keywords: "refugee, migration crisis, Flüchtlinge, Flüchtlingskrise, беженец, миграционный кризис".

The articles of the abovementioned newspapers were analyzed according to the following criteria: the created image of migrant; the highlighted aspects of the crisis; the proposed solutions.

"Vedomosti" doesn't give the portrait characteristic of migrants, however even in the general materials the reader sees people who have appeared in a difficult situation, they balance between life and death. "Die Zeit" gives the dual characteristic: on the one hand, refugees are the victims of circumstances and need the help, on the other hand, the refugees appear as a threat (mass fights, rapes in Cologne) and the reason of payments of subsidies from pockets of the German taxpayers. "The Washington Post" inclines that refugees are the victims of war and considers them as the danger.

"Vedomosti" doesn't pay attention to economic, moral and ethical aspects of the conflict. The newspaper is focused on political affairs of settlement of crisis. "Die Zeit" equally considers both political and economic aspects of the conflict, as financing of refugees and their integration into national economy aren't less important, than controlling the distribution of a flow of refugees to other countries. "The Washington Post" pays attention to political and moral ethical aspect of a question. America is in a difficult situation since 2015 when the president Obama started the fight which has serious con-

sequences now, Trump's words that he completely will “ban” the way to refugees in the USA (later this promises were corrected) are estimated from the moral point of view too. Political steps of Germany in crisis management are widely covered.

Regarding the chosen materials, different solutions of crisis are given. It can be border control, resettlement arriving, help of NATO, settlement of the agreement with Turkey, the end of war and strict quotas for the reception of refugees. It should be noted that “Die Zeit” is very careful. Journalists don't give global forecasts, newspaper only writes about local forward steps for a solution (questions of financing, ways of integration of refugees into society).

As it is stated in the media, now EU has to support not even refugees from Syria, Iraq, Jordan, Lebanon but also countries of origin and transit. 17.7 billion euro has been allocated from the EU budget to deal with the migration crisis in the 2015-2017, particularly, to provide the Facility for Refugees in Turkey with humanitarian and non-humanitarian assistance. The EU and its Member States have already paid €2.2 billion. Economies of not only the EU countries and countries produced the inflow of refugees have been influenced. The impact of the crisis was felt by many other countries. Process of refugees' integration is slow: the lack of language skills, low skills of workers and transferable job qualifications are the main barriers in job searching.

Taking into consideration the above mentioned facts the following conclusions can be made. The media coverage of the “refugee/migration crisis” in Russia, Germany and the USA is characterized by significant diversity. New arrivals were seen either as vulnerable outsiders (Germany and Russia) or dangerous outsiders (USA and Germany after Cologne rapes and protests in Berlin). The narratives of the coverage changed in time – from the sympathetic response (in 2015) to suspicion and hostility towards newcomers (2016-2017). Limited opportunities to speak of their suffering were given to refugees. Different solutions of crisis were proposed with regard to the economic instability caused by the migration crises. Thus, the importance of media coverage of the events, concerning ethnic conflicts, migrants and refugees, the ways we understand rights and identities, and socio-cultural integration in general, should be highlighted. As “the crisis” is moving to a new stage, media continue to face challenges in giving an independent and fair picture.

## СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В РОССИИ

**Черноусова Виктория Викторовна**

*студентка Пермского торгово-технологического колледжа*

*научный руководитель: Ефремова Юлия Сергеевна*

*преподаватель Пермского торгово-технологического колледжа*

Общественное питание представляет собой отрасль народного хозяйства, основу которой составляют предприятия, характеризующиеся единством форм организации производства и обслуживания потребителей и различающиеся по типам, специализации. Развитие общественного питания дает существенную экономию общественного труда вследствие более рационального использования техники, сырья, материалов; предоставляет рабочим и служащим в течение рабочего дня горячую пищу, что повышает их работоспособность, сохраняет здоровье; дает возможность организации сбалансированного рационального питания в детских и учебных заведениях. Общественное питание одной из первых отраслей народного хозяйства встало на рельсы преобразования.

Быстрыми темпами прошла приватизация предприятий, изменилась организационно-правовая форма предприятий общественного питания. Появилось большое количество частных малых предприятий. В 1995г. выходит закон РФ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации». Он определяет, какие из них могут рассчитывать на поддержку государства. Поэтому специализированные предприятия, которые стали исчезать в первые годы приватизации, сейчас набирают темпы в своем развитии (шашлычные, пельменные, пиццерии, бистро и др.). Появляются комбинаты питания, фирмы, которые берут на себя задачи организации социального питания.

Предприятия общественного питания выполняют три взаимосвязанные функции: производство кулинарной продукции; реализация кулинарной продукции; организация ее потребления.

Функциональные особенности отрасли общественного питания напрямую зависят от вида услуг, которые осуществляет предприятие. Согласно ГОСТу Р 50764-95 «Услуги общественного питания. Общие требования» все услуги об-

ществленного питания подразделяются на следующие виды: услуги питания; услуги по изготовлению кулинарной продукции; услуги организации потребления и обслуживания; услуги по реализации кулинарной продукции; услуги организации досуга; информационно - консультативные услуги; прочие услуги [2]. Экономическая цель рынка услуг общественного питания заключается в обеспечении эффективного использования потребительских ресурсов для удовлетворения потребностей общества. Реализация этой цели происходит в результате изучения потребностей общества в услугах и представление их многообразия на рынке [4]. Таким образом, можно сказать, что производство услуг общественного питания исходит из реально изменяющихся рыночных условий и потребностей населения.

Для осуществления эффективной деятельности общественного питания необходимо обеспечить бесперебойное снабжение предприятий товарами и сырьем. В этих целях предприятия общественного питания устанавливают хозяйственные связи с поставщиками сырья и его производителями. В 2014 г. принят документ в связи с Указом Президента РФ от 06.08.2014 N 560 в целях защиты экономических интересов России, а 30 июня 2017 г. N 293 продлен с 1 января по 31 декабря 2018 г, согласно которому утвержден перечень сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, ввоз которых на территорию России запрещен. Это товары, страной происхождения которых являются США, страны ЕС, Канада, Австралия и Королевство Норвегия. Под запрет попали, в частности, мясо крупного рогатого скота, свинина, рыба, молоко и молочная продукция, овощи и съедобные корнеплоды, фрукты и орехи, сыры и творог [5]. Эмбарго на ввоз продуктов в РФ в сочетании с другими факторами имело негативные последствия для экономики. Только за половину прошлого года зарплаты снизились на 8,5%, а сводная цена на продукты питания на один месяц, наоборот, увеличилась больше чем на 14%. Можно увидеть, что люди начали экономить на покупках, особенно на еде. Это сказалось и на общественном питании. На данный момент происходит кардинальная перестройка общественного питания – заканчивается эпоха развития на импортных продуктах,

которая длилась более двадцати лет. Переход на отечественное сырье после введения продовольственного эмбарго неизбежно повлек за собой смену вкусов и технологий приготовления еды. В связи с этим обозначились следующие современные тенденции развития общественного питания.

Во-первых, стало открываться больше демократичных заведений с простым интерьером и сервисом, но с добротной вкусной едой по низким ценам. Сегодня нужно делать предприятия «попроще, понароднее, чтобы были более доступные и понятные потребителю» [7]. Другой заметный тренд - это появление множества предприятий с моноконцепцией, то есть с построением меню на одном продукте (в большей степени на каком-то виде мяса). На первый взгляд моноконцепция – это своего рода мода, однако она имеет серьезный экономический смысл, поскольку позволяет сократить издержки за счет закупки одного продукта в больших объемах, работы с одним поставщиком, сокращения затрат на составление меню и т.д. В результате перехода на отечественные продукты больше всего пострадали рестораны европейской кухни (прежде всего итальянской). Так как невозможно заниматься национальной кухней без соответствующих продуктов.

Во-вторых, на рынке общественного питания – реинкарнация русской кухни. Сегодня есть много разных интерпретаций русской кухни: классическая, старая, современная и т.д. Появление таких предприятий естественное развитие процесса перехода рынка на русские продукты, результат сокращения расстояния между местом произрастания сырья и местом его использования. Сегодня, во время кризиса, рестораторы не ставят перед собой задачу много заработать, основная цель - удержать бизнес. Рентабельность бизнеса колеблется от 0 до 15%. [7]. По оценкам BusinesStat, в 2011-2016 гг. численность посетителей ресторанов и кафе в России увеличилась на 3,4% и составила 107,5 млн. чел. В 2016 г отмечалось сокращение показателя относительно предыдущего периода из-за ухудшения экономической ситуации в стране – люди стали экономить на посещении ресторанов и кафе. За 2011-2016 гг. средний чек посещения ресторанов и кафе увеличился 61,4% и составил 805,7 руб. Помимо роста цен на

продукты питания даже отечественного производства, на увеличение среднего чека повлияло существенное повышение стоимости аренды коммерческой недвижимости и изменение порядка исчисления налога на имущество организаций общественного питания. [5] В 2011-2016 гг. стоимостный объем рынка ресторанов и кафе вырос на 74,1% и достиг 727,8 млрд. руб. Рост оборота рынка обусловлен, главным образом, ростом среднего чека из-за увеличения затрат на покупку продуктов питания, аренду помещений, выплату налогов.

Увеличение стоимостного объема рынка продолжится в 2016-2019 гг. в среднем на 11,6% в год. В 2019 г показатель достигнет 1261 млрд. руб. Тем не менее, в 2016-2017 гг. рост показателя частично сдерживается сокращением среднего времени пребывания курильщиков в организациях общественного питания, особенно в зимний период и межсезонье. За меньшее время посетители делают меньше заказов блюд и алкоголя [5].

По последним данным Росстата оборот предприятий общественного питания на май 2016 составил 1232519,0 или 101,6% (в сопоставимых ценах) к соответствующему периоду предыдущего года. При проведении своих подсчетов Росстат учитывает оборот ресторанов, кафе, баров, столовых при предприятиях и учреждениях, а также организаций – поставщиков продукции общественного питания [6].

В-третьих, с 1 января 2017 года вступил в силу закон №238 «О независимой оценке квалификации». Согласно ему каждый работник сферы общественного питания должен будет подтвердить свою профессиональную квалификацию. Теоретические и практические экзамены проходят в независимых Центрах оценки квалификаций. В связи с этим изменится подход к обучению персонала, требуется больше кадров с профильным образованием.

Подводя итог вышеприведенным показателям, хочется отметить, что в России отрасль общественного питания продолжает набирать обороты. Рост оборотов предприятий наблюдается на протяжении пяти последних лет, что свидетельствует о необходимости развития данной отрасли. Именно услуги общественного питания формируют эффективный механизм удовлетворения

потребностей населения в удовлетворении индивидуальных, персонифицированных потребностей потребителей не только в услугах по организации питания, но и по организации досуга населения. На том или ином этапе экономического развития нашей страны одни услуги прочно входят в жизнь, становятся традиционными, другие только зарождаются.

#### **Список литературы:**

1. ГОСТ Р 50647-2010 Услуги общественного питания. Термины и определения. (утв. Постановлением Госстандарта РФ от 05.04.1995 N 200) Доступ из справ. - правовой системы «Консультант-Плюс».
2. ГОСТ Р 50764-95 Услуги общественного питания. Общие требования. (утв. Постановлением Госстандарта РФ от 05.04.1995 N 200) Доступ из справ. - правовой системы «Консультант-Плюс»
3. .ГОСТ Р 50763-95 Общественное питание. Кулинарная продукция, реализуемая населению. Общие технические условия. (утв. Постановлением Госстандарта РФ от 05.04.1995 N 199) (ред. от 15.05.1996) Доступ из справ. - правовой системы «Консультант-Плюс». Общественное питание в современных переходных условиях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.pitportal.ru/director/10893](http://www.pitportal.ru/director/10893)
4. Метелев С.Е., Калинина Н.М., Елкин С.Е., Чижик В.П. «Экономика предприятия (торговли и общественного питания): Учебник: для студ. высших учебных заведений» - Омск: Омский институт (филиал) РГТЭУ, 2011.
5. Фридман А.М. «Экономика предприятия общественного питания: учебник» - М.: ИТК "Дашков и К", 2014.

#### **АЛГОРИТМ ФОРМИРОВАНИЯ КАДРОВОГО РЕЗЕРВА В БАНКЕ**

**Черняков Владислав Михайлович**

*магистрант Сибирского университета потребительской кооперации*

*научный руководитель: Степанов Владимир Валентинович*

*доктор медицинских наук, доцент, ректор*

*Сибирского университета потребительской кооперации*

Процесс формирование кадрового резерва целесообразно осуществлять используя метод «Управление по целям» [1, с. 93]. Алгоритм процесса охватывает целевую аудиторию линейных руководителей, руководителей среднего и высшего звена, используется каждый и содержит из 5-ть шагов:

1. Планирование потребностей и рекомендаций в кадровый резерв:

- 1.1. План ротации руководителей ключевых должностей.

- 1.2. План потребности в кадровом резерве на эти должности, расчет региональных квот на кандидатов в кадровый резерв.

1.3. Рекомендации на кадровых комиссиях в резерв лучших руководителей.

2. Отбор кандидатов, целевыми оценочными мероприятиями:

2.1. Оценка профессиональных и корпоративных компетенций.

2.2. Оценка уровня владения английским языком.

2.3. Определение личностных особенностей и роли в команде.

2.4. Оценка степени соответствия профилю ключевой должности.

3. Утверждение кадрового резерва:

3.1. Участие руководства банка.

3.2. Утверждение кадрового резерва на «Комиссии по талантам».

3.3. План карьерного роста и развития.

3.4. Матрица преемственности каждой ключевой должности.

4. Развитие кадрового резерва:

4.1. Обеспечение необходимого опыта и знания за счет системы длительных стажировок.

4.2. Развитие руководителей через опыт других (менторинг).

4.3. Оценка статуса готовности кандидата.

4.4. Обучение по специальной программе корпоративного университета.

5. Назначение на ключевые позиции:

5.1. Соответствие профиля резервиста профилю ключевой должности.

5.2. Подтверждение статуса готовности резервистов по сокращенному процессу назначения за счет оптимизации необходимых согласований.

5.3. Обеспечение открытости и доступности базы кадрового резерва.

Ключевые роли в системе кадрового резерва:

1. вышестоящий руководитель (создает культуру работы с талантами банка, участвует в отборе, утверждении и развитии кадрового резерва);

2. руководитель (рекомендует успешных сотрудников в кадровый резерв, поощряет развитие и продвижение сотрудников по всей системе банка, привлекает внутренних сотрудников в команду);

3. резервист (ответственен за построение своей карьеры, готов к развитию и

продвижению в банке);

4. HR-служба (обеспечивает методологическую поддержку всей системы отбора, развития и продвижения резерва банка, организует все элементы системы).

Кадровый резерв формируется на ключевые должности банка, для остальных позиций реализуется принцип преемственности. Кадровый резерв формируется на 2 года и обновляется на ежегодной основе в соответствии с потребностью. Кадровый резерв утверждают руководители соответствующего уровня, принимающие решения о назначении на ключевые должности.

Критерии выделения ключевых должностей руководителей высшего, среднего и линейного звена:

1. существенное влияние на бизнес-результат;
2. дефицит квалифицированных кандидатов на ключевые должности на рынке труда;
3. высокая концентрация операционного риска;
4. особенности кадрового состава (плановые ротации, выход на пенсию и т.д.).

Критерии продления срока работы на ключевой должности [2, с.669]:

1. Основным критерий - текущие результаты, подтвержденные на «Кадровой комиссии».
2. Дополнительные критерии (для бизнеса):
  - стабильная динамика роста показателей (для продающих подразделений);
  - уникальность экспертизы и опыта (например, национальные особенности территории);
  - увеличение объемов бизнеса, штатной численности др.;
  - продвижение сотрудников в систему;
  - индекс удовлетворенности внешних клиентов.
3. Дополнительные критерии (для не продающих подразделений):
  - уникальность экспертизы и опыта (например, национальные особенности территории);

- продвижение сотрудников в систему;
- результаты опроса голос внутреннего клиента;
- показатель по вовлеченности.

Рабочим органом по управлению карьерным развитием руководителей банка является «Кадровая комиссия», деятельность которой определяется «Положением о кадровой комиссии» [3, с. 191].

Цель социальной политики организации [4, с. 140] – определить уровень успешности и дальнейшие действия по работе с каждым оцениваемым сотрудником. Для достижения поставленной цели комиссия решает следующие задачи:

1. рассматривает информацию об оцениваемом сотруднике (профессиональный опыт, образование, результаты оценки деятельности, результаты оценки компетенций и личностных качеств и другую персональную информацию);
2. определяет уровень успешности оцениваемого сотрудника в текущей должности;
3. определяет план действий по работе с каждым оцениваемым сотрудником;
4. определяет список оцениваемых сотрудников, рекомендуемых к участию в кадровом резерве на ключевые должности банка;
5. согласует список преемников из числа оцениваемых сотрудников.

Результатом заседания комиссии является протокол заседания, где зафиксированы решения комиссии по каждому оцениваемому сотруднику.

Протокол заседания комиссии содержит следующую информацию [5, с. 21]:

- уровень успешности каждого оцениваемого сотрудника;
- рекомендованную позицию и статус готовности каждого оцениваемого сотрудника к переходу на данную позицию;
- рекомендации по развитию и повышению эффективности каждого оцениваемого сотрудника;

- данные о преемнике/преемниках непосредственного руководителя из числа оцениваемых сотрудников либо сроки подготовки преемника. Количество согласованных преемников не может быть более двух.

Непосредственный руководитель в течение 10 рабочих дней после завершения заседания Комиссии предоставляет оцениваемым сотрудникам обратную связь по итогам заседания Комиссии.

По итогам проведенной кадровой комиссии сотрудник может быть отнесен к одной из следующих зон [6, с. 131]:

- красная зона - сотрудник нестабильно эффективен либо неэффективен в текущей роли. Составляется план, по итогам реализации которого принимается решение о дальнейшем развитии сотрудника;
- желтая зона – сотрудник эффективен в текущей роли. Для данных сотрудников определяется будущая целевая должность, составляется и утверждается индивидуальный план развития, определяется наставник, проводится обучение и дается обратная связь.
- зеленая зона – сотрудник оценивается как высокорезультативный и высокопотенциальный, готов к продвижению. Данные сотрудники рассматриваются для включения в кросс-функциональный резерв.

#### **Список литературы:**

1. Черняков В.М. Современные технологии преодоления сопротивления персонала организации на основе метода «Управление по целям» / Дни науки – 2017 // Сборник трудов VIII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (22 марта 2017 г.) – Новосибирск: ЧОУ ВО Центросоюза РФ СибУПК, 2017.- ч.3.- С. 92-98.
2. Черняков В.М. Управление по целям / XIX Всероссийская студенческая научно-практическая конференция Нижневартковского государственного университета // Сборник статей.- Нижневартковск: НВГУ, 2017.- С. 668-670.
3. Черняков М.К. Автоматизация процесса стратегических изменений методом «Управления по целям» / Черняков М.К., Черняков В.М. // Современные направления теории и практики экономического анализа, бухгалтерского учета, финансового менеджмента // Материалы XII Всероссийской заочной научно-практической конференции (28 ноября 2016 года). – Новосибирск: ЧОУ ВО Центросоюза РФ СибУПК, 2016.- С. 189-193.
4. Черняков М.К. Занятость и управление персоналом как приоритет соци-

- альной политики организации / Черняков М.К. Бабешко В.Н., Калинин А.Г. // Современные социально-экономические проблемы развития регионов, преодоление бедности и обеспечение занятости населения // Сборник материалов международной конференции (10 апреля 2017 г.). Новосибирск: ЧОУ ВО Центросоюза РФ «СибУПК», 2017.- С. 129-141.
5. Черняков М.К. Применение метода «Управление по целям» к системе управления организацией / Черняков М.К., Черняков В.М. // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации. Международный научно-теоретический журнал. (Выпуск 3(14)/2015). – Новосибирск: 2015.- С. 19-22.
  6. Черняков М.К. Совершенствование системы управления организацией методом «Управление по целям» / Черняков М.К., Черняков В.М. // Математические методы и модели в исследовании государственных и корпоративных финансов и финансовых рынков: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции (10-11 декабря 2015 г., г. Уфа). В 2-х ч. Ч.1 / отв. ред. И.У. Зилькарнай. – Уфа: Аэтерна. – 2015. С. 129-132.

## **ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**Шастак Елена Иосифовна**

*студентка Белорусского торгово-экономического университета  
потребительской кооперации*

*научный руководитель: Новикова Инна Николаевна*

*старший преподаватель Белорусского торгово-экономического университета  
потребительской кооперации*

Рынок ценных бумаг является одним из инструментов перераспределения финансовых ресурсов. Он активно используется во всех странах с развитой рыночной экономикой. В Республике Беларусь рынок ценных бумаг находится в самом начале своего пути к цивилизованному рынку с отлаженным механизмом функционирования. Это предполагает широкие перспективы для дальнейшего развития белорусского рынка ценных бумаг и касается как инструментов и участников рынка, так и его инфраструктуры. В Республике Беларусь его развитие является одной из основных составляющих институциональных преобразований, проводимых в стране уже достаточно продолжительное время. Формирование полноценного, ликвидного и эффективного рынка неоднократно провозглашалось важнейшей задачей в ряде программных документов, определяющих основные направления реформирования в Республике Беларусь.

Сегодня рынок ценных бумаг Беларуси не выполняет свою основную функцию, т.е. не обеспечивает перераспределение денежных ресурсов в реальный сектор на удовлетворение потребностей в инвестициях, формирование рыночной оценки бизнеса. Причина сложившейся ситуации в том, что при определении перспектив развития данного сегмента экономических отношений недостаточно учитывается ряд факторов, оказывающих решающее влияние на основные характеристики рынка. Также экономическая политика государства прямо влияет на развитие рынка ценных бумаг и отдельных его сегментов. К примеру, слишком жесткая налоговая и денежная политика, отсутствие налоговых стимулов, неправильное применение процентной политики обуславливают значительные нарушения в структуре рынка. Недостатки в инвестиционной политике способны привести к масштабному сужению рынка: чем выше дефицит инвестиций в экономике, тем уже рынок.

В настоящее время вызовом для отечественной экономики является острый дефицит инвестиций для ее модернизации. И именно рынок ценных бумаг должен стать важнейшим инструментом привлечения внутренних и иностранных инвестиций, формирующих спрос на ценные бумаги и, следовательно, прямо влияющих на характеристики рынка ценных бумаг.

Проведенное исследование показало, что наиболее важными проблемами рынка ценных бумаг в Республике Беларусь являются:

1. Преобладание первичного размещения ценных бумаг при неразвитом вторичном рынке, а также внебиржевых сделок по сравнению с биржевыми.
2. Неразвитая, крайне упрощенная структура инструментов (видов ценных бумаг). Отсутствуют целые сегменты рынка, например, рынки муниципальных облигаций, коносаментов, складских свидетельств и ряд других.
3. Несоответствие структуры участников белорусского фондового рынка современным международным стандартам.

Однако ряд действий, предпринятых Правительством в последние несколько лет, дают надежду на улучшение ситуации. Первым шагом на пути развития рынка ценных бумаг Беларуси стало принятие Программы развития

рынка корпоративных ценных бумаг на 2008-2010 гг. и проекта Концепции развития финансового рынка Республики Беларусь на 2008-2016 гг. Также были созданы дополнительные условия для развития рынка ценных бумаг, внедрены новые инструменты, такие как:

- отмена особого права ("золотой акции") государства на участие в управлении хозяйственными обществами;
- поэтапное снятие ограничений на отчуждение акций открытых акционерных обществ, созданных в процессе разгосударствления и приватизации;
- снижен размер государственной пошлины за регистрацию акций;
- введены биржевые облигации, размещение и обращение которых осуществляется только на биржевом рынке без государственной регистрации;
- банкам предоставлена возможность выпуска необеспеченных облигаций, а также выпуска облигаций на сумму, превышающую размер уставного фонда;
- снижены ставки налога на доходы от операций с акциями с 40 до 18%;
- купля-продажа ценных бумаг открытых акционерных обществ происходит исключительно на биржевом рынке;
- осуществляется концептуальная систематизация деятельности государства в сфере приватизации, направленная на сокращение доли государства в акционерном капитале путем принятия 3-летних планов приватизации.

Результаты проведенной работы свидетельствуют о положительной динамике развития рынка корпоративных ценных бумаг в Республике Беларусь. По состоянию на 01.01.2017 г. количество акционерных обществ, акции которых зарегистрированы в Государственном реестре ценных бумаг, составило 4628, из них 2386 открытых акционерных обществ и 2242 закрытых акционерных обществ. По сравнению с 01.01.2016 г. общее количество акционерных обществ увеличилось на 0,4%, при этом количество открытых акционерных обществ увеличилось на 1,9%, количество закрытых акционерных обществ уменьшилось на 1,1% [2].

Общая информация о количестве акционерных обществ по состоянию на

1 января 2012-2017 г.г. представлена на рис. 1.

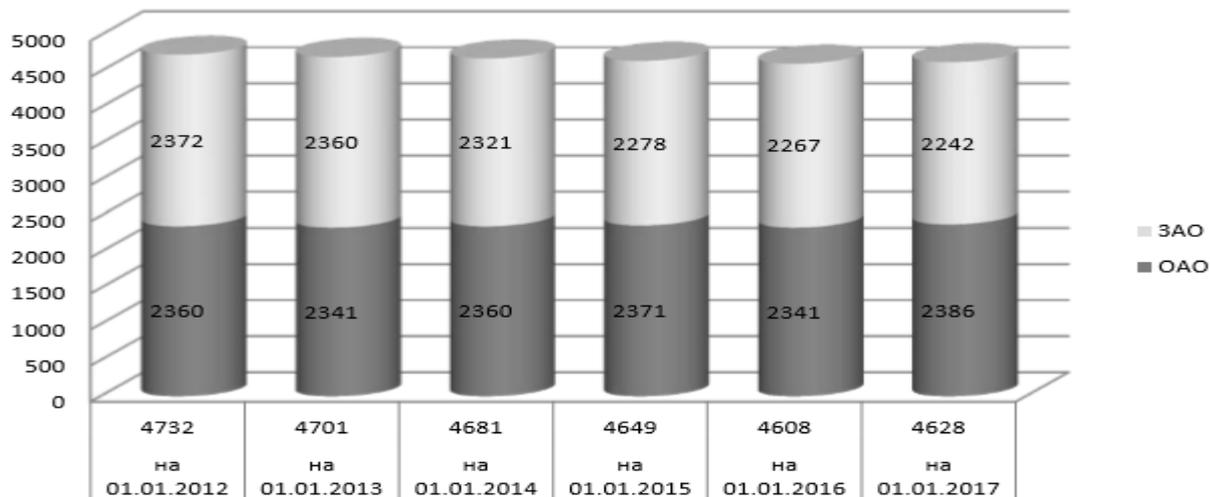


Рис. 1. Количество акционерных обществ по состоянию на 1 января 2012-2017 гг.

Что касается эмиссии и стоимости акций юридических лиц, то они четко отразились на динамике объема рынка акций Республики Беларусь. Объем выпусков акций действующих эмитентов по состоянию на 01.01.2017 увеличился по сравнению с 01.01.2016 на 11,2% и составил 29168,0 млн.р., в том числе: объем выпусков акций открытых акционерных обществ увеличился по сравнению с 01.01.2016 на 11,6 % и составил 26 558,9 млн.р.; объем выпусков акций закрытых акционерных обществ увеличился по сравнению с 01.01.2016 на 7,2% и составил 2609,1 млн. р.

Общая информация об объеме выпусков акций действующих эмитентов по состоянию на 1 января 2012-2017 годов представлена на рис. 2.

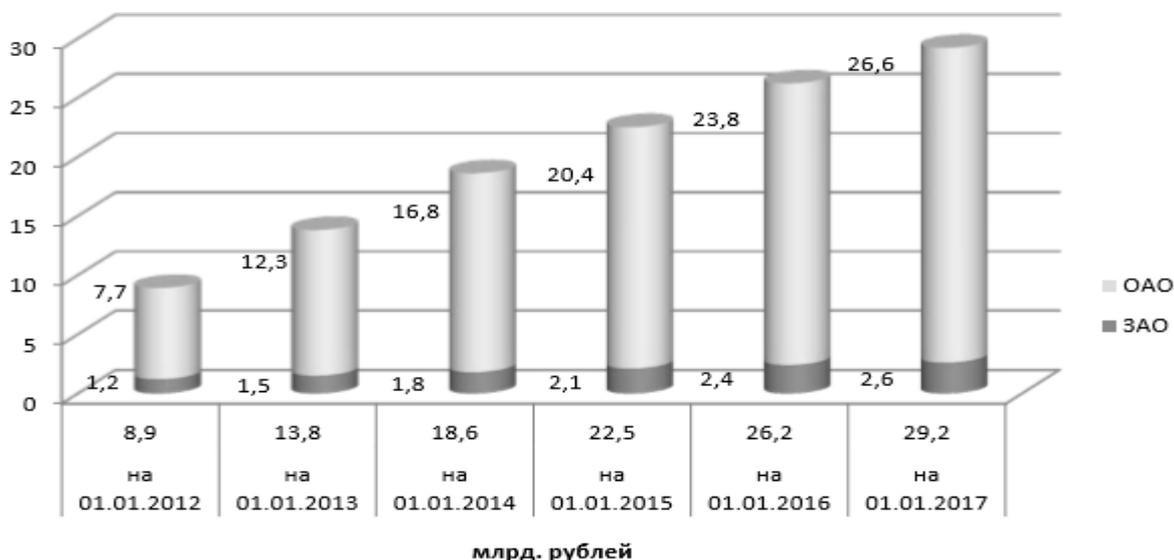


Рис. 2. Объем выпусков акций акционерных обществ по состоянию на 1 января 2012-2017 гг.

По нашему мнению, для создания эффективного рынка ценных бумаг в Республике Беларусь необходимо:

- снизить ответственность субъектов рынка за нарушение требований раскрытия информации;

- активизировать работу органов государственного управления по совершенствованию нормативно-правовой базы, направленной на дальнейшее развитие в республике финансового рынка. Это позволит полнее задействовать ценные бумаги, используя свободные средства юридических и физических лиц в производственной сфере, а в случае государственных ценных бумаг – для финансирования дефицита государственного бюджета;

- разработать экономический механизм, позволяющий повысить инвестиционную активность банков и других финансовых институтов, работающих на рынке ценных бумаг, через предоставление более широких прав и гарантий по защите их от возможных рисков;

- обеспечить совершенствование инфраструктуры рынка ценных бумаг, включая использование электронных систем связи. Это позволит во многом ускорить движение ценных бумаг, оперативно получать информацию от межбанковской валютной биржи и депозитариев об инвесторах в разрезе каждого выпуска ценных бумаг, объемах совершаемых с ними операций, а также организовать контроль за проводимыми банками операциями.

#### **Список литературы:**

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь: Принят Палатой представителей 28 окт. 1998 г., Одобрен Советом Республики 19 нояб. 1998 г.: Кодекс Респ. Беларусь, 7 дек. 1998 г., № 218-3 // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://zakonby.net/kodeks/64334-kodeks-respubliki-belarus-ot-07121998-n-218-z-red-ot-05012013-quotgrazhdanskiy-kodeks-respubliki-belarusquot.html>.
2. Отчет о работе Департамента по ценным бумагам Министерства финансов Республики Беларусь // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.minfin.gov.by/rmenu/departament/otchet/>

## **ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ФИНАНСОВОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ КОМПАНИЙ**

**Шibaева Анастасия Николаевна**

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

**научный руководитель: Стельмах Алексей Александрович**

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

Так как управление имеет информационный характер, то просто необходимо качественно иной подход к организации информационных потоков в процессе финансового управления, отличающийся от традиционных. Существенной особенностью процесса финансового управления является единство и взаимосвязанность его составных элементов, что обеспечивается обратной связью, осуществляя управление по замкнутому циклу [4, с. 40].

На информационные потоки, необходимые для принятия управленческих решений, влияет не только внутренняя, но и внешняя среда действующих субъектов, которая может оказывать влияние на его стратегию, а, следовательно, и на тенденции развития [1, с. 34].

Следовательно, на особенности финансового управления продовольственного ритейла воздействуют такие факторы внешней среды:

- всяческие формы интеграции ритейла в одно целое сетевое пространство (горизонтальная, вертикальная и диверсификация);
- стремительный оборот средств, при этом выручка от реализации товаров поступает по большей части в наличной форме;
- смена товарных запасов и поставщиков, а также свойственные для торговой деятельности общие коммерческие риски;
- довольно низкая рентабельность деятельности;
- немаловажная доля заемного капитала в источниках создания ресурсов.

Данные факторы определяют необходимость формирования организации управления финансами сетевых компаний на основании системного подхода и разнообразности информационных потоков с использованием инструментария,

позволяющего интегрировать бизнес-процессы ритейла.

Для исполнения бухгалтерских и экономических расчетов, а кроме того по управлению финансами и компанией в общем, на рынке предоставляются десятки программных пакетов, разнообразных по отраслевой ориентации, сервисным потенциалам, масштабу решаемых задач, степени универсальности.

Приобретая и вводя корпоративную информационную систему (КИС), предприятия обретают вместе с ней и подходящую технологию управления. Строеие современной системы корпоративного управления - процесс длительный, непростой и кропотливый. И в случае, если организация принимает решение на внедрения проекта КИС, то перед ним возникает вопрос выбора системы, в большей степени надлежащей его роду деятельности, исторически сформировавшейся структуре и различным методам управления.

Как следствие, в компаниях берутся за изучение проблем управления корпоративными финансами финансовые директора. Составление планов и прогнозирование, проверка и оптимизация финансовых потоков являются наиболее значительными задачами финансовой службы [2].

Многие инструменты, которые применяют финансовые службы в своей деятельности, в наше время главную роль занимают информационные технологии. Отличают несколько видов корпоративных информационных систем: Business Management Systems (BMS) - системы управления бизнесом - и Enterprise Resource Planning (ERP) - системы планирования ресурсов предприятия.

В международной практике в наибольшей степени востребованы к введению системы, которые гарантируют составление планов, а также управление абсолютно всеми ресурсами предприятия, базируются на основании MRP/ERP модели, то есть ERP-системы.

Каждая ERP-система дает множество модулей с целью внедрения: планирование продаж, планирование производства, распределение запасами, финансовый модуль.

Управление финансами распределяется в виде четырех уровней функ-

ционирования:

- финансовое составление плана деятельности предприятия (финансовый план);
- финансовый контроль и надзор деятельности (бюджеты и бюджетный контроль);
- регулирование финансовых процессов (контроль финансовых операций);
- осуществление финансовых процессов (ведение финансовых операций).

В финансовых модулях ERP-систем полагается присутствие двух способов составления финансового плана и бюджетирования:

- снизу - вверх;
- сверху - вниз.

Практически все финансовые планы и бюджеты строятся на основе счетов основной книги и заблаговременно описанной в системе управленческой структуры предприятия (центров финансовой ответственности, единиц затрат и т.д.), устанавливающей разделение интегрального показателя сметы за период по счету главной книги в соответствии со структурой объектов аналитического (управленческого) учета (центров ответственности, единиц затрат и т.д.) [3].

На основе данной информации, предоставляемой ERP-системой, финансовый руководитель также способен подвергнуть анализу прибыльность по многообразным продуктам, видам бизнеса, партнерам компании и принять твердое решение по согласию оптимизации финансовых потоков организации.

Любая компания обязана обладать умениями справедливо оценивать качество стратегического и оперативного управления собственными финансами. В качестве критерия оценки этого или другого варианта информационной технологии управления финансами может быть употреблен показатель экономической эффективности, который характеризуется разностью между экономическим эффектом и затратами за полный период реализации мероприятий по ее употреблению.

Стало быть, внедряя интегрированную информационную систему управ-

ления финансами всякая компания принимает решение отталкиваясь из объективной оценки целей стратегического и оперативного управления собственными капиталами.

#### **Список литературы:**

1. Конева О.В. Воздействие малого бизнеса на развитие сферы услуг: теоретический аспект // Инновационное развитие экономики. - 2012. - № 6. - С. 34-37.
2. Петров М.В. Информационные технологии как инструмент управления финансового директора [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [www.cfin.ru](http://www.cfin.ru).
3. Сацук Т.П., Журавлева О.А. Инструментарий оперативного управления торговых организаций // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. - 2011. - № 2. - С. 22-27.
4. Сацук Т.П. Формирование финансового контроллинга в торговых сетевых компаниях // Финансовая экономика. - 2012. - № 5. - С. 39-42.

### **ПИЩЕВАЯ ЦЕННОСТЬ ВАРЕННЫХ КОЛБАС И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ**

**Шорина Анастасия Александровна**

*студентка Кравевого колледжа предпринимательства  
научный руководитель: Измайлова Татьяна Иосифовна*

*кандидат технических наук*

*Кравевого колледжа предпринимательства*

Напряженный ритм жизни современного человека, вызванный вторжением в его жизнедеятельность новых технологий, автоматизации и компьютеризации основных производственных процессов, необходимость мобильного перемещения во времени и пространстве, дефицит времени для принятия оперативных решений и, подчас, стрессовые ситуации, воздействие неблагоприятных факторов производства и изменяющейся внешней окружающей среды, а также многое другое оказывают колоссальные нагрузки на адаптационные системы организма человека.

Для поддержания здоровья и работоспособности человека, увеличения периода его жизни необходимо соблюдение принципов рационального питания, которое гарантирует поступление в организм необходимого количества эссенциальных питательных веществ, в том числе и микронутриентов, абсолютно

необходимых для нормального осуществления обмена веществ, надежного обеспечения всех жизненных функций.

Одним из продуктов, позволяющих обеспечить организм необходимыми нутриентами является продукция мясной промышленности, в потреблении которой преобладают вареные колбасы.

Колбасные изделия отличаются более высокой пищевой ценностью, чем исходное сырье, поскольку в их состав входит не только мясо и жир, но и молоко, сливочное масло, яйца. Кроме того, производственный процесс данных продуктов питания предполагает использование мясного сырья, прошедшего предварительную отработку, в результате которой удаляются наименее ценные по питательности ткани. При этом колбасные изделия отличаются еще и повышенной усвояемостью.

Распределение химических компонентов, определяющих пищевую ценность данных продуктов питания, зависит от вида колбасы. Основной химический состав колбасных изделий представлен в таблице 1 [3].

Таблица 1

**Химический состав колбасных изделий**

Наименование продуктов	Массовая доля, %				Энергетическая ценность 100 г продукта
	воды	белков	жиров	минеральных веществ	
Колбасы вареные	55-72	10-14	14-30	1,5-3,1	711-1322
Колбасы полукопченые	40-52	18-23	15-45	4,3-4,9	1084-1950
Колбасы сырокопченые	25-30	21-28	42-48	6,0-6,6	1979-2151

Данные представленные в табл. 1 позволяют сделать вывод, что наиболее высокую энергетическую ценность имеют сырокопченые и полукопченые колбасы, поскольку в их состав входит большее количество белков и жиров, чем в вареных. Основным источником жирового сырья для производства данных продуктов питания является шпик или грудинка. При недостаточном количестве этого ингредиента сырокопченые и полукопченые колбасы приобретают сухую консистенцию и недостаточно выраженный вкус.

Кроме того, данные колбасы содержат меньше воды, что способствует пролонгированию их сроков хранения. Обезвоживание колбасных изделий происходит на консервирующей (копчение) стадии производства и сушке этих

продуктов питания.

Вареные колбасы имеют наиболее высокую влажность среди колбасных изделий, что обеспечивает нежную консистенцию этих товаров. Однако высокое содержание воды приводит к снижению пищевой ценности колбас. Вареные колбасы имеют невысокую калорийность, что позволяет потреблять такие продукты питания в больших количествах, не нанося вред здоровью [2].

Белки вареных колбас являются полноценными. Особенно важно, что в продукте содержится лизин (12%), который лимитирует в растительных продуктах. Как известно, важным показателем качества белка является степень его усвоения. Белки вареных колбас, в среднем, усваиваются на 92% (при 100% усвоении белка куриного яйца). Значительная усвояемость объясняется растворимостью белков в воде и большим количеством экстрактивных азотистых веществ в тканях, которые придают мясу своеобразный аромат, вкус и способствуют возбуждению аппетита.

Из жиров в состав вареных колбас входят также триглицериды, фосфолипиды, холестерин, жирные кислоты – насыщенные (миристиновая, пентадекановая, пальмитиновая, маргариновая, стеариновая), мононенасыщенные (миристолеиновая, пальмитолеиновая, олеиновая), полиненасыщенные (линолевая, линоленовая, арахидоновая).

Углеводы, содержащиеся в колбасах, представлены полисахаридами - в основном, гликогеном; а также моносахарами - глюкозой, фруктозой, галактозой и содержатся в колбасах в небольшом количестве.

Витаминный состав вареных колбас представлен в таблице 2 [3].

Таблица 2

### Химический состав вареных колбас

Показатель	Диетическая	Докторская	Любительская	Любительская свинная	Молочная	Степная	Столовая	Чайная
Витамин А, мг	-	0,01	-	-	-	-	-	-
Витамин Е, мг	0,28	0,30	-	-	0,43	0,35	0,21	-
Витамин В6, мг	0,24	0,22	0,12	0,19	0,21	0,19	0,19	0,10
Ниацин, мг	3,80	2,45	2,47	2,15	2,65	2,10	2,55	2,30
Рибофлавин, мг	0,13	0,15	0,18	0,21	0,20	0,11	0,11	0,16
Тиамин, мг	0,06	0,22	0,25	0,35	0,25	0,23	0,23	0,10
Фолацин, мкг	4,23	3,20	3,50	2,00	4,05	6,00	3,80	3,80

Анализ таблицы показывает, что «Докторская» вареная колбаса имеет самый широкий витаминный состав среди других наименований, поскольку это наименование колбасы разрабатывалось с целью разнообразия рациона населения и повышения пищевой ценности вареных колбас. Добавление в состав колбас молока («Молочная») также повышает физиологическую ценность изучаемых продуктов питания.

В современных условиях уделяется большое внимание поиску технологических решений повышения пищевой ценности вареных колбасных изделий.

Для снижения себестоимости в рецептуре вареных колбас широко применяют соевые белковые препараты, сухие животные белки, белковые стабилизаторы и белково-жировые эмульсии из сырья растительного и животного происхождения.

Большое значение отводится белковым препаратам животного и растительного происхождения: субпродуктам, крови, кости, молоку, сое, подсолнечнику, пшенице. Наибольшее применение в колбасном производстве получили молочные и соевые белки, обладающие высокой питательной ценностью и функциональными свойствами. Молочные белки являются богатым источником легкоусвояемого лизина и метионина, который наряду с другими составными частями молока (холином, инозином) принадлежит к липотропным веществам, необходимым для функции печени [1].

В настоящее время также уделяется много внимания использованию кости на пищевые цели. Кость содержит до 20% белков, основная доля которых приходится на коллаген, с высоким содержанием оксипролина, низкой концентрацией метионина, тирозина, цистеина и полным отсутствием триптофана. До 50% мышечного белка говядины можно заменять коллагеном без потери питательной ценности.

Ресурсы использования крови убойных животных в производстве вареных колбас очень велики. Кровь используется в качестве дополнительного источника белка животного происхождения при производстве традиционных и новых видов вареных колбасных изделий, по сумме незаменимых аминокислот

она значительно превосходит мясо. Использование крови в большом количестве ограничивает темный цвет, который она придает даже при добавлении в небольших количествах и металлический привкус.

В связи с дефицитом животного белка в мире около 70% от общей потребности населения в нем удовлетворяются за счет растительных белков, в первую очередь сои. Соевые бобы по содержанию белка превосходят все виды растений и содержат 42% белка, 33% углеводов, 20% масла, лецитин и 5% клетчатки (по сухому веществу). По биологической ценности белки сои менее ценны, чем белки животного происхождения, так как содержат меньше незаменимых аминокислот, особенно серусодержащих (метионина + цистеина).

При выработке колбас используют и другие источники белка, растительного происхождения: хлопковый белок (55-60% белка, но содержит токсичный пигмент госсипол); пшеничный белковый концентрат (повышает связывающую способность изделия, снижает потери при варке, не оказывает неблагоприятного влияния на цветовой оттенок изделия); белковые изоляты из семян подсолнечника (85% белка, но имеют низкое содержание лизина и изолейцина).

Применение белковых препаратов в колбасном производстве обеспечивает снижение себестоимости сырья, повышение биологической и пищевой ценности продукта, увеличение объема выработки продукции при снижении расхода ценного мясного сырья.

Таким образом, сегодня ведутся активные разработки новых видов вареных колбас с повышенной пищевой ценностью, способные не только обогатить рацион питания населения, но и препятствовать развитию различных заболеваний. Однако следует отметить, что более перспективным является комплексное использование белков растительного, животного и микробиального происхождения при производстве комбинированных мясопродуктов.

#### **Список литературы:**

1. Мироманова Ю.В., Бакланова В.В., Долматова И.А. Новые технологии производства вареных колбас // Будущее науки-2017: Сборник научных статей 5-й Международной молодежной научной конференции: в 4-х томах. 2017. С. 124-127.

2. Кочеткова А.В., Вавилова Н.А., Долматова И.А. Влияние сырья на состав и свойства вареных колбас // Будущее науки-2017: Сборник научных статей 5-й Международной молодежной научной конференции: в 4-х томах. 2017. С. 142-146.
3. Таблицы калорийности и химического состава продуктов питания (с витаминами и минералами). [Электронный ресурс] - Режим доступа: [http://health-diet.ru/table\\_calorie/](http://health-diet.ru/table_calorie/)

## **ОРГАНИЗАЦИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В СВЕТЕ 54-ФЗ**

**Штурбина Екатерина Александровна**

*студентка техникума*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*  
*научный руководитель: Чернавина Татьяна Васильевна*

*преподаватель техникума*

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

Главное и существенное исправление в законе 54-ФЗ «Об использовании контрольно-кассовой техники» 2017 года заключается в модифицировании схемы взаимодействия торговых организаций с налоговыми органами.

Новая редакция закона внесет значительные изменения в привычный порядок осуществления торговли, а именно:

- новый порядок регистрации и перерегистрации ККТ;
- новый порядок передачи данных о расчетах в ФНС;
- появится новый, дополнительный формат чека – электронный (отправляется на e-mail или на телефон покупателя).

Однако передаются они не напрямую, а через операторов фискальных данных, с одним из которых предприниматель должен заключить соглашение. В чеке обязательно должна присутствовать информация: наименование товаров и услуг, цена с учетом скидки, их количество, сумма продажи, сумма НДС.

Требования законопроекта касаются всех, кто осуществляет расчеты с населением на территории РФ, включая: розничные магазины различных форматов, включая интернет-магазины, кафе, рестораны, аптеки, АЗС, юридические фирмы и другие организации, оказывающие услуги населению.

Для автоматизации рабочего места продавца-кассира предлагается множество кассовых программ, одна из них «Мой склад».

Кассовая программа «МойСклад» хранит необходимую информацию и дает возможность печатать на кассовом чеке. МойСклад позволяет провести возврат на основании продажи. Появился специальный чек-отчет, который необходимо печатать при открытии и закрытии смены. Программа поддерживает эти операции, а также отображает данные о смене онлайн: выручку, средний чек, количество денег в кассе.

Кроме привычных операций: возврата, работы со сменой, розничных продаж, последняя редакция 54-ФЗ добавляет новые операции необходимо выполнять по требованию ФНС.

Преимуществами программы являются очень легкий и понятный интерфейс, возможность подключения торгового оборудования известных марок. Кассовая программа взаимодействует с последними моделями фискальных регистраторов компаний АТОЛ, Штрих-М и Viki Print, сертифицированных под новый закон о применении ККТ.

Программа имеет функцию автозаполнения реквизитов по ИНН. Нужно ввести ИНН и нажать кнопку «Заполнить реквизиты по ИНН». В качестве поставщика данных используется сервис DaData.

Функциональные возможности программы:

- резервирование товара;
- взаиморасчеты с покупателями и поставщиками;
- печать чеков для ПВЗ и курьеров;
- выставление счетов, печать накладных;
- печать актов выполненных работ;
- управление ценами и скидками;
- импорт из интернет-магазина.

В кассовой программе «МойСклад» можно создать отчеты: взаиморасчеты, движение денежных средств, выручка по торговым точкам. Создав отчет, пользователь может определить оборачиваемость товара в предыдущие периоды, количество остатка и на какое время его хватит, какое количество товара и какого вида необходимо закупить.

В сервисе имеется отчет «Управление закупками», которое позволяет контролировать закупки на основе данных о прошлых продажах. Так же в сервисе «МойСклад» имеется общая лента событий, что позволяет без затруднений отслеживать все последние события за день, неделю, месяц, год. В ленте отображается, кто из сотрудников входил в систему, какие действия выполнял. Поддерживается экспорт данных из МоегоСклада в программу 1С: Бухгалтерия.

В «МойСклад» имеется мобильное приложение, которое позволяет просто и быстро оценивать эффективность работы магазина на данный момент: наглядно представляет данные о заказах и продажах в цифрах и процентах, позволяет сравнивать показатели по разным временным промежуткам (день, неделя, месяц), контролировать расходы и поступления денежных средств по периодам.

Устройство синхронизируется с облачным сервисом пользователя «МойСклад». Приложение доступно для iPhone, iPad, Android, начиная с версии iOS 7. Приложение доступно для пользователей как платной, так и бесплатной версии сервиса. В CRM-модуле сервиса управления торговлей «МойСклад» присутствует возможность совершать звонки из браузера при помощи облачной платформы VoxImplant.

Основное достоинство приложения — возможность продавать прямо с мобильного устройства, без компьютера, подключив принтер печати чеков. Функционирующая версия приложения ориентирована на действующих по ЕНВД — к ней запрещено подсоединить фискальный регистратор. Товарные чеки можно печатать на каждом принтере, помогающем технологию AirPrint.

Возможно подключить сканер-штрих-кода и фискальный регистратор. Печать товарных и фискальных чеков, в том числе по заказам из интернет-магазина.

Малогабаритная касса с интегрированной организацией для печати чеков и 8 дюймовым экраном. Для подключения довольно одной розетки, есть модуль для подключения к сети по Wi-Fi и интегрированный считыватель магнитных

карт доступа.

Главной целью № 54 ФЗ от 22.05.2003 г является — прозрачность налогообложения торговой организации, расчет налоговой базы и контроль объема продаж и выручки.

В настоящий момент завершился первый этап перехода на новую систему применения контрольно-кассовой техники. Однако не все предприниматели успели перейти на новую технику в срок. Особенно сложно дается реформа предпринимателям в сфере E-commerce.

## **К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ ЭКСПЕРТИЗЫ КАЧЕСТВА ПАРФЮМЕРНЫХ ТОВАРОВ**

**Щавелева Елена Николаевна**

*магистрант Белорусского торгово-экономического университета  
потребительской кооперации*

*научный руководитель: Сыцко Валентина Ефимовна  
доктор технических наук, профессор  
Белорусского торгово-экономического университета  
потребительской кооперации*

Парфюмерно-косметическая отрасль Республики Беларусь в последние годы активно развивается. На сегодняшний день парфюмерно-косметическую продукцию выпускает более 50 предприятий страны, причем значительная часть продукции экспортируется на рынки Евросоюза, России, Украины, Молдовы, Казахстана, стран Балтии.

Значительная часть парфюмерной продукции реализуется через торговую сеть потребительской кооперации. Так, в общей структуре розничного товарооборота Гомельского райпо доля парфюмерных товаров составила в 2016 году 0,65%. Анализ структуры товарооборота парфюмерных товаров, поступающих в Гомельское райпо, показал, что наиболее крупными поставщиками этих товаров являются ЗАО «Дилис-Косметик», ООО «Миран-Парфюм», ЧУП «Азалия», ООО «Белпарфюмторг плюс», ООО «Южели-Парфюм», ОАО «ПарфюмСтандарт», ЧУП «Поречье», ЧУП «Припятский Альянс», ЧУП «Гомельская универсальная база». Объем поступления товаров в 2016 году составил 367,2 млн. р. Наибольшая доля в структуре поставок пришлась на ООО «Белпарфюмторг»

(27,1%) и ООО «Миран-Парфюм» (26,1%). Наибольший удельный вес в структуре реализованных парфюмерных товаров приходился на туалетные воды и одеколоны, доля которых составила 53,1% и 17,9% соответственно. Парфюмерные товары для женщин составили 63,6%, для мужчин 42,1% [1].

Для изучения потребительских предпочтений на парфюмерные товары в зоне деятельности Гомельского райпо были проведены социологические исследования. Количество респондентов составило 200 человек. Результаты исследования показали, что покупатели парфюмерной продукции наибольшее предпочтение отдают туалетным водам (45%), духам (16%), одеколону (16%), душистым водам (13%), а также существует спрос на парфюмерные наборы (10% опрошенных).

В зависимости от страны-производителя преимущественная часть респондентов (87%) приобретает парфюмерные товары отечественного производства, 13% – импортные.

По типу запаха наиболее востребованы парфюмерные товары со свежим запахом (41%) и со сладким запахом (27%), теплый запах предпочитают 17% опрошенных, восточный – 6%, пряный – 5%. В зависимости от основного аромата предпочтения потребителей распределились следующим образом: большинство респондентов (31%) предпочитает цитрусовый аромат, цветочный аромат нравится 25% опрошенных, папоротниковый – 12%, древесный – 10%, шипровый – 7%.

Что касается стойкости запаха, то предпочтения распределились следующим образом: 20% респондентов предпочитают весьма стойкие запахи, 30% – умеренные (в пределах не более 24 часов), 40% – запахи, меняющиеся в течение дня, 10% затруднились ответить.

В соответствии с результатами опроса установлено, что наиболее важными потребительскими свойствами парфюмерных товаров, которые определяют покупательские предпочтения, являются стойкость запаха, прозрачность, содержание душистых веществ, соответствие запаха моде, степень удобства нанесения, оригинальность флакона, престижность марки, полнота информации на

упаковке.

Качество продукции можно выразить математически в виде показателя уровня качества продукции, а показатель конкурентоспособности определяется как отношение комплексного показателя уровня качества к фактической цене реализации [2].

В результате анализа исследуемой продукции установлено, что зависимость между уровнем качества продукции и его ценой носит не линейный, а параболический характер.

При разработке методики оценки относительного уровня конкурентоспособности руководствовались следующим алгоритмом определения комплексного показателя, включающим этапы: анализ ассортимента товаров, представленных на рынке страны (или области) с целью выбора базового образца; определение номенклатуры потребительских свойств товара, характеризующих его конкурентоспособность; изучение значимости показателей; оценка единичных показателей свойств; разработка оценочных шкал; формирование и расчет групповых комплексных показателей качества, объединение групповых показателей качества в комплексный обобщенный показатель; расчет интегрального и относительного показателя уровня конкурентоспособности [3].

Выбор базового образца – самый ответственный этап, так как допущенная на этом этапе ошибка может исказить результаты всей работы. При выборе базового образца использовались следующие ориентиры: его принадлежность к той же группе товаров, что и экспериментальные образцы; на данном рынке он должен быть достаточно распространенным; этот товар должен пользоваться спросом.

Объектом исследования стали туалетные воды для женщин, реализуемые Гомельским райпо: «Мила» (ЗАО «Дилис Косметик»), «Гленгари Оптимал» (ЗАО «Дилис Косметик»), «Light Blues» (ООО «Миран-Парфюм»), «Серебряный луч» (ООО «Миран-Парфюм»), «Рио» (ЧУП «Азалия»), «Сити Вуман Бель» (ООО «Космопром-2000», Россия). За базовый образец выбрана туалетная вода «Мила» производства ЗАО «Дилис Косметик» (г. Минск).

Расчет коэффициентов весомости ( $M_i$ ) и согласованности экспертных оценок проводили по ГОСТ 23554.2-81. Были получены следующие значения коэффициентов отдельных свойств: стойкость запаха – 0,22; содержание душистых веществ – 0,20; престижность марки – 0,17. Коэффициент конкордации  $W$  составил 0,821. Таким образом, стойкость запаха, содержание душистых веществ и престижность марки являются наиболее значимыми свойствами, влияющими на покупательский спрос.

Результаты экспертизы качества шести видов туалетных вод для женщин позволили установить, что высокий уровень конкурентоспособности имеют два образца, что обусловлено влиянием ценового фактора и отличным качеством этих туалетных вод. Третий, четвертый и пятый образцы имеют удовлетворительный уровень конкурентоспособности за счет высокой цены, а шестой образец (туалетная вода «Сити Вуман Бель», ООО «Космопром-2000», Россия) уступает отечественным образцам по качеству.

Разработан алгоритм проведения экспертизы качества, что представляется очень важным, так как на современном этапе развития экономических отношений углубляются процессы активной интеграции Республики Беларусь в мировой рынок. Новые условия требуют более глубоких знаний вопросов ассортимента, качества, экспертизы и определения конкурентоспособности товаров для формирования оптимальной структуры ассортимента с учетом импортозамещения.

#### **Список литературы:**

1. Белорусский рынок парфюмерно-косметических средств [Электронный ресурс]. – Минск, 2014.
2. Сыцко В.Е. Оценка качества и конкурентоспособность парфюмерных товаров // Потребительская кооперация, – 2015. – №2 (49), – с.44-49
3. Управление качеством: учебно-методическое пособие / В.Е. Сыцко [и др.]. Минск: Выш. школа, 2008.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Мазунин С.А., научный руководитель: Оборин М.С. Исследование рынка санаторно-курортных услуг Уральского федерального округа (УФО) 3
2. Макян Л.В., научный руководитель: Саркисян Л.Г. Инновации в контексте глобальных экономических процессов 9
3. Мамаева Ю.С., научный руководитель: Болотов А.М. Преимущества и недостатки торговли посредством социальных сетей 12
4. Мартиросян Л.А., научный руководитель: Стельмашенко Е.В. Проблемы принятия и реализации управленческих решений 16
5. Масюкевич Д.Д., научный руководитель: Коновалов В.М. Проблемы стабилизации экономического роста в Республике Беларусь 18
6. Матвеева А.С., научный руководитель: Шушарин В.Ф. Возможности использования опыта США и КНР в прогнозировании российской экономики 21
7. Матросова В.В., научный руководитель: Новикова Н.Е. Страховой рынок в России: проблемы и перспективы 26
8. Махмутьянова А.Р., научный руководитель: Бакирова Р.Р. Развитие малого предпринимательства в регионах ПФО 30
9. Меркулова М.С., научный руководитель: Пустотина Н.В. Оценка динамики предпочтений населения Российской Федерации в осуществлении сбережений 34
10. Мехоношина А.А., Мачюлайтите П.А. научный руководитель: Писарева Е.В. Рынок дополнительного художественного образования для взрослых 39
11. Моцудова Т.М., Агеева А.А., научный руководитель: СыцкВ.Е. Особенности формирования конкурентоспособного ассортимента в организациях торговли 45
12. Мухина В.А., научный руководитель: Саркисян Л.Г. Экономическая информация и ее классификация 49
13. Нарышкин К.Э., научный руководитель: Сыцко В.Е. Политика государства в области безопасности и качества игрушек 53
14. Наумова П.А., Усатых Н.А., научный руководитель: Гордеев А.Е. Изучение уровня развития морально-психологического климата в учебной группе 57
15. Наумова П.А., научный руководитель: Оборин М.С. Финансово-экономический механизм развития рынка лечебно-оздоровительного туризма Дальнего востока 61
16. Нетесова А.С., Исакова А.Д., научный руководитель: Гордеев А.Е. Актуальность формирования лидерских компетенций у студентов факультета менеджмента 65
17. Нетесова А.С., научный руководитель: Оборин М.С. Развитие рынка санаторно-курортных услуг Центрального федерального округа (ЦФО) 69

18. Никитина Н.Г., научный руководитель: Николаенко В.М. Теоретические аспекты организации вторичной адаптации персонала 75
19. Новикова В.В., научный руководитель: Лукашина Е.В. Проблемы и перспективы развития логистики в Пермском крае 80
20. Новикова Е.С., научный руководитель: Прохорова В.Г. Актуальные проблемы и перспективы развития потребительского рынка в продукции общественного питания 85
21. Новиченко Н.М., научный руководитель: Пустотина Н.В. Инвестиционное законодательство России как фактор инвестиционного климата 89
22. Оганова А.А., научный руководитель: Яроцкая Е.В. Влияние санкционной политики на аграрный сектор России 93
23. Ожгибесова А.В., Фомичева В.А., научный руководитель: Лядова И.И. Оценка качества хлеба пшеничного и хлеба Дарницкий, реализуемых на рынке г. Перми 97
24. Осташова В.А., научный руководитель: Чёрный-Швец Е.В. Туризм как фактор роста экономики в Азербайджане 103
25. Панькова Е.С., научный руководитель: Каунова Н.Л. Проектирование технологического процесса 107
26. Парфенова В.О., научный руководитель: Шушарин В.Ф. Практика разработки и использования стратегических планов в Российской Федерации 111
27. Пефтиц Д.В., научный руководитель: Саркисян Л.Г. Причины выхода предприятий на международный рынок 116
28. Пирожкова Е.С., научный руководитель: Гилязетдинов М.Р. Высокий уровень нравственного сознания сотрудников УИС как психологический фактор противодействия коррупции 120
29. Плахотин А.С., научный руководитель: Беседина Е.А. E-technologies in the banking services market 124
30. Поварова Д.Е., научный руководитель: Пятаев М.В. Область применения Инкотермс 128
31. Поздеев Д.И., научный руководитель: Смирнова Н.В. Детерминанты курса криптовалют 130
32. Пономарева Д.А., научный руководитель: Комкова А.С. Канада & Россия: перспективы сотрудничества 135
33. Попова Д.С., научный руководитель: Ведрова С.М. Несуществующие деньги 138
34. Рабичева Е.О., научный руководитель: Попова И.В. Развитие кредитных отношений в Российской Федерации 143
35. Рудометова Т.В., научный руководитель: Беседина Е.А. 3D printing on Russia'a market in 2017 146
36. Рюмина А.В., научный руководитель: Ворожцова Г.Н. Роль интернет-магазинов в торговле Прикамья 149
37. Савченко В.Е., научный руководитель: Лукашова М.А. Антикризисное управление предприятием – финансовый аспект 153

38. Сараева О.Ю., научный руководитель: Шушарин В.Ф. Проблемы трудоустройства выпускников вузов в Российской Федерации 157
39. Секретёва Е.А., научный руководитель: Пустотина Н.В. Современные проблемы деятельности негосударственных пенсионных фондов в России и пути их совершенствования 160
40. Синякова И.Э., научный руководитель: Стельмах А.А. Угрозы и перспективы интернет-торговли в России 165
41. Соловьева Ю.И., Мазунина Т.А. Факторы, формирующие конкурентоспособность стиральных порошков 169
42. Солуязикова В.Н., научный руководитель: Саркисян Л.Г. Оптимизация территориального размещения предприятия розничной торговли 175
43. Стенникова С.Б., научный руководитель: Гилязетдинов М.Р. Особенности оценки и формирования финансовой грамотности среди различных социальных групп 181
44. Степанова Е.А., научный руководитель: Пустотина Н.В. Экономико-правовые аспекты электронных денег в Российской Федерации 185
45. Стругова Д.А., научный руководитель: Гилязетдинов М.Р. Место государственных служащих в системе предпринимательской деятельности 190
46. Сумбаева А.В., научный руководитель: Зенькова Л.П. Особенности реализации внешнеторговой политики Республики Беларусь 192
47. Тарасов И.А., научный руководитель: Вышенский М.Ю. Инновационные методы управления предприятиями общественного питания 196
48. Тесленко В.А., научный руководитель: Стельмашенко Е.В. Методика анализа системы мотивации финансовых институций 201
49. Трухина В.С., научный руководитель: Казитова Э.И. Виды и особенности налога на предметы роскоши в зарубежных странах 206
50. Тухватулина В.А., научный руководитель: Колосова А.В. Особенности рынка детского питания 210
51. Усатых Н.А., Костина К.К., научный руководитель: Гордеев А.Е. Социометрия как метод исследования социальной структуры малых групп 214
52. Усатых Н.А., научный руководитель: Оборин М.С. Тенденции развития санаторно-курортных услуг Северо-западного федерального округа (СЗФО) 218
53. Фильчина Н.С., научный руководитель: Пустотина Н.В. Положение современного потребителя в России 223
54. Фошина Е.А., научный руководитель: Казитова Э.И. Налоги как инструмент государственного регулирования внешней торговли 227
55. Харонжина А.В., научный руководитель: Зенькова Л.П. Формирование инвестиционной стратегии Республики Беларусь 232
56. Хрущёв А.А., научный руководитель: Симанова И.М. Анализ рынка мобильных телефонов 235
57. Цветошенко Н.А., научный руководитель: Мелентьева О.В. Правовое регулирование доходов местных бюджетов 239

58. Чернавина Ю.А., научный руководитель: Комкова А.С. Media coverage of the «refugee/migration crisis»: causes, challenges and perspectives 243
59. Черноусова В.В., научный руководитель: Ефремова Ю.С. Современное состояние и перспективы развития общественного питания в России 246
60. Черняков В.М., научный руководитель: Степанов В.В. Алгоритм формирования кадрового резерва в банке 250
61. Шастак Е.И., научный руководитель: Новикова И.Н. Проблемы и пути развития рынка ценных бумаг Республики Беларусь 255
62. Шибаева А.Н., научный руководитель: Стельмах А.А. Информационные технологии в финансовом менеджменте компаний 260
63. Шорина А.А., научный руководитель: Измайлова Т.И. Пищевая ценность вареных колбас и пути ее повышения 263
64. Штурбина Е.А., научный руководитель: Чернавина Т.В. Организация розничной торговли в свете 54-ФЗ 268
65. Щавелева Е.Н., научный руководитель: Сыцко В.Е. К вопросу оценки экспертизы качества парфюмерных товаров 271

*Научное издание*

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ  
РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА**

*Материалы*

*II Международной научно-практической конференции  
студентов и учащихся*

**Том 2 (М - Я)**

Компьютерная верстка – А.А. Игнатьева