

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА – ЭКОНОМИКА ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА

**Сборник статей
по итогам
Международной научно-практической конференции
26 декабря 2019 г.**

Стерлитамак, Российская Федерация
Агентство международных исследований
Agency of international research
2019

УДК 00(082) + 33 + 311 + 368 + 65
ББК 94.3 + 65
И 665

Ответственный редактор:

Сукиасян Асатур Альбертович, кандидат экономических наук, доцент.
В состав редакционной коллегии и организационного комитета входят:
Алдакушева Алла Брониславовна, кандидат экономических наук, доцент
Алейникова Елена Владимировна, доктор государственного управления, профессор
Байгузина Люза Закиевна, кандидат экономических наук, доцент
Габрусь Андрей Александрович, кандидат экономических наук
Галимова Гузалия Абкадировна, кандидат экономических наук, доцент
Гулиев Игбал Адилевич, кандидат экономических наук, доцент
Датий Алексей Васильевич, доктор медицинских наук, профессор
Долгов Дмитрий Иванович, кандидат экономических наук, доцент, академик МАС, профессор РАЕ
Екшикеев Тагер Кадырович, кандидат экономических наук,
Курманова Лилия Рашидовна, доктор экономических наук, профессор
Кондрашихин Андрей Борисович, доктор экономических наук, профессор
Песков Аркадий Евгеньевич, кандидат политических наук, доцент
Пономарева Лариса Николаевна, кандидат экономических наук, доцент
Терзиев Венелин Кръстев, доктор экономических наук, профессор, член - корреспондент РАЕ
Чиладзе Георгий Бидзинович, доктор экономических наук, доктор юридических наук, профессор
Янгиров Азат Вазирович, доктор экономических наук, профессор
Яруллин Рауль Рафаэлович, доктор экономических наук, профессор, член - корреспондент РАЕ

И 665

**ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА – ЭКОНОМИКА ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО
ОБЩЕСТВА: сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции
(Новосибирск, 26 декабря 2019 г.). - Стерлитамак: АМИ, 2019. - 200 с.**

ISBN 978-5-907235-81-6

**Сборник статей подготовлен на основе докладов Международной научно-практической
конференции «ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА – ЭКОНОМИКА
ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА», состоявшейся 26 декабря 2019 г. в г. Новосибирск.**

Научное издание предназначено для докторов и кандидатов наук различных специальностей, преподавателей вузов, докторантов, аспирантов, магистрантов, практикующих специалистов, студентов учебных заведений, а также всех, проявляющих интерес к рассматриваемой проблематике с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Авторы статей несут полную ответственность за содержание статей, за соблюдение законов об интеллектуальной собственности и за сам факт их публикации. Редакция и издательство не несут ответственности перед авторами и / или третьими лицами и / или организациями за возможный ущерб, вызванный публикацией статьи.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов статей. При использовании и заимствовании материалов ссылка на издание обязательна.

Полнотекстовая электронная версия сборника размещена в свободном доступе на сайте <https://ami.im>

Издание постатейно размещено в научной электронной библиотеке elibrary.ru по договору № 1152 - 04 / 2015К от 2 апреля 2015 г.

ISBN 978-5-907235-81-6

© ООО «АМИ», 2019
© Коллектив авторов, 2019

Авездурдыева Г.Т.
Студентка 1 курса магистратуры КГУ,
г. Курск, РФ
Трубникова В.В.
канд.эком.наук, доцент КГУ,
г. Курск, РФ

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ И ОЦЕНКЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ КОМПАНИИ

Аннотация

Актуальность статьи опирается на развитие корпоративной культуры в современном обществе. Статья раскрывает понятие и сущность корпоративной культуры компании. Показаны функции корпоративной культуры, ее содержание, ключевые характеристики, а также описаны принципы, по которым происходит исследование и оценка корпоративной культуры организации.

Ключевые слова

Корпоративная культура, оценка корпоративной культуры, определение корпоративной культуры, управление, нормы поведения, ценности.

Корпоративная культура представляет собой объединенные в систему присущие корпорации материальные и духовные ценности, отражающие ее индивидуальность и оценку себя и других в социальной и материальной среде, взаимодействующие между собой и проявляющиеся в таком взаимодействии, восприятии, оценках и поведении.

Значение термина «корпоративный» дает отсылку к латинскому «corporatio» - что означает «сообщество», «объединение».

К значимым с точки зрения корпоративной культуры характеристикам можно отнести следующие: видение работниками своего места в компании, тип управления в компании, общепринятые нормы поведения, сложившаяся культура общения, налаженная система коммуникаций, нормы делового этикета и деловая этика, традиции компании, тип совместной деятельности, особенности понимания ответственности и полномочий.

Решающим фактором в формировании корпоративной культуры является философия компании, которая объединяет в себе принципы руководства компании. Такие принципы отражены в рекламных материалах, информационных ресурсах, речах и заявлениях основателей компании.

Значимым является также имидж компании – своего рода медаль, одна сторона которой символизирует внутренний образ компании, сформированный в сознании персонала, а вторая – внешний образ, демонстрируемый контрагентам, конкурентам, финансово - кредитным организациям, представителям официальных служб и структур[1].

Имидж компании может формироваться целенаправленно или сам по себе, стихийно. Многие руководители не отслеживают возникающий образ своей компании по причине решения более насущных задач, либо из - за непонимания важности правильной оценки компании социальной и экономической средой. В этом случае все ресурсы отдаются на

производственное развитие, имидж складывается стихийно и включает в себя отрицательные черты наряду с положительными[2].

Для исследования и оценивания состояния корпоративной культуры следует опираться на определенные принципы:

1) принцип научности – использование достижений научных дисциплин, имеющих объектом исследования социальные аспекты;

2) принцип гуманизма, в рамках которого личность признается высшей ценностью, а духовность – целью и средством личностного и общественного развития;

3) принцип профессионализма, условием которого является наличие у исследователя или управленца необходимого образования, опыта, деловых и контекстуальных навыков[3].

На уровне корпорации корпоративная культура выполняет определенные функции, рассмотрим некоторые из них:

– закрепление и воспроизводство лучших и наиболее эффективных элементов накопленной культуры;

– оценочно - нормативная функция, осуществляемая на основе сравнительного анализа реального поведения с нормами;

– регламентирующая и регулирующая функции, т.е. понимание культуры как индикатора и регулятора норм поведения;

– функция общественной памяти – накопленный корпоративный опыт сохраняется и развивается;

– рекреативная функция – нравственный потенциал корпоративной культуры и причастность к ней сотрудников способствует восстановлению духовных сил в процессе восприятия[4].

Таким образом, корпоративная культура представляет собой объединенные в единую логично структурированную систему материальные и духовные ценности компании, в которых отражается ее индивидуальность, а также оценка себя и других в социальной и материальной среде. Элементы корпоративной культуры взаимодействуют между собой и проявляются в таком взаимодействии, восприятии, оценках и поведении персонала и руководства.

Список использованной литературы

1. Волошин Ю.Ю. К понятиям «организационная культура» и «корпоративная культура» // Молодой ученый. 2017. № 35 (169). С. 29 - 35.

2. Кочнев В.А., Тарасов А.В. Способы построения и управления корпоративной культурой организации // Интернет - журнал Науковедение. 2015. №6 (31). С.52.

3. Мугалова Ж.А. Корпоративная культура современной организации в условиях меняющегося общества // Вестник МИЭП. 2015. №3 (20). С.79 - 89.

4. Шигабетдинова Г.М. Культура партнерства личности в контексте повышения уровня корпоративной культуры организации // PR и реклама: традиции и инновации. 2014. № 14 - 1. С. 116 - 119.

© Аведурдыева Г.Т , Трубникова В.В 2019

Апанасенко С.Р.,
студент 3 курса БТФ
Гартованная О. В.,
кандидат с / х наук, доцент
Донской государственной аграрный университет
п. Персиановский, Российская Федерация

СИСТЕМА ЛОГИСТИЧЕСКОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ ИНТЕРНЕТ – МАГАЗИНОВ

В данной статье рассматривается организация логистики интернет магазина, блоки логистики в онлайн - коммерции. Главной задачей логистики, несомненно, является минимизация затрат.

Ключевые слова: логистика, онлайн - коммерция, интернет - магазин, поставщик, бизнес, дропшипинг, фулфилмент - центр, аутсорс.

В современном мире понятие логистики трактуется по - разному - все зависит от сложности стоящих перед компанией задач, специфики ее деятельности и других факторов. Несмотря на это, целью любой логистической системы является организация действий каждого из участников логистической цепочки для эффективного выполнения задач, поставленных перед участниками.

Существует несколько видов логистики: заготовка, транспортировка, хранение, производство и информация. Если проанализировать задачи различных типов логистических систем, можно сделать вывод, что основной задачей логистики является минимизация затрат, которые входят в стоимость конечного продукта.

Организация логистики интернет - магазина

В онлайн - торговле логистику можно разделить на 3 основных блока:

- перемещение товаров от поставщика, в задачи которого входит материально - техническое снабжение;
- хранение товаров на складе - зона ответственности складской логистики;
- перемещение продукции со склада до конечного потребителя - сфера ответственности специалистов транспортной логистики.

В каждом из этих блоков владелец интернет - магазина должен сделать выбор: организовать все самостоятельно или передать его на аутсорсинг.

Закупочная логистика

Для успеха каждого интернет - магазина важную роль играет правильная организация логистики закупок. Он охватывает следующие задачи:

- выявление потребностей;
- основные критерии выбора покупаемой продукции;
- анализ рынка;
- выбор поставщика;
- создание различных баз данных;
- закупочные операции;
- контроль за своевременной доставкой товара.

На уровне отношений между интернет - магазином и поставщиками существует два варианта - оптовая покупка или прямая доставка (так называемая дропшипинг). В первом случае компания покупает продукты партиями и доставляет их на склад, а во втором - товары забирают со склада посредника только после получения заказа. Работа с поставщиками является наиболее чувствительной в деятельности интернет - магазинов, поэтому ее организацию лучше доверить профессионалам.

Складская логистика

Занимается следующими задачами:

- движение товаров;
- инвентарь продукции;
- списание, а также капитализация материальных ценностей;
- правильный расчет себестоимости продукции;
- анализ и учет остатков товаров на складе;
- обороты за определенный отчетный период и т. д.

На уровне складского хранения товаров у владельцев интернет - магазинов есть три альтернативы - использовать собственный склад, арендовать складскую недвижимость или прибегнуть к услугам центра исполнения.

Аренда склада - более доступный вариант для молодого бизнеса. Но требуется много времени, чтобы найти подходящий склад, который отвечал бы всем нормам и техническим требованиям для хранения конкретного вида продукции. Вот почему многие интернет - магазины предпочитают выполнять задачи по хранению на стороне как часть выполнения. Аутсорсинг, по мнению экспертов рынка складской логистики, имеет смысл, если объем поставок составляет от 3 до 40 тысяч в месяц.

Транспортная логистика

Существует три способа организации транспортной логистики:

- аутсорсинг доставки;
- собственная доставка;
- вопросы вопроса.

Выбор зависит от нескольких факторов, в том числе: размера магазина и местоположения интернет - бизнеса.

Для крупных игроков на интернет - рынке наличие собственной службы доставки будет оптимальным. Но, как правило, ее организация требует больших финансовых вложений. Поэтому передача этой функции на аутсорсинг является более логичным и экономически выгодным вариантом.

Таким образом, грамотная логистика для большинства интернет - магазинов является сложным, но в то же время необходимым условием успешного развития и эксплуатации проекта.

Список использованной литературы:

1. Гаджинский А.М. Основы логистики: учебное пособие. - М.: ИВЦ, "Маркетинг", 2003.
2. Маркетинг в России и за рубежом, 2000 год, №5, с 77 - 82. Логистика и интернет: вывозы электронной торговли. Зубченко Л.А.
3. Интернет ресурсы www.logistic.ru ; www.learnlogistic.ru.

© Апанасенко С.Р., Гартованная О.В. 2019

ТЕНДЕРНЫЕ ЗАКУПКИ В ГОССЕКТОРЕ: СПЕЦИФИКА МЕЖДУНАРОДНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

Аннотация

Тендеры (в условиях открытой экономики реализуемые преимущественно как международные процедуры) являются ключевым элементом современных систем государственных закупок, значение которого для обеспечения эффективного и экономичного расходования бюджетных средств признано в глобальном масштабе. Весомую роль в создании предпосылок для корректного и надежного функционирования рассматриваемого инструмента играет правильная архитектура его организационно - экономического механизма, которая во многом определяется системой применимых к данной сфере НПА. Актуальность проблемы ее надлежащего регулирования обусловлена, помимо прочего, сложным составом системы международных источников регламентации, служащего значимым фактором развития соответствующих элементов национального уровня.

Ключевые слова

Международные тендеры (конкурсы, торги), международное регулирование

Международная система регулирования закупок, осуществляемых за счет средств государственного бюджета и коммерческих организаций государственного сектора экономики, формируется двумя блоками источников регламентации:

1) соглашения, руководства, типовые законы, рекомендации и т.п., принятыми в рамках международных организаций (в данном случае отметим существование жестких и мягких норм, т.е. императивных по отношению к субъектам, относящимся к сторонам соответствующих соглашений (пример – Соглашения по правительственным закупкам ВТО), и носящих рекомендательный характер (пример – Типовой закон о закупках товаров, работ и услуг ЮНСИТРАЛ);

2) дву - и многосторонние соглашения преимущественного регионального значения, рассматриваемые как элемент международной экономической интеграции, затрагивающей в части торговых отношений вопросы взаимного доступа компаний договаривающихся сторон к национальным рынкам госзакупок.

К основным документам, разработанным международными организациями и распространяющим свое действие на сферу закупок организаций госсектора (основную долю здесь занимают госзакупки), помимо названных, относятся обязательные к применению заемщиками средств соответствующих финансовых учреждений руководства Всемирного банка («Руководство. Закупки по займам МБРР и кредитам МАР») и региональных банков развития (пример – «Принципы и правила закупок товаров и услуг для проектов, финансируемых ЕБРР»).

Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) ведет работу по широкому перечню тематических направлений, представляющих интерес в контексте рассматриваемой проблемы, среди которых можно выделить:

- развитие методик оценки закупочных систем;
- обобщение передовых практик и подготовка рекомендаций;
- совершенствование антикоррупционной деятельности;
- этические стандарты для должностных лиц;
- разработку индикаторов эффективности закупок;
- изучение проблем управления государственными предприятиями;
- практику и особенности применения рамочных соглашений.

Самым масштабным с точки зрения количественного охвата международным соглашением, регулирующим взаимный доступ стран - участниц к национальным рынкам госзакупок и направленным на повышение предсказуемости в данной области, является Соглашение по правительственным закупкам (СПЗ), принятое в 1994 г. (обновленная редакция принята в 2012 г.).

Региональные торговые соглашения (РТС) закладывают правовую основу международного взаимодействия по поводу доступа к национальным рынкам госзакупок с соблюдением универсальных принципов (открытости, прозрачности, конкуренции) и в то же время способствуют либерализации международной торговли. Они позволяют договаривающимся странам получать преимущества от снижения протекционистских барьеров (с возможным применением временных исключений), развития промышленной политики, снижения риска сговора между поставщиками (благодаря более интенсивной конкуренции, расширению круга претендентов на размещаемые государственными учреждениями и организациями заказы), укрепления конкурентного потенциала местных производителей и поставщиков, развития национальных институтов, повышения гибкости национальных систем госзакупок, использования реальных возможностей для согласования позиций сторон с учетом особенностей их моделей развития и целей.

Сравнивая возможности и ограничения РТС в сравнении с многосторонней системой ВТО, отметим преимущества таких соглашений:

- возрастает вероятность достижения согласия по ключевым вопросам;
- появляется возможность для быстрого поиска взаимоприемлемых решений по новым областям взаимодействия (конкурентная политика, экология и др.);
- происходит согласование экономических интересов с геополитическими приоритетами стран - участниц;
- наблюдается усиление переговорной позиции на международной арене благодаря формированию блоков стран, объединенных схожими взглядами на пути решения имеющихся проблем.

Современное международное регулирование тендерных закупок характеризуется единством системы применимых принципов организации закупочного процесса, приоритетностью международных тендеров, основанных на равном доступе потенциальных поставщиков независимо от страны их регистрации и происхождения продукции, а также сложностью и многослойностью структуры источников нормативно - правового регулирования.

МЕТОДЫ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТРАНСПОРТА

Аннотация

в статье даны методы финансового планирования на предприятиях транспорта, основные задачи управления финансами предприятия, этапы планирования

Ключевые слова

планирование, финансы предприятия, методы финансового планирования, финансы,

Основной задачей управления финансами предприятия и финансового планирования заключается в том, чтобы:

1) обеспечить рациональное соотношение активов (средств) и пассивов (источников финансирования) предприятия. Иными словами, обеспечить устойчивое и экономически обоснованное соответствие источников финансирования активам;

2) сбалансировать поступления и выплаты платежного оборота, т.е. обеспечить достаточность платежных средств для исполнения всех обязательств предприятия как по срокам. так и по размеру.

Одним из важнейших компонентов управления финансами является финансовое планирование. Финансовое планирование, как и любой другой вид – это

1) определение будущего предприятия и его структурных подразделений;

2) проектирование желаемых результатов деятельности предприятия;

3) выбор методов и средств (ресурсов) и определение последовательности действий по достижению желаемых результатов.

Последовательность планирования обычно выглядит следующим образом:

1) определение целей;

2) моделирование будущего состояния предприятия;

3) определение способов его достижения;

4) декомпозиция поставленных (желаемых) результатов на цели и постановка задачи исполнителям, которые сами будут определять пути их достижения.

Планирование, таким образом, является:

1) систематической постановкой целей и разработок мероприятий по их достижению;

2) моделированием (проектированием) основных параметров деятельности предприятия, взаимосвязями между ними и определение условий и сроков их достижения;

3) систематической подготовкой управленческих решений, связанных с будущими событиями (подготовкой к будущему).

Основой финансового планирования, образно говоря, его "точкой отсчета", являются интересы и ожидания тех, кто обеспечил и обеспечивает предприятию ресурсами. Игнорирование этого простого факта приводит к тому, что ресурсы больше не

предоставляют. Для того, чтобы это не произошло, требуется последовательное и рациональное финансовое управление, в частности, финансовое планирование, как важнейший инструмент поддержания жизнеспособности предприятия. Саму деятельность любого предприятия можно рассматривать как переработку ресурсов (материальных, трудовых и т.п.).

В финансовом планировании широко используются следующие методы:

- 1) нормативный метод;
- 2) расчетно - аналитический метод;
- 3) балансовый метод;
- 4) метод оптимальных плановых решений;
- 5) экономико - математические методы (ЭММ).

Нормативный метод – является достаточно простым способом финансового планирования, основанным на применении заранее установленных норм и технико - экономических нормативов, позволяющих рассчитать потребность предприятия в финансовых ресурсах и их источниках. К таким нормативам относятся: ставки налогов, тарифные ставки, нормы амортизационных отчислений, нормы расходов оборотных средств. Нормативы включают в себя: федеральные, областные, местные, отраслевые и нормативы предприятия.

Расчетно - аналитический метод основан на анализе достигнутого значения финансовых показателей, используемых для базы и показателей его изменения за прошедший период. На этой основе рассчитывается плановый финансовый показатель. Подобный способ финансового планирования применяется тогда, когда отсутствуют технико - экономические нормативы и связь между показателями носит косвенный характер. Взаимосвязь устанавливается на основе анализа динамических рядов.

Балансовый метод основан на следующем: путем построения балансов финансовых показателей достигается связь между имеющимися финансовыми ресурсами и фактическими потребностями в них. Этот метод используется при планировании, распределении прибыли и других финансовых ресурсов.

Метод оптимизации плановых решений основан на разработке нескольких вариантов плановых решений, на основе анализа которых выбираются наиболее оптимальные. Основной задачей при правильном применении данного метода является обоснование критерия выбора оптимального решения.

Экономико - математические методы позволяют найти полную взаимосвязь между финансовым показателем и фактором его определения на основе построения экономико - математических моделей.

Список использованных источников

1. Финансы предприятий различных отраслей и сфер деятельности :учебное пособие / сост. : Н.В. Ширяева, Е.В. Романенко, В.Н. Шитов, А.С. Васильева. – Ульяновск : УлГТУ, 2018. – 243 с.
2. Ковалев, В. В. Финансы организаций (предприятий). Учебник / В. В.Ковалев, В. Ковалев. – М.: Проспект, 2015. – 356 с.

© Атнагулова Д.М., Сандркина М.А., 2019 г.

ВЛИЯНИЕ РЕКЛАМЫ НА ПСИХОЛОГИЮ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Аннотация

Учитывая современный рост внимания к области психологии рекламной деятельности, активное изучение учеными психологических принципов, особенностей, механизмов и средств, возникает объективная необходимость в исследовании специфики использования методов психологического влияния на потребителя и его поведение в современной рекламе. Целью данной статьи является анализ методов психологического воздействия на потребителей. В ходе работы рассмотрен и обобщен теоретический материал в отношении методов и технологий психологического воздействия, используемых в рекламе.

Ключевые слова:

реклама, потребитель, психология, воздействие, поведение

Ни один из элементов в комплексе маркетинговых коммуникаций не имеет таких возможностей психологического воздействия на потребителя как реклама, что обуславливает ее особую роль в удержании существующих и освоении новых рынков - целевых аудиторий. Современные виды рекламы направляются на изменение поведения потребителей с целью осуществления ими покупки предлагаемых товаров и таким образом получения доходов, обеспечения конкурентных преимуществ и устойчивых позиций компании на рынке. Соответственно, проблемы психологического воздействия в рекламе на потребителей актуальны и интенсивно обсуждаются в отечественной и зарубежной научно - практической литературе. Взгляды современных исследователей на данные проблемы являются неоднозначными. Одни считают, что существует прямая причинно - следственная связь между рекламой и поведением потребителя, другие убеждены в существенном ограничении эффективности психологических воздействий. Однако, как показывает практика, психологические методы и технологии рекламного воздействия пользуются спросом и находят свое практическое применение.

Теоретические, методологические и отдельные практические аспекты психологии рекламы как отрасли психологической науки в целом рассматривали многие отечественные и зарубежные ученые, среди которых в рамках данной статьи следует выделить таких, как: Бахтегареева Л.Х., Зайдинова Ю.Х., Нижарадзе С.Э., Любимова М.М., Волкова Е.А., Целуйкина Т.Г., Горностаева И.Н., Мокшанцев Р.И., Тарабрина Д.Д., Халилова Л.А., Карасева А.А., Папура А.А., Мармоза А.В. [1 - 7].

Рекламу можно рассматривать как одно из основных средств выгоды и эффективных инструментов развития как отдельной организации, так и отрасли в целом. Реклама оказывает значительное психологическое и социокультурное влияние на потребителей, побуждая их к определенным действиям [4]. Таким образом, реклама помогает организации осваивать новые рынки сбыта, расширять объемы продаж товаров и увеличивать собственные доходы.

По наиболее распространенному определению, реклама - это любая платная не личностная форма распространения информации о компании, ее товарах или услугах. С точки зрения психологии, реклама - это один из возможных посредников между потребностью и тем предметом, который мог бы ее удовлетворить [2], а также общение и взаимодействие. Реклама прямо или косвенно влияет на потребителя, его сознание и подсознание, его мысли, взгляды, отношения и, таким образом, формирует определенный тип потребительского поведения.

Для усиления рекламного воздействия и, соответственно, повышения уровня эффективности самой рекламы используются различные методы психологического воздействия: убеждения, внушения, психоаналитический метод, эриксоновский гипноз, нейролингвистическое программирование, лингвистическое манипулирование, социально - психологические установки, стереотипы, идентификация, механизм «ореола», подражания, психологическое заражение, рекламные шоу и технология «25 - го кадра». Следует отметить, что отношение как ученых, так и практиков к использованию указанных методов неоднозначное. Одни убеждены в действенности и полезности данных методов; вторые, наоборот, уверяют, что использование большинства методов является малоэффективным, поскольку основной движущей силой потребительского поведения являются объективные потребности человека; третьи считают, что эффективность методов психологического воздействия зависит от определенных обстоятельств, а также характера и технологий использования самих методов [7].

Ранний психоанализ внес два важных положения в рекламную деятельность: первое - это то, что товар должен быть привлекательным для потребителя на уровне подсознания; второе - это то, что основа привлекательности товара - его сексуальность в широком смысле. Сексуальные мотивы использовались в рекламе эмпирически задолго до появления психоанализа, но учение З. Фрейда побудило посмотреть современных исследователей на это несколько по - другому. Одним из главных мотивов рекламы стало отождествление товара или услуги по подсознательным сексуальным мотивам, предпочтениям. Товары начали часто «делать привлекательными» с помощью обнаженной или наполовину обнажено й натуры [3].

Психоанализ также указал на другой важный аспект - апелляцию к приятным переживаниям детского возраста (как один из возможных элементов в рекламных технологиях). Психоаналитическая теория акцентирует внимание на отношении людей к вещам с точки зрения их бессознательного. Поэтому при использовании психоаналитического метода рекламу создают так, чтобы рекламируемый товар актуализировал и удовлетворял неосознаваемые, подавленные потребности личности. Эффективность психологического воздействия при этом определяется совпадением структуры мотивации потребителя с теоретической концепцией рекламы [1].

Отдельно стоит выделить тот факт, что реклама является видом массовой коммуникации, поэтому под ее массовым влиянием понимается действие, которое определенное лицо, чаще всего специалист в области СМИ, проявляет по отношению к другим, вызывая в них схожие настроения, формируя одинаковые мысли. Все институты массовой коммуникации апеллируют к личности: они пробуждают то человеческое массовое, то - индивидуальное. Так, рекламисты нивелируют личностные структуры,

пытаясь привлечь человека к определенному сообществу, социуму, чтобы получатель сообщения поступал так, как все, кто хочет приобрести товар [5].

Классифицируют массовое влияние по трем видам: массовое (эмоциональное) заражение, внушение (массовая суггестия) и массовая манипуляция. Под массовым заражением понимают передачу эмоционально - возбуждающих состояний, что происходит на психофизиологическом уровне вне понятийного влияния или параллельно с ним [1]. Внушение, в свою очередь, является естественным процессом влияния одного лица на другое с помощью просьбы, убеждения, доказательства, аргументации, приказа, имеет целью изменить установки, ценности, поведение адресата. Массовую манипуляцию определяют как скрытый вербальный, изобразительный, жестово - двигательный способы влияния на массы, целью которого является распространение массовых настроений, формирование общественного мнения, его коррекция. Такое влияние является неконтролируемым и неосознаваемым реципиентом; манипулятивное влияние происходит помимо воли и желания адресата [5].

Как известно, влияние на покупателя является базовой функцией рекламы, поэтому уже на начальном этапе развития массового производства товаров реклама стала активно устанавливать новые стандарты обыденной жизни, определенные стереотипы в сознании потребительской аудитории. Именно реклама стала эффективным средством модификации установок, обеспечивая дальнейшее расширение стандартизированного производства [6].

В процессе создания современной рекламы используются и тесно переплетаются различные методы психологического воздействия, характер которых может быть как положительным, так и отрицательным. Психологически грамотная положительная реклама не травмирует психику и даже способствует формированию позитивного мышления у потребителя. Положительная реклама - это не та реклама, которая отвергает знание психологии потребителя, отказывается от управления его поведением. Это реклама, которая относится к потребителю с уважением и придерживается своих интересов не за счет психического здоровья потенциального потребителя. Положительная реклама - это непременно психологически грамотная реклама, которая привлекает внимание потребителя, сохраняет его, формирует его поведение, показывая преимущества товара, уникальность, необходимость в товаре с помощью знаний основ психологии и простых сведений о психологии личности. Основными характеристиками психологически положительной рекламы могут быть:

- достоверная информация о рекламируемом товаре;
- выполнение данных в рекламе обещаний;
- отсутствие разного рода негативных воздействий на подсознание потребителя;
- формирование у потребителя положительного эмоционального отношения как к самой рекламе, так и к товару;
- формирование у потребителя положительного устойчивого образа товара;
- умение вызвать улыбку у потребителя и создавать хорошее настроение;
- психологически грамотно разработанная концепция, сюжет рекламы;
- ощущения после просмотра такой рекламы отражают уверенность в себе, внутреннее спокойствие, оптимизм, ощущение внутренней гармонии.

Исследование, анализ, экспертная оценка методов психологического воздействия и возможностей их использования в рекламе предусматривает решение ряда актуальных проблем: научных, технологических, этических, законодательных и др. Их решение определяет характер психологических рекомендаций по сбыту товаров, разработке рекламных обращений и организации рекламных мероприятий в СМИ.

Таким образом, с точки зрения психологического воздействия, реклама «учит» потребителя позитивным эмоциональным ассоциациям, формируя у него классические условные рефлексy, то есть ассоциации продукта с позитивными переживаниями прошлого. Также создатели рекламы побуждают к созданию определенных выводов и интерпретаций, пользуясь естественной человеческой склонностью судить при обработке новой информации. Применяя знания о том, как сознание обрабатывает информацию, рекламист создает рекламу, которая должна побудить сконструировать благоприятный для рекламодателя образ. Знание о таких процессах дает потребителям возможность сопротивляться подобным манипуляциям.

Список использованной литературы

1. Бахтегареева Л.Х., Зайдинова Ю.Х. Влияние рекламы на поведение потребителя // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2018. № 6 (81). С. 14.
2. Волкова Е.А., Целуйкина Т.Г. Социально - психологические механизмы воздействия рекламы на потребителя // Тенденции развития науки и образования. 2019. № 48 - 2. С. 5 - 8.
3. Горностаева И.Н. Психологические аспекты и критерии психологической эффективности социальной рекламы в процессе изучения ее влияния на потребителей // Сибирский торгово - экономический журнал. 2016. № 1 (22). С. 127 - 131.
4. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы: учеб. пособие. Новосибирск: Сибирское соглашение, 2009. 230 с.
5. Нижарадзе С.Э., Любимова М.М. Психологическое воздействие рекламы на человека // Вестник современных исследований. 2017. № 5 - 1 (8). С. 81 - 86.
6. Тарабрина Д.Д. Недобросовестная реклама как составляющая недобросовестной конкуренции. Влияние на потребителя // Инновационная экономика и право. 2017. № 4 (9). С. 138 - 141.
7. Халилова Л.А., Карасева А.А., Папура А.А., Мармоза А.В. Психологическое влияние рекламы на потребителей товаров и услуг // Проблемы современного педагогического образования. 2016. № 53 - 8. С. 246 - 252.

© Бабылкина В.Д. 20

Батычко К.С.

Студентка 4 курса СКФУ, г. Ставрополь, РФ

Рашмаджян С.Т.

Студентка 4 курса СКФУ, г. Ставрополь, РФ

Научный руководитель: **Фурсов В.А.**

д.э.н., профессор СКФУ

г. Ставрополь, РФ

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КРАСНОДАРСКОГО И СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ

Аннотация: в статье раскрывается сущность социально - экономического развития региона, проведен анализ основных показателей социально - экономического развития

Ставропольского и Краснодарского края и выделены факторы, которые оказывают влияние на динамику показателей социально - экономических процессов.

Ключевые слова: социально - экономическое развитие региона, основные показатели социально - экономического развития Ставропольского края и Краснодарского края, численность населения, доходы населения, валовый региональный продукт, бюджет.

На сегодняшний день социально - экономическое развитие регионов России напрямую направлено на поддержание сбалансированного развития субъектов Российской Федерации, а также понижению уровня различий в социально - экономическом состоянии регионов и качестве жизни населения, что обуславливает интерес к его изучению. Сильная дифференциация между регионами страны по уровню социально - экономического развития, прежде всего, определяется их специфическими особенностями, которые присущи регионам, такими как: природные ресурсы, особенности территориального размещения и освоения, структура производства и т.д. [1].

Место Ставропольского и Краснодарского края по основным социально - экономическим показателям в разрезе субъектов федерации представлено в таблице 1.

Таблица 1 – Место, занимаемое Ставропольским и Краснодарским краем по основным социально - экономическим показателям в РФ в 2017 году

Показатели	Ставропольский край	Краснодарский край
Площадь территории	45	41
Численность населения	14	3
Поступление налогов и сборов и иных обязательных платежей в бюджетную систему РФ на душу населения	66	39
Валовый региональный продукт на душу населения	66	36
Инвестиции в основной капитал на душу населения	67	35
Продукция сельского хозяйства	6	1
Среднедушевые денежные доходы (в месяц)	57	16
Среднемесячная номинальная заработная плата работников организации	59	43
Уровень занятости	66	42
Уровень безработицы	37	46

Так, по объему ВРП Ставропольский край в 2018 году занимал 66 - е место по РФ, и 1 - е – по Северо - Кавказскому федеральному округу. Краснодарский край занял 39 место по РФ, и 1 - е – по Южному федеральному округу. При этом Краснодарский край занимает 3 место по численности населения и 1 место по объему произведенной продукции сельского хозяйства. Уступая Краснодарскому краю, Ставропольский край занимает 6 место по показателю продукции сельского хозяйства. Следует подчеркнуть, в сфере сельского

хозяйства Ставропольский край занимает одно из лидирующих мест в РФ, внося огромный вклад в производство общероссийской сельхозпродукции.

Для того чтобы оценить уровень социально - экономического развития Ставропольского и Краснодарского края, в первую очередь, необходимо провести анализ основных показателей, которые в той или иной степени влияют на уровень социального развития. Основные показатели социально - экономического развития Ставропольского и Краснодарского края за 2016 - 2018 гг. представлены в таблице 2 [2].

Таблица 2 – Основные показатели социально - экономического развития Ставропольского края за 2014 - 2018 гг.

Показатели	Ставропольский край			Краснодарский край			Абс. изм. Ставропольского	Абс. изм. Краснодарского	Отн. изм. Ставропольского	Отн. изм. Краснодарского
	2016	2017	2018	2016	2017	2018				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Валовый региональный продукт всего, млрд. руб.	652	665	700	1934	2226	2369	48	435	107,4	122,5
Валовый региональный продукт всего, в % к пред. году	100,4	102,1	105,2	100,1	102,8	106,4	4,8	6,3	-	-
Инвестиции и в основной капитал в % к пред. году	91,3	111,8	102,4	71,7	110,3	91,4	11,1	19,7	-	-
Профицит / дефицит консолидированного бюджета, млн.руб	- 3600	382	6845	2400	1750 0	1590 0	1044 5	1350 0	в 2,9 раза	в 6,6 раза
Численность населения, тыс. чел., в т.ч.:	2801, 6	2804, 4	2800, 7	5571	5803	5648	- 0,9	77	99,9	в 1,4 раза увел.

Миграционное сальдо, тыс. чел.	- 0,7	- 4,5	- 4	55,7	34,9	47,6	- 3,3	- 8,1	в 5,7 раз	85,5
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата одного работающего, руб.	2465 5	2664 5	2906 5	2873 4	3034 3	3384 6	4410	5112	117,9	117,8
Реальные располагаемые среднедушевые денежные доходы, в % к предыдущему году	91,1	100,6	99,0	98,6	99,7	98,2	7,9	- 0,4	-	-

Исходя из приведенных данных, можно сделать следующие выводы, в обоих субъектах региональная политика оказалась достаточно успешной в борьбе за экономическое развитие, о чем свидетельствует профицит бюджета и рост ВРП в Ставропольском и Краснодарском крае. Валовый региональный продукт в исследуемых субъектах значительно возрос, однако следует отметить, что в сравнительных характеристиках ВРП Краснодарского края превышает ВРП Ставропольского края почти в 3,5 раза.

Также в Ставропольском крае позитивной оценки заслуживает рост объема инвестиций в основной капитал, который в 2018 году составил 158,2 млрд. рублей. Однако в Краснодарском крае наблюдается скачкообразная динамика инвестиций, в 2018 году она составила 481,1 млрд. руб. Однако, темпы роста инвестиций в основной капитал на Ставрополье нельзя признавать удовлетворительными, поскольку край занимает 67 место среди субъектов федерации по среднегодовому индексу физического объема инвестиций в основной капитал.

Демографическая ситуация, сложившаяся как в Ставропольском крае, так и в Краснодарском крае к 2018 году, несмотря на ряд позитивных изменений, продолжает вызывать серьезную озабоченность. Численность населения Ставропольского края за исследуемый период с 2016 по 2018 г. незначительно снизилась (на 0,1 %). На протяжении 3 лет происходил постепенный рост численности и пик был отмечен в 2017 году. Таким образом, рост численности населения был обеспечен рождаемостью, поскольку за исследуемый период наблюдается отрицательная динамика миграции. Миграционное сальдо отрицательное, то есть число выезжающих из края превышает число въезжающих. Миграционный отток вызван поиском более лучшей работы и стремлением повысить качество жизни.

Численность населения Краснодарского края за исследуемые три года незначительно возросла на 1,3 % . На исследуемый период наблюдается естественная убыль, то есть смертность превышает рождаемость. При этом следует отметить, что рост численности населения края обеспечен за счет миграции, поскольку наблюдается положительное миграционное сальдо.

Таким образом, можно выделить общую проблему низкой рождаемости на территории исследуемых субъектов.

Проведенный анализ показал, что на фоне повышения уровня заработной платы в номинальном выражении, реальные располагаемые доходы населения за период с 2014 по 2016 гг. значительно снизились, в период с 2017 года падение доходов приостановилось. Причиной снижения реальных располагаемых доходов населения выступили рост потребительских цен с 2011 по 2016 гг. и, соответственно, увеличение обязательных выплат, в первую очередь, обслуживания полученных ранее населением кредитов. Однако, выделенная тенденция отмечается на всей территории России.

Таким образом, проведенное нами исследование позволило выделить круг наиболее существенных региональных проблем, решение которых значительным образом повлияет на дальнейшее социально - экономическое развитие Ставропольского и Краснодарского края. Приоритетами региональной политики в сложившихся условиях должны выступить разработка и внедрение более адресных программ территориального развития, направленных на рост рождаемости и поддержку материнства, повышение уровня благосостояния граждан и достижение инвестиционной привлекательности региона за счет сочетания мер поддержки и защиты инвесторов.

Список использованной литературы

1. Зандер, Е.В. Мониторинг социально - экономических процессов на территории региона: учебное пособие / Е.В. Зандер, Е.В. Лобкова, Т.А. Смирнова. – Красноярск: СФУ, 2016. – 352 с.
2. Регионы России. Социально - экономические показатели. 2018: Р32 Стат. сб. / Росстат. – М., 2018. –1162 с.

© Батычко К.С., Рашмаджян С.Т., 2019

Бекшиш А. В.

студентка 2 курса БарГУ, г. Барановичи, Республика Беларусь

Берестевич Я. А.

студентка 2 курса БарГУ, г. Барановичи, Республика Беларусь

Научный руководитель: **Громова И. В.** старший преподаватель, БарГУ,
г. Барановичи, Республика Беларусь

ЦИФРОВИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБЩЕСТВА

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы внедрения элементов цифровизации в отрасль сельского хозяйства. Современное управление в сельском хозяйстве представляет собой элемент стратегического развития отраслевой экономики, включая инновационные разработки в сфере цифровой экономики. Сделан вывод о том, что цифровизация позволит ускоренными темпами развиваться отраслям сельского хозяйства.

Ключевые слова

Сельское хозяйство, цифровизация, технологии, АПК, возможности, потребитель, экономика, управление.

Введение. В настоящее время цифровизация получает широкое распространение, это и обуславливает актуальность темы нашего исследования.

Итак, рассмотрим, что же такое цифровизация.

Цифровизация – это повсеместное внедрение цифровых технологий в разные сферы жизни: промышленность, образование, экономику, культуру, обслуживание, сельское хозяйство и т.п.

В последнее время осуществляется переход от «индустриального общества» к «обществу информационному». Происходит изменение способов производства, образа жизни людей.

Век электронной экономической деятельности радикально меняет социальные и экономические стороны жизни общества. Массовая коммуникация – это одно из важных явлений современного общества, которое заметно сказывается на развитии различных технологий и информационных технологий в частности, как внутри каждой страны, так и между ними.

Зачастую процессам цифровизации придают негативный оттенок, который присущ современному обществу потребления. Многие видят в массовой цифровизации лишь деградацию духовной и культурной сфер общества.

Это явление вызвано стремительным развитием информационных технологий, микроэлектроники и коммуникаций в большинстве стран мира. Цифровизация – это глобальный процесс, который с каждым днем все больше подчиняет планету и даже выходит за ее пределы.

Основная часть. А сейчас мы более подробно рассмотрим цифровизацию в сфере сельского хозяйства.

Растущее население планеты каждый день нуждается в большем количестве ресурсов. Поэтому цифровизация сельскохозяйственных процессов – серьезный и необходимый шаг. Развитые страны давно пользуются преимуществами современного технологического прогресса. По оценкам многих экспертов, уже к концу 2020 году 25 % мировой экономики введет технологии цифровизации в процессы выращивания и сбора урожая, делая его всё более продуктивным и автоматизированным. С помощью так называемого «интернета вещей», который позволяет обмениваться данными с серверов, можно грамотно управлять сырьем, возводить «умные теплицы» и обустраивать «умные фермы». Это поможет оптимизировать количество рабочей силы и более аккуратно тратить водные, энергетические и иные ресурсы [1].

Расскажем конкретнее о таких понятиях, как «умные теплицы» и «умные фермы».

Появление умных теплиц и оранжерей произвело революцию в сельском хозяйстве, позволив более эффективно выращивать экзотические фрукты в малопригодных для этого северных широтах. В основе любой умной теплицы – датчики, исполнительные механизмы, системы мониторинга и управления, которые в комплексе позволяют оптимизировать многие факторы и условия роста агрокультур.

Умная теплица – это полностью автоматизированная конструкция, призванная облегчить процесс выращивания агрокультур и минимизировать использование ручного труда. Этот сельскохозяйственный объект включает в себя микроконтроллеры, датчики и приложения «интернета вещей».

Часто умные теплицы работают в синхронизации с другими технологическими решениями, например, технологиями автоматического полива. Интеллектуальные датчики

фиксируют данные о росте растений, орошении, наличии вредителей и освещении и отправляют их на локальный или облачный сервер. Веб - консоль администратора позволяет фермерам настраивать параметры системы и интегрировать ее с другими решениями. Мобильное приложение генерирует оповещения и отчеты о производительности теплицы.

Умная ферма - это полностью автономный, роботизированный, сельскохозяйственный объект, предназначенный для разведения сельскохозяйственных видов / пород животных (мясные, молочные и др.) в автоматическом режиме, не требующий участия человека (оператора, животновода, ветеринара и др.). Такая ферма самостоятельно производит анализ экономической целесообразности производства, потребительской активности, уровня общего здоровья населения региона (страна, край, область, и др.) и других экономических показателей, используя необходимые цифровые технологии (искусственный интеллект, интернет вещей, большие данные, нейронные сети и др.), на основании такого анализа, ферма принимает решение какие виды / породы сельскохозяйственного животного (с заданными качественными и количественными показателями) необходимо разводить [2].

Появление современных концепций ведения отрасли, в том числе в сельском хозяйстве, позволило внедрять элементы стратегического развития, в числе которых и цифровые технологии. Управление АПК требует применения информационных технологий, в том числе цифровизации отраслевой экономики.

Развитие цифровой экономики происходит медленными темпами, так, её доля в ВВП не превышает 2 % , что составляет 75 млрд. долл. В сельском хозяйстве актуальным является освоение технологий геопозиционирования, «точного» земледелия и др. Внедрение цифровых технологий в сельском хозяйстве предполагает не только пилотные технологии и другие технологии отраслевой модернизации, но и интеграцию, многоукладные формы сотрудничества.

Одними из проблем развития цифровых технологий в отраслях сельского хозяйства является не информированность потребителей о возможностях цифровых технологий, отсутствие денежных средств на приобретение и отсутствие государственных проектов для поддержки малого бизнеса по приобретению ИТ - продукции и услуг. Создание определённых служб и развитие существующих (информационно - консультационные службы в сельском хозяйстве) позволят оптимизировать данные цифровых массивов в части сельскохозяйственной техники. Кроме того, это позволит обеспечить эффективное использование цифрового массива – дистанционное зондирование земли, гиперспектральная аэрофотосъёмка, данные прогноза погоды и др.

Цифровые технологии нового поколения имеет ряд преимуществ: позволяют повысить эффективность инвестиций в АПК; станут важным элементом нефинансовой государственной поддержки сельского хозяйства (схема 1).



Схема 1. Цифровизация сельского хозяйства

Заключение. Рассмотрев все аспекты цифровизации сельского хозяйства, мы можем сделать выводы, что цифровизация в сфере сельского хозяйства позволяет снизить риски, адаптироваться к изменению климата, повысить урожайность сельскохозяйственных культур. Снижение затрат на производство продукции, повышение её качества и конкурентоспособности на основе эффективного использования ресурсов и научно обоснованных подходов – главная задача цифровизации. Обеспечение агропроизводителей необходимой информацией позволит снизить издержки на куплю и продажу, упростить цепочку поставок продукции от поля до потребителя, сократить дефицит квалифицированной рабочей силы. Хозяйствам необходимо производить больше продуктов питания с минимальной затратой ресурсов, поэтому нужен существенный прорыв в технологиях производства сельскохозяйственной продукции.

Список использованных источников

1. Ковалева И. В. Цифровизация сельского хозяйства как стратегический элемент управления отраслью / И. В. Ковалева // Журнал «Вектор экономики» . – 2019. – № 3. – С. 51.
2. Умная ферма [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://mcxas.ru/digital-cx/umnaya-ferma/> - Дата доступа: 19.12.2019.

© Бекиш А. В., Берестевич Я. А., 2019

Белоногова К.В.,
студент 2 курса магистратуры ИНОТЭКУ ФГБОУ ВО
«Калининградский государственный технический университет»
Кузин В.И.,
к.э.н., доцент ИНОТЭКУ ФГБОУ ВО
«Калининградский государственный технический университет»
Калининград, Российская Федерация

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РОЗНИЧНОМ РЫНКЕ ЭЛЕКТРИЧЕСКОЙ ЭНЕРГИИ

Аннотация

В статье рассматривается рынок электрической энергии, а так же исследуются факторы, влияющие на образование цены электрической энергии в России и их учет при формировании тарифа на электрическую энергию.

Ключевые слова

Ценообразование, рынок электрической энергии, классификация цен, электроэнергия, тарификация.

Абсолютно на все товары и услуги в современном мире, цена формируется на открытом рынке. Не редко именно цена является ключевым фактором для потребителя. Для рынков с ограничениями, таким как рынок электрической энергии, где отсутствует непосредственная конкуренция затруднительно говорить про рыночное образование цены электрической энергии. Электрическая энергия относится к продуктам, цена (тариф) на которые формируется органами регулирования.

Рынок электроэнергии - рынок, продающий технологически сложный продукт. Электроэнергия - товар, уникальность которого заключается в том, что его невозможно скопить и сберечь, поэтому поддержание работоспособности любой энергосистемы возможно, только при балансе спроса и предложения.

Для рассмотрения вопросов формирования тарифа (цены) рассмотрим основные понятия. Цена — стоимость товара выраженная в денежном эквиваленте. Хотя цена по общим правилам формируется на рынке при ее установлении необходимо учитывать затраты на производство и реализацию. Методикой ценообразования в свою очередь является свод правил, учитывающих специфику производств продуктов по которым строится цена. Стоит дать определение классификации цен, ведь именно это понятие говорит о разновидности цены в зависимости от признаков [4].

В России рынок электроэнергии и мощности классифицируются по объемам продаж и представляют собой двухуровневую систему - оптовых (ОРЭ) и розничных рынков (РРЭМ). Предметом продаж на розничном рынке является электроэнергия, приобретенная на оптовом рынке электроэнергии и мощности. Основной нормативный документ, определяющий порядок работы розничного рынка электроэнергии и мощности, - «Основные положения функционирования розничных рынков электроэнергии», утверждены Постановлением Правительства РФ от 04.05.2012 №442 [1].

Субъектами оптового рынка являются генерирующие компании (продавцы электроэнергии и мощности), сбытовые компании, сетевые организации, крупные потребители (покупатели электроэнергии и мощности).

Субъекты оптового рынка, особенно сбытовые компании, могут исполнять несколько ролей, при условии работы на оптовом рынке они могут выступить в роли покупателей, но если перейти на рынок розничной торговли данные субъекты будут исполнять роль продавцов. Для получения статуса участника оптового рынка организация должна удовлетворять требованиям Правил оптового рынка электрической энергии (мощности) и Договора о присоединении к торговой системе оптового рынка.

Оптовый рынок делится на слабо связанные между собой зоны (рис. 1):

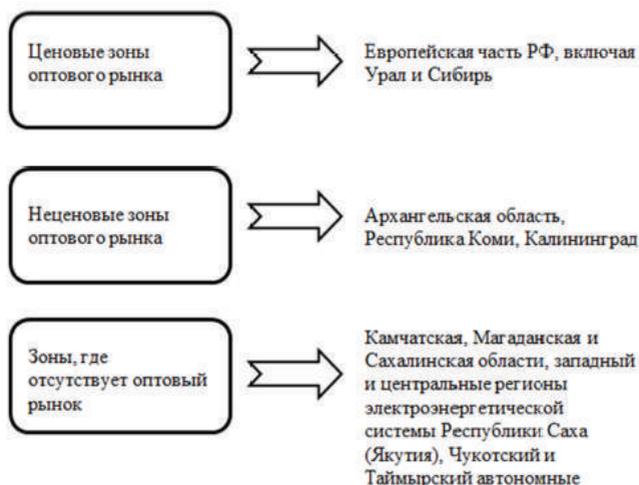


Рисунок 1 – Зоны торговли электроэнергией на территории РФ

1. «Ценовая», где существует конкуренция между производителями электрической энергии;

2. «Неценовая» - не предполагает возможным конкурентное ценообразование в силу различных причин, вследствие чего покупка осуществляется по регулируемым государством ценам, а это значит, регулируется и цена поставки конечному потребителю.

Примерами «неценовых зон» могут послужить регионы Дальнего Востока, Калининградской и Архангельской областей, Республики Коми т.к. они изолированы от единой энергосистемы России в силу своей труднодоступности, организация конкурентного рынка в настоящее время невозможна.

3. Есть перечень территорий РФ, на которых оптовый рынок отсутствует т.к. это изолированные территории и энергетические компании не разделяются по видам бизнеса [3].

Для понимания составляющих цены рассмотрим размер затрат, связанных с покупкой, выработанной производящими компаниями и купленной поставщиком электроэнергии на оптовом рынке. Для конечного потребителя этот показатель составит от 15 % до 30 % цены. Формирование цены происходит на оптовом рынке за счет конкурентного отбора заявок спроса и предложения на сутки вперед (РСВ), а также купли - продажи отклонений на балансирующем рынке (БР). В организации рынка данного типа используется механизм маржинального ценообразования, то есть, - чем выше объем спроса на рынке в конкретный момент времени, тем выше будет и цена. Естественно, что максимальный объем потребления электроэнергии придется на дневные часы (с 10 до 17 часов) именно в это время цена на электроэнергию будет иметь самый высокий показатель.

Из вышеизложенного можно сделать вывод, что конечная цена непременно зависит от графика, по которому работает предприятие, ведь разница в цене на дневную и ночную электроэнергию может отличаться в два раза. Однако потребителю удастся сэкономить, сместив график потребления электроэнергии на ночные часы, тем самым, смещение 20 % дневного графика на ночные часы позволит сэкономить до 3,7 % конечной цены.

До 2019 года электроэнергия оплачивалась по базовой ставке, зависящей от следующих факторов:

- категории места жительства (оплата для жителей сельской местности была на 30 % меньше, чем для людей, проживающих в городских условиях);
- количества лиц, прописанных в квартире (доме);
- наличия в жилище электрической плиты и использования электроэнергии для отопления (если такое оборудование было предусмотрено, то электрическая энергия оплачивалась по ставке на 30 % меньшей, чем в иных домах).

С 1 июля 2019 года, по предложению правительства, новая система начисления платежей должна подходить к потребителям дифференцированно, поэтому, в настоящее время:

- норма рассчитывается не по количеству человек, а на одно домохозяйство (квартиру, дом);
- размер социальной нормы потребления ограничивается 300 кВт*ч, платить за которые можно по льготной цене;
- домохозяйства, расходующие 300 - 500 кВт*ч выделяются в отдельную категорию, с базовой ставкой, близкой к социальной [8].

- потребители с ежемесячным расходом более 500 кВт*ч переводятся на коммерческий тариф.

- гаражные кооперативы, садовые общества, другие организации, тариф оплаты которых раньше был таким же, как и для обычных граждан, переводятся на особые расценки.

Планируется постепенная отмена 30 % льготы для домохозяйств с электрическим отоплением и электропечами. В данной ситуации, в качестве примера, используют Москву, где Мосэнергосбыт обеспечивает поставку электроэнергии для населения по цене 5,38 рублей за кВт*ч, при социальной норме — 300 кВт*час. Всё расходуемое свыше этого показателя, оплачивается по тарифу, близкому к существующему.

Изменение тарифов производится дважды в год – в начале календарного года (1 января) и спустя полгода (с 1 июля).

Следует отметить, что тариф в субъектах Российской Федерации заметно отличается друг от друга. В июле 2019 года электрическая энергия по самой низкой цене подавалась в Иркутской области. Стоимость её составила – 1,06 руб. за киловатт - час. В сравнении с первым полугодием, повышение в регионе составило 5 % .

В таблице 1 представлены цены на электроэнергию в некоторых регионах нашей страны. Следует отметить, что тарифы, в том числе на электрическую энергию во многом влияют на региональное развитие [5. 7]. Кроме того, энергетическая безопасность регионов во многом определяется устойчивым энергоснабжением и учетом факторов ее определяющую [2].

Потребление электричества занимает значительную долю в бюджете домохозяйств на коммунальные услуги. Однако эксперты считают, что существующие тарифы приемлемы для большинства россиян.

Таблица 1. Цены на электроэнергию в РФ В 2019 году

Субъект федерации	Тариф на электроэнергию, руб.	Субъект федерации	Тариф на электроэнергию, руб.
Область или регион	Стоимость, руб.	Пермский край	3.92
Иркутская область	1.06	Республика Бурятия	3.931
Республика Хакасия	2.08	Карачаево - Черкесская республика	3.94
Красноярский край	2.37	Республика Северная Осетия — Алания	3.95
Республика Дагестан	2.48	Самарская область	4
Новосибирская область	2.56	Калининградская область	4.05
Чеченская республика	2.62	Ленинградская область	4.07
Мурманская область	2.68	Сахалинская область	4.09
Республика Крым	2.7	Тульская область	4.14
Тюменская область	2.78	Волгоградская область	4.17
Ханты - Мансийский автономный округ – Югра	2.78	Тверская область	4.23

Ямало - Ненецкий автономный округ	2.78	Новгородская область	4.24
Оренбургская область	2.94	Псковская область	4.25
Забайкальский край	2.99	Ивановская область	4.28
Республика Башкортостан	3.01	Костромская область	4.32
Тамбовская область	3.82	Владимирская область	4.37
Ростовская область	3.83	Рязанская область	4..38
Еврейская автономная область	3.85	Хабаровский край	4.43
Белгородская область	3.86	Вологодская область	4.44
Омская область	3.86	Ставропольский край	4.48
Свердловская область	3.89	Санкт - Петербург	4.53
Алтайский край	3.92	Республика Калмыкия	4.59

На величину тарифа влияют надбавки, такие как надбавка гарантирующего поставщика, величиной от 1 % до 20 % , обеспечивающая бесперебойную работу поставщика электроэнергии. Другой является сбытовая надбавка, которая зависит от мощности устройств, которые принимают электроэнергию (с экономической точки зрения - объема продаж энергии). При этом следует учитывать, что наличие развернутой сети электронабжающих организаций является фактором стабилизирующим социально - экономическое развитие [6]. Сбытовые надбавки дифференцированы по четырем подгруппам потребителей:

- менее 150 кВт;
- от 150 до 670 кВт;
- 670 кВт - 10 МВт;
- более 10 МВт.

Сбытовые надбавки определяются затратами труда и капитала на доведение электроэнергии до потребителя. Их закономерность такова, если потребителем выступит крупный объект, процент надбавки гарантирующего поставщика будет минимален.

Неотъемлемой частью функционирования энергосистемы в России выступает инфраструктурная организация, которая поддерживает и обеспечивает работоспособность рынка электроэнергии. Отчисления на ее деятельность так же входят в тариф.

Транспортировка электроэнергии по сетям, а точнее издержки на это так же входят в стоимость электроэнергии. Этот показатель может занимать до 70 % тарифа и во многом эта составляющая определяет дифференциацию регионов по тарифам. Органы по регулированию тарифов (РЭК) занимаются установкой тарифов на передачу и разграничиваются по уровню напряжения.

- Высокое (ВН) - 110 кВ и выше;
- Среднее первое (СН I) - 35 кВ;
- Среднее второе (СН II) - от 1 до 20 кВ;
- Низкое (НН) - 0,4 кВ и ниже.

Генераторное напряжение (ГН) - 110 кВ и выше в случае, если потребитель присоединился к энергосистеме через устройства производителя электроэнергии;

Высокое напряжение первое (ВН1) - в случае присоединения потребителя к сети федеральной сетевой компании, через оборудование, которое в установленном порядке было сдано в аренду МРСК.

В целом тариф на электроэнергию складывается из четырех основных составляющих:

- цена приобретения электрической энергии с оптового рынка;
- тариф за услуги передачи электроэнергии и мощности (утверждает местный орган исполнительной власти в области государственного регулирования тарифов на регулируемый период в разрезе полугодий);
- сбытовая надбавка (утверждает местный орган исполнительной власти в области государственного регулирования тарифов на регулируемый период, для независимых энергосбытовых организаций оговаривается в договоре с каждым потребителем);
- плата за иные услуги, оказание которых является неотъемлемой частью процесса поставки электрической энергии.

При этом тариф учитывает множество факторов и, в свою очередь, выступает фактором регионального развития.

Список использованной литературы

1. Постановление Правительства РФ от 04.05.2012 N 442 (ред. от 22.06.2019) "О функционировании розничных рынков электрической энергии, полном и (или) частичном ограничении режима потребления электрической энергии" // "Собрание законодательства РФ", 04.06.2012, N 23, ст. 3008.
2. Батанов Э. В. Факторный анализ и меры обеспечения энергетической безопасности региона (на примере Калининградской области) // Балтийский экономический журнал №4(24) декабрь 2018 г. – С. 45 - 55
3. Воронкин, А.Ф. Служба главного энергетика / А.Ф. Воронкин, Э.А. Жабрев. - М.: Лениздат, 2018. - 143 с.
4. Ковалев, И.Н. Национальная экономика: история, политика, энергетика / И.Н. Ковалев. - М.: Феникс, 2017. - 246 с.
5. Оценка вклада организаций коммунального хозяйства в региональное развитие на примере Калининградской области, Кузин В.И., Крылов С.А. // Провинция: экономика, туризм, гостеприимство, экология, архитектура, культура: сборник статей IV Всероссийской научно - практической конференции / МНИЦ ПГСХА. –Пенза, 2010 г.
6. Факторы, определяющие тарифную политику на перевозки пассажиров общественным транспортом (на примере Калининграда) / В. И. Кузин, М. М. Салдаев // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2016. – № 43. – С. 66 - 71.
7. Kuzin, V. Trends and features of socio - economic development of the Kaliningrad region / V. Kuzin, A. Mnatsakanyan // Proceedings of the International Scientific Conference "Competitive, Sustainable and Secure Development of the Regional Economy: Response to Global Challenges" (CSSDRE 2018) pp. 61 - 63.
8. Официальный сайт Сам электрик // <https://samelectrik.ru/dejstvuyushhie-tarify-na-elektroenergiyu-v-2019-godu-rossiya.html>, дата обращения, 02.11.2019 г.

© Белоногова К.В., Кузин В.И., 2019

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ПОДДЕРЖКИ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Аннотация

Цифровые технологии предоставляют широкие возможности для повышения качества стратегического и тактического управления на промышленных предприятиях. Целью статьи является рассмотрение преимуществ цифровых инноваций, а также обоснование необходимости их использования в процессе поддержки принятия, реализации и контроля эффективности управленческих решений. В качестве методов исследования использованы инструменты системного и описательного анализа.

Ключевые слова

цифровые технологии, цифровая экономика, управленческие решения, стратегия, промышленность, предприятие

В 2018 г. доля цифровой экономики в структуре ВВП РФ достигла 5,1 % . Для сравнения это на 0,7 п.п. выше показателя сельскохозяйственной отрасли [1]. Важно отметить, что на отдельных временных интервалах динамика роста цифрового сектора превышала темпы роста ВВП в 8 - 10 раз. Так, за 2011 - 2015 гг. объем отечественной цифровой экономики увеличился на 59 % (на 1,2 трлн руб. в ценах 2015 г.), а ВВП – только на 7 % [2].

Одной из важнейших тенденций развития цифровой экономики является создание на производственных предприятиях цифровых платформ и масштабное внедрение инновационных технологий в алгоритмы осуществления бизнес - процессов. Необходимо отметить, что цифровые инструменты начинают активно использоваться не только для обеспечения производственных, технологических, финансовых и иных рутинных операций, но и успешно применяются для совершенствования механизмов принятия стратегических и тактических управленческих решений. В числе основных преимуществ и возможностей, которые предоставляют цифровые сервисы руководящему менеджменту промышленных компаний в плане осуществления управления, могут быть отмечены следующие:

- многократное повышение скорости коммуникаций менеджмента и персонала предприятий между собой, а также с внешней средой – клиентами, поставщиками, подрядчиками, экспертами, консультантами и прочими контрагентами;

- создание на предприятии единой базы данных, в которой могут агрегироваться необходимые сведения, показатели и параметры его функционирования и развития. Указанные материалы могут анализироваться цифровой платформой в режиме реального времени на основе интеллектуальных методов обработки информации («Machine learning», Data mining» и т.д.) и предоставлять интерактивные отчеты руководству предприятия;

– автоматизированное корректирование хода реализации отдельных бизнес - процессов на предприятии в случае, если параметры их осуществления выходят за пределы установленного целевого коридора значений;

– аналитическая поддержка процедуры разработки и реализации стратегии развития предприятия, в рамках которой цифровая платформа может осуществлять прогнозирование отдельных событий и выявлять скрытые факторы, рассчитывать различные сценарии и траектории функционирования предприятия, формировать программы стратегических мероприятий, увязанные по срокам, исполнителям и бюджетам в масштабе всей компании;

– выявление резервов развития предприятия и общее повышение производительности труда в управленческой деятельности за счет ее автоматизации, информатизации и цифровизации. Кроме того, «оцифровка» управленческих процессов и процедур принятия управленческих решений создает предпосылки для внедрения инновационных моделей стратегического и тактического администрирования деятельности производственных организаций. Отдельные направления использования цифровых технологий в управлении промышленными предприятиями представлены на рисунке.



Рисунок – Использование цифровых технологий для поддержки принятия управленческих решений на предприятиях

Важно отметить, что сегодня применение цифровых технологий воспринимается топ - менеджментом многих российских компаний все еще как сугубо технологическая задача, в то время как смысл происходящей цифровизации состоит в том, что меняются не столько технологии, сколько сама система управления человеческим капиталом и организации деятельности самой компании [3, 4]. В этой связи масштабное внедрение цифровых технологий на предприятии со временем потребует переосмысления, серьезной оптимизации и реинжиниринга всей организационно - экономического модели его функционирования и развития.

Возможность использования цифровых технологий требует оценки бюджетных и квалификационно - кадровых ограничений, которые традиционно существуют в

отечественном секторе промышленности. Переход предприятий на применение цифровых сервисов и инноваций предполагает реализацию высокочрезвычайных программ по цифровой трансформации. Кроме того, он предусматривает проведение масштабной кампании по переобучению и повышению квалификации и цифровой грамотности работников, а также нивелирование возникающих сопротивлений.

Промышленный сектор имеет важнейшее значение и ведущую роль в технологическом и социально - экономическом развитии Российской Федерации. Повышение качества управления и принятия стратегических решений выступает важнейшим направлением обновления, институционального преобразования и реформирования производственных предприятий. Эффективным инструментом, который может внести значительный вклад в решение обозначенной задачи, являются цифровые технологии, инновации и сервисы. Обеспечение масштабного и системного внедрения цифровых разработок в процессы проектирования, принятия и реализации управленческих решений позволит повысить производительность и качество менеджмента в реальном секторе отечественной экономики.

Список использованной литературы:

1. Исследование «Экономика рунета. Экосистема цифровой экономики России». Ассоциация электронных коммуникаций (РАЭК). [Электронный ресурс]: URL: https://raec.ru/upload/files/ru-ec_booklet.pdf
2. Боев А.Г., Воронин С.И. Использование scrum - метода при реализации проекта по внедрению цифровой платформы промышленного предприятия // Организатор производства. 2019. Т.27. №2. С 16 - 26 DOI: 10.25987/VSTU.2019.59.41.002
3. Кельчевская, Н. Р. Особенности управления человеческим капиталом на предприятиях в условиях цифровой экономики / Н. Р. Кельчевская, Е. В. Ширинкина // Инновации в менеджменте. – 2018. – № 18. – С. 24–31.
4. Ширинкина, Е. В. Идентификация и оценка факторов среды формирования человеческого капитала / Е. В. Ширинкина // Современная научная мысль. – 2016. – № 6. – С. 144–150.

© Боев А. Г., 2019

Бойцов А. И.

Бакалавр СПбПУ

г. Санкт - Петербург, РФ

ПРИМЕНЕНИЕ МОДЕЛЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ ДЛЯ АНАЛИЗА ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЬНОЙ ОТРАСЛИ В МИРЕ

Аннотация

В данной статье рассматривается текущее положение отрасли автомобилестроения с учетом влияния новых факторов внешней среды в условиях общемирового снижения спроса на автомобили. В рамках статьи рассматривается необходимость создания

инноваций в области автомобилестроения, факторы и экономические основания падения продаж в отрасли. Методы исследования включают в себя микроэкономические и макроэкономические подходы к определению конъюнктуры рынка, анализ и синтез информации о текущей ситуации в отрасли. В результате проведенного исследования факторы влияния в автомобильной отрасли включают: торговые войны, стадии экономического цикла, замещение автомобилей другими продуктами, как инновационными для отрасли электромобилями, так и альтернативными видами транспорта и услуг – каршеринг, общественный транспорт, малогабаритный транспорт. На основании полученных выводов и результатов составлен теоретический прогноз дальнейшего состояния отрасли. На основании выводов указаны предпочтительные действия производителей и возможности для дальнейшего исследования в рамках данного вопроса.

Ключевые слова

Автомобилестроение, спрос, факторы внешней среды, кризис, отрасль, микроэкономический анализ, перепроизводство, прогноз

Машиностроение - одна из основных отраслей современного мира, составляющая огромную часть мировой экономики и экономик отдельных стран. В условиях современной мировой экономики машиностроение претерпевает значительные изменения, и дальнейший путь развития данной отрасли еще не определен как в рамках всего мира, так и в рамках одной страны или компании.

Актуальность. На фоне общей стабилизации экономики, притока новой волны иностранных инвестиций и уменьшения объема рынка в 2014 году в российской автомобилестроительной отрасли наблюдаются новые тенденции и факторы влияния. В рамках этих факторов огромное значение играет государство и прямые иностранные инвестиции. Однако остается актуальным вопрос дальнейших путей развития отрасли в условиях современной экономики.

Методы исследования. Анализ и синтез текущих тенденций в отрасли автомобилестроения, систематизация информации об отрасли автомобилестроения и смежных отраслях, структурирование статистики по продажам и изготовлению автомобилей, микроэкономический анализ среды и рынков автомобилей на примере разных стран, макроэкономический анализ в контексте экономических циклов для определения границ рецессии продаж на рынке.

Цель работы. Смоделировать влияние факторов на отрасль автомобилестроения для определения дальнейшего пути развития отрасли, интерпретировать данные факторы в рамках текущего развития отрасли для составления видения ее дальнейшего развития.

Задачи работы. Выявить факторы влияния и определить тенденции развития автомобильной отрасли, исследовать потребительские предпочтения на рынке на текущий момент, определить роль государственного регулирования в отрасли, провести анализ влияния инфраструктуры использования автомобилей на потребительские предпочтения, систематизировать факторы для составления прогноза развития отрасли, составить предпочитаемые действия производителей.

Рассмотрим продажи автомобилей в мире, они представлены на рисунке ниже (рис. 1).

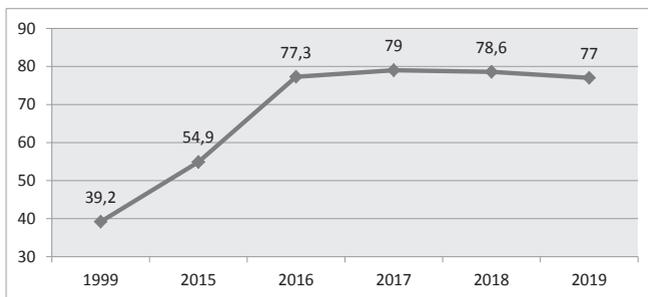


Рисунок 1. Продажи автомобилей в мире, 1999 - 2019 (прогноз)
[Составлено автором по источнику 1]

Говоря об отрасли автомобилестроения в России нельзя игнорировать ситуацию в мире. Во многих регионах мира производство растет в затратах, расходы компаний постоянно увеличиваются, а жесткая конкуренция во всех регионах вступила в новый этап борьбы – за лидерство в инновациях. Риски в данной отрасли повышаются по всему миру, на что влияют сразу множество факторов.

Первым фактором становится острая конкуренция в области инноваций. Производство или разработка электромобилей, обновление бортовой компьютерной техники стали неотъемлемыми статьями расходов автопроизводителей по всему миру. Ситуацию с электромобилями можно отразить на кривой безразличия в системе координат с осями «Автомобили с ДВС» и «Электромобили и Гибриды» (рис. 2).

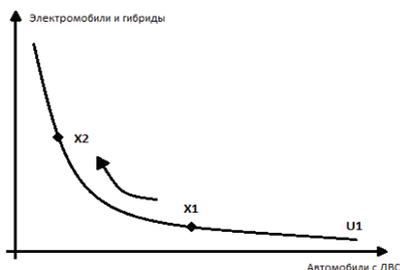


Рисунок 2 - Кривая безразличия для разных видов автомобилей [Составлено автором]

Рассматривая данную кривую можно увидеть, что большинство покупателей в мире начинают приобретать электромобили и гибриды. Однако стоит отметить, что это справедливо в основном для развитых стран (Как пример – Финляндия, где государство оказывает финансовую поддержку при покупке гибридных авто и электромобилей, а Норвегия – мировой лидер по количеству электромобилей) где существуют подходящие для этого государственные программы и уже есть развитая сеть электрических

автозаправок и сервисов для автомобилей данного типа. Для развивающихся стран и стран, не обладающих данными факторами для замещения обычного автомобиля электромобилем справедливы следующие кривые безразличия (рис. 3):

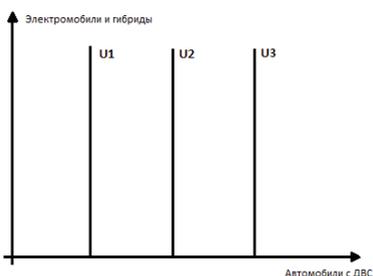


Рисунок 3 - Кривая безразличия для разных видов автомобилей в странах без инфраструктуры их использования [Составлено автором]

Рассматривая страны без инфраструктуры для использования электромобилей кривые безразличия на карте принимают вертикальный вид – люди не готовы менять свое авто с ДВС на инновационное и экологически чистое средство передвижения, так как это создает для них риск невыполнения основной функции автомобиля и не имеет ценового преимущества перед традиционным вариантом. Рассматривая Россию, можно сказать не смотря на то, что в крупных городах и начинает появляться инфраструктура, для выезда за пределы города такие автомобили не подходят, следовательно электромобили становятся товарами роскоши (продаются только премиальные модели, небольшими количествами). Ситуация с гибридами значительно лучше, однако, отсутствие в регионах автосервисов, способных обслуживать такие автомобили также уменьшает их конкурентное преимущество перед ДВС. Вторым примером для рассмотрения можно взять Индию – там все соответствует приведенной иллюстрации – полностью отсутствует любая инфраструктура для применения электромобилей и гибридов, что делает их ценность для населения нулевой.

Итак, производной данной ситуации с заменой автомобиля с ДВС может стать общая тенденция к замене личного автомобиля на общественный транспорт, такси, альтернативные способы передвижения. Особенно данная тенденция видна в маленьких урбанизированных странах (например - странах Евросоюза, там где уже хорошо развита инфраструктура передвижения по городу и даже за его пределами). Множество людей охотнее отказываются от покупки авто опираясь на множество факторов – людям становится дорого владеть автомобилем, а полезность от его использования сокращается растущими издержками. То есть можно сказать, что при текущем бюджетном ограничении, люди охотнее заменяют личный автомобиль на его альтернативу, что конечно же негативно сказывается на всей отрасли, так как в текущей экономической ситуации это выгоднее для потребителя и увеличивает его излишек. Владение автомобилем становится слишком дорого и порой непрактично для потребителей, соответственно возникает эффект дохода,

поскольку изменение цены уменьшает (при повышении цены) реальный доход или покупательную способность потребителя и он стремится к замещению данного продукта.

Второй фактор – сложность значительного государственного регулирования отрасли в разных странах. Наблюдается значительное усиление сегментации рынка вследствие ужесточения природоохранного законодательства. Хороший пример реализации этого сценария — судебные тяжбы между Калифорнией и Федеральным правительством США по поводу новых нормативов по автомобильным выбросам (как результат, важный для американских автопроизводителей штат может задать более строгие требования к выбросам, чем другие штаты).

Ограничения и тарифы в автомобильной отрасли порождают потери населения, что особенно заметно в странах, которые импортируют автомобили (рис. 4):

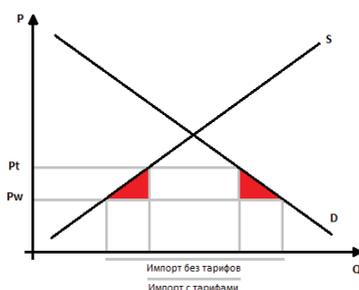


Рисунок 4 – Введение тарифов и ограничений [Составлено автором]

Для стран - импортеров введение тарифов и ограничений (на выбросы, лошадиные силы, ограничения и стандарты государственного образца, прямые тарифы на ввоз автомобилей) сокращает объем импорта в страну. Даже если это поддерживает отечественных производителей, это сокращает объем потребления готовой автомобильной продукции в стране в целом и создает потери для населения и общества (красные зоны на рисунке). Так как лидерами в автомобилестроении является крайне маленькое количество стран, большинство из которых развитые или стремительно развивающиеся, от многочисленных тарифов и ограничений, количество которых неизменно растет, больше всего страдают развивающиеся страны –импортеры продукции. Страны, в которых размещены прямые иностранные инвестиции производителей, также подвергаются этому эффекту, так как тарифы и ограничения часто распространяются и на запчасти и детали автомобилей.

Третий фактор – замедление роста мировой экономики. Во всех регионах ожидается снижение продаж автомобилей (в России в частности) и увеличение влияния отложенного спроса на продажи, что повлечет за собой увеличение резервов готовой продукции и рост затрат предприятий. Это говорит нам об окончании очередного экономического цикла и близости кризиса перепроизводства и текущей рецессии экономики. Такие показатели в отрасли совпадают с общемировыми прогнозами об окончании малого экономического цикла в 2020 - 2021 году. В рамках России, можно отметить уход с отечественного рынка компании Форд ввиду ежегодных убытков и огромного перепроизводства, а также общее

падение продаж (В России в августе 2019 г. было продано 145 545 новых автомобилей. Эта цифра на 1,3 % меньше показателей за аналогичный период прошлого года)

Четвертый фактор – торговые войны. Идея новых пошлин в 25 % на поставляемые в США автомобили возникла в мае прошлого года и в мае 2019 была вновь отложена на полгода. Два крупнейших региона, находящиеся в стадии активного экономического конфликта – США и Китай – обоюдным повышением тарифов влекут за собой повышение как цен на сырье и материалы, так и на готовую продукцию (Китай и США ввели обоюдные пошлины на поставку автомобилей)

Выводы

В рамках тяжелой экономической ситуации становится понятно, что отрасль автомобилестроения находится в сложной ситуации во всем мире. Давление оказывают множество факторов внешней среды, которые склоняют производителей по всему миру увеличивать вложения в НИОКР и активно менять ценовую политику компаний.

Делая теоретический прогноз на основе проведенного анализа, становится понятно, что в ближайшие годы отрасль ждет падение продаж и рецессия в целом. Однако, после достижения минимальной точки (которая скорее всего совпадет с новым экономическим кризисом) отрасль ждет период «ренессанса» - рост продаж, активное применение новых технологий и в целом – экономическое оздоровление. Лучшей стратегией для компаний в данной ситуации является уменьшение отложенного спроса путем сокращения производства или его реструктуризации и активные вложения в НИОКР для удержания лидерства на рынке в будущем. Рост объема продаж должен отойти на второй план и уступить места политике удержания продаж на стабильном уровне.

При анализе отрасли в рамках предпочтений потребителей при выборе автомобиля с ДВС и его альтернатив (как электромобилей, так и замены авто вообще) возможно использовать кривые безразличия, которые позволят качественно проследить изменения в разных странах при разном уровне технологического развития. Статистические данные и базовые экономические модели (модель спроса и предложения), а также теория цикличности, позволяют сделать вывод об ограничениях и конъюнктуре рынка, выявить его парадигму развития. В совокупности – информация о замещении одной продукции другой и четкое понимание изменений рынка в краткосрочном периоде позволяют составить качественный прогноз развития отрасли, что позволит участникам рыночных отношений учитывать эти данные при составлении стратегических решений и моделей поведения фирмы на рынке.

Список использованной литературы:

1. Статистика, продажи автомобилей // Statista.com, режим доступа - [Электронный ресурс] URL: <https://www.statista.com/statistics/200002/international-car-sales-since-1990/> - (Дата обращения 10.10.2019)
2. Статистика по рынку автомобилей // Tadviser.ru, режим доступа - [Электронный ресурс] [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Автомобили_\(мировой_рынок\)](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Автомобили_(мировой_рынок)) - (Дата обращения 20.10.2019)
3. Анализ текущего экономического цикла // Republic.ru, режим доступа - [Электронный ресурс] <https://republic.ru/posts/92773> - (Дата обращения 20.10.2019)

4. Продажи автомобилей в России // Autonews.ru, режим доступа - [Электронный ресурс] <https://www.autonews.ru/news/5d72089c9a79475d444ac529?ruid=UET9A1ynC/ALVCDBAzsuAg> - (Дата обращения 20.10.2019)

5. Состояние автопрома США // Russia Today, режим доступа - [Электронный ресурс] <https://russian.rt.com/business/article/631994-avtoprom-ssha-poshliny> - (Дата обращения 20.10.2019)

6. Торговая война США и Китая // Forbes, режим доступа - [Электронный ресурс] <https://www.forbes.ru/biznes/364351-bitva-titanov-kto-vyigryvaet-v-torgovoy-voyne-ssha-i-kitaya> - (Дата обращения 20.10.2019)

© Бойцов А. И. , 2019

Боробов В.Н.,

д.э.н., профессор Финансового университета при Правительстве РФ

Borobov V. N.,

doctor of Economics, Professor of the Financial University
under the Government of the Russian Federation

УПРАВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЯМИ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

CHANGE MANAGEMENT IN A MODERN ORGANIZATION

Аннотация. В научной статье рассматриваются направления управления изменениями в организации. Выделяются подходы к управлению организационными изменениями. Раскрываются основные шаги по внедрению изменений в организации. Предлагается эффективная модель изменений в организации.

Annotation. The scientific article discusses the direction of change management in the organization. Approaches to management of organizational changes are distinguished. The main steps on introduction of changes in the organization are revealed. An effective model of changes in the organization is proposed.

Ключевые слова. Изменения, глобализация, модель, топ - менеджмент, лидеры, стратегия, команда, результаты, организация, этапы, производство и управление.

Keyword. Change, globalization, model, top management, leaders, strategy, team, results, organization, stages, production and management.

Изменения – болезненный, но необходимый процесс в жизни организации. В ряде крупных компаний даже появилась должность, связанная с управлением изменениями – change manager. Таких менеджеров не готовят в вузах, их выращивают в компании. Но в большинстве случаев управлением изменениями занимаются генеральные директора, директора по развитию, руководители служб HR, маркетинга, ИТ - служб.

Ицхак Адизес — консультант, теоретик менеджмента, основатель и президент Института Адизеса (США) в своей статье «На пороге управленческой революции» выделил перемены, которые определяют будущее менеджмента. Приведём некоторые из них:

1. Технологический прогресс. В зависимости от изменения информационных технологий, будет меняться и стиль управления.

2. Поколение Y, а вскоре и Z становятся основой трудоспособного населения. Их представления о том, что такое работа, как ее следует выполнять и как она должна вознаграждаться, расходятся с представлениями старших коллег.

3. Глобализация. Чем больше компаний получают доступ к рынку, тем сильнее конкуренция — и тем выше потребность в стратегическом мышлении и внедрении принципиальных изменений.

4. Наступило время высоких скоростей. Поэтому реакция на любые действия компании постоянно ускоряется.

5. Неизбежность конфликтов. Существуют индивиды, которые рады изменениям, а есть и те, которых эти изменения пугают, так как они несут в себе неопределенность. Ввиду этого, на рабочем месте часто наблюдается конфронтация сотрудников и социальная напряженность.

В настоящее время выделяют два подхода к управлению организационными изменениями:

1. Механистический (модели К. Левина, Р. Балока и Д. Баттена и др.). Изменения проводятся «сверху», производится тщательный контроль и планирование, можно без усилий подавить сопротивление изменениям.

2. Органический (модели Дж. Коттера, Д. Надлера и М.Л. Ташмена, ADKAR и др.), согласно которому сотрудникам необходимо понять и принять реальность и необходимость изменений; успешные нововведения основаны на понимании, принятии и участии сотрудников на организационном, групповом и индивидуальном уровнях.

Одной из популярных моделей управления изменениями является модель Джона П. Коттера, профессора кафедры лидерства имени Коносукэ Мацуситы в Гарвардской школе бизнеса, автора 15 книг, посвященных лидерству и управлению изменениями. Коттер выделяет 8 шагов по внедрению изменений в компании. (рис. 1)



Рис.1. Внедрение изменений в компании

Рассмотрим данную модель подробнее.

Шаг 1. Создание ощущения необходимости изменений.

У руководителя может появиться впечатление, что компания нуждается в изменениях. Если есть разница между реальным состоянием и идеальным, появляется потребность в изменениях, желание достичь идеала. Чтобы убедить остальную топ - менеджмент, он может, например, предоставить цифровую информацию о деятельности компании, указать на другие объективные данные, чтобы убедить каждого, что вероятны серьезные последствия, если никто не начнет действовать в ближайшее время. К тому же, нужно апеллировать к эмоциям людей, чтобы сотрудники прониклись проблемой и задумались о путях ее решения.

На данном этапе необходимо:

- определить потенциальные угрозы и разработать сценарии, показывающие, что может произойти в будущем;
- изучить возможности, которые должны быть или могут быть использованы;
- начать обсуждения и дать динамичные и убедительные причины, чтобы заставить остальных говорить и думать о преобразованиях;
- запросить поддержку у клиентов, внешних заинтересованных сторон и людей из отрасли, чтобы подкрепить свои аргументы;

Согласно Коттеру, чтобы изменения прошли успешно, 75 % руководства компании должны поверить в необходимость данных действий.

Шаг 2. Создание группы управления изменениями.

На этом этапе необходимо найти лидеров из любого отделения компании, умеющих нестандартно мыслить и способных находить общий язык с каждым. Должны создаваться эффективные команды реформаторов - лидеров, которые обладают авторитетом, необходимым не только для того, чтобы оказывать влияние на рядовых сотрудников, но и для того, чтобы привлечь к преобразованиям компанию в целом и успешно провести её через всю трансформацию. Нужно устроить совещание в целях обсуждения возможных вариантов внедрения изменений, взвесить «за» и «против». Стоит выслушивать предложения и комментарии каждого и добиваться стопроцентного понимания в командах, так как в ходе обсуждения предложенных идей могут всплыть новые факты, согласно которым некоторые идеи окажутся слишком рискованными для их внедрения. Если же кто - то не до конца поймет предложение другого, то он будет оказывать пассивное или активное сопротивление, не будет верить в положительный результат.

На данном этапе необходимо:

- определить лидеров в организации, а также ключевых акционеров;
- «вызвать» эмоциональную приверженность этих людей;
- провести работу над созданием команды для работы над изменениями;
- проверить свою команду на слабые места и убедиться, что она состоит из людей из разных отделов и разных уровней в компании.

Шаг 3. Разработка единого видения цели.

Организацией формируется видение того, как будет выглядеть компания после нововведений, и стратегия, следование которой в конечном счете приведет к благоприятным изменениям в компании. Важно сформулировать цель, сделав её одинаково понятной для всех, чтобы в коллективе не возникло ее различной интерпретации. Также,

следует её выразить таким образом, чтобы она звучала вдохновляюще для каждого человека и подталкивала к принятию действий по ее достижению.

Однако на практике этот шаг выглядит часто иначе. В работе отмечается, что «были опрошены представители высшего руководства 88 российских компании о том, как у них осуществляется управление организационными изменениями. Оказалось, что в 6 % компаний «работа над целью» просто пропускается, поскольку «и так понятно, что следует изменять». В 10 % компаний команда топ - менеджмента специально занимается формулированием цели и описанием её конкретных проявлений. В 55 % компаний работа на этом шаге осуществляется, однако формулируется не столько цель, сколько выгоды, ожидаемые от внедрения изменений. 13 % компаний «работают с целью в узком кругу команды внедрения». И около 16 % компаний поручают работу по трансляции цели изменений непосредственным руководителям конкретных подразделений».

На данном этапе необходимо:

- определить параметры, которые являются центральными для изменения;
- написать в нескольких предложениях, каким представляется будущее организации;
- создать стратегию для реализации этого видения;
- убедиться, что команда лидеров поняла главную идею изменений;
- часто напоминать своё видение о результатах преобразования.

Шаг 4. Распространение видения.

Коттер признает важным донести до сотрудников видение компании, чтобы внушить доверие к проекту, чтобы каждый понял, что он него ничего не скрывают «сверху». Необходимо ответить на все возникшие вопросы по изменениям, описать общие причины преобразований. Ответьте на вопросы что, как, почему именно теперь, и что будет в конце.

Появятся заинтересованные лица, которые захотят лично участвовать во внедрении новшеств, внесении своей лепты в развитие фирмы. Мнения всех сотрудников также необходимо выслушивать и вовлекать в работу по преобразованиям.

На этом этапе необходимо:

- часто рассказывать о своем видении изменений;
- выслушивать озабоченности и беспокойства людей, убеждая их, что в перспективе компания достигнет выдающихся результатов.

Шаг 5. Передача полномочий широкой группе людей для осуществления действий.

Процесс управления изменениями должен заключаться в следовании к достижению цели, установленной ранее, но также необходимо обращать внимание на то, не изменилась ли ситуация так сильно, что намеченные изменения уже нерелевантны. Также стоит проводить мониторинг эмоционального состояния людей, так как подчиненные проходят не полный путь в процессе изменений, а только присоединяются к осуществлению изменений на шаге 4. Возможно неприятие изменений некоторыми сотрудниками, и стоит убедить их в том, что компаний выиграет от нововведений, что нужно побороть страх неизвестности.

На этом этапе необходимо:

- обратить внимание на организационную структуру фирмы, описания должностных обязанностей и систему производительности и компенсаций, чтобы убедиться, что они соответствуют видению руководства;
- вознаграждать людей за то, что они способствуют изменениям;
- оказать людям, которые боятся изменений, помощь в преодолении сопротивления;
- принимать меры для быстрого устранения иных проблем.

Шаг 6. Получение значимых результатов

Ничто не мотивирует больше, чем успех. В течение некоторого периода времени (это может быть месяц или год, в зависимости от типа изменения), необходимо информировать сотрудников о промежуточных успехах изменений. Если на протяжении долгого времени люди не услышат о положительных исходах нововведений, это может их демотивировать.

Создание нескольких краткосрочных целей лучше, чем одна долгосрочная. Каждая маленькая победа будет нацеливать персонал на еще больший успех, закрывая глаза на трудности.

На данном этапе возможно:

- осуществлять поиск небольших проектов, которые возможно реализовать, не обращая внимание на противников изменений;
- стоит не достигать первоочередных целей, требующих больших финансовых вложений;
- еще раз тщательно проанализировать потенциальные плюсы и минусы целей. Если не удастся достичь чего-либо в начале, это может негативно повлиять на общий результат;
- всячески награждать людей за их весомый вклад в достижении целей.

Шаг 7. Закрепление достижений и дальнейшее проведение изменений

На данном этапе встает интересный вопрос: «Кто должен оценивать полученный результат? Каждому звену организации стоит выяснить у себя, была ли реализована потребность в улучшении организации и далеко ли еще до идеала. Если результаты изменений неудовлетворительны, то стоит вернуться на шаг 5 и попытаться что-то исправить там. Если проблема глубже, вернуться к более ранним шагам, или же проанализировать ошибки на каждом этапе и начать все с самого начала.

Часто встречается, что «начать все с самого начала» не представляется возможным, потому что неудачная попытка останется в памяти у всех сотрудников организации и некоторые люди не смогут забыть негативный результат и с тем же воодушевлением в очередной раз стремиться к изменениям. Именно поэтому существует такая практика, как «пилотный проект», на котором «отгачивают программу минимизации рисков». В случае успеха пилотного проекта нужно обязательно отметить результаты, достигнутые в ходе проекта и наградить его участников. Также, стоит обратить внимание людей на то, что ситуация изменилась к лучшему и что не стоит бояться неопределенности на начале пути к изменениям в компании. [там же]

Коттер обращает внимание, что много проектов по внедрению изменений терпят фиаско на данном этапе. Часты случаи, когда после прохождения всех шагов по внедрению изменений, руководители их не закрепляют, а затем оказывается так, что все вернулось на привычный лад. Организаций, имеющих такой опыт - 22 %.

Мерой борьбы с возвращением «на круги своя» могут стать штрафы, а иногда даже увольнения для тех, кто противится изменениям. Для тех, кто активно пользуется плодами изменений, наоборот, вводятся премии, так как данные работники показывают на своем опыте, что компания стала работать лучше и бьет рекорды по производительности. Таким образом, в культуре организации закрепляется ценность инноваций, постоянного самосовершенствования и доверия к тем, кто уже начинает испытывать желание «улучшить что-нибудь еще».

На данном этапе возможно:

- поддержание у людей ощущение неотложности перемен;
- постоянные отчеты о проведенной работе и ее результатах;
- после каждой победы анализировать, что получилось, а что нужно улучшить;
- постоянно устанавливать новые цели, чтобы продолжать наращивать достигнутый импульс;
- привлекать новых лидеров для продвижения новых изменений;
- поощрение сторонников изменений.

Шаг 8. Фиксация опыта организации.

Наконец, чтобы закрепить любое изменение, оно должно стать частью «ядра» организации. Нужно продолжать прилагать постоянные усилия для того, чтобы изменения были видны во всех аспектах работы организации. Это упрочнит место изменения в организации.

Важным также является, чтобы и лидеры компании продолжали поддерживать изменения. Это включает в себя существующий персонал и новых лидеров.

На этом этапе возможно:

- продолжать при каждом удобном случае делиться прогрессом. Также можно рассказывать истории успеха внедрения изменений в других компаниях;
- прививать ценность изменений при найме и обучении новых сотрудников
- постоянно напоминать о важности вклада каждого сотрудника при внедрении изменений.

В большинстве случаев опыт конкретной организации документально не фиксируется, поэтому трудно увидеть на практике, какие изменения привели к каким результатам на примере определенной фирмы. В случае успеха изменений, руководство компании не анализирует предпринятые шаги, чтобы в следующий раз знать наверняка, что сделано правильно, а что нет; где в программе изменений заложили слишком мало времени, а где слишком много. Организаций, в которых ведется архив документов по управлению проектом изменений, и в которых перед планированием новых программ изучают то, что хранится в компании с прошлых лет – в настоящий момент 4 % среди всех. [6]

Рядовым сотрудникам необходимо начинать участие в программе изменений с самого первого шага, со стадии «побуждения» и «подготовки». Именно этапы подготовки занимают наибольшее количество времени, так как благодаря им и сокращается сила сопротивления изменениям в организации. Особенно важно при этом обеспечить каждому участнику процесса, возможность удовлетворить значимые лично для него потребности в процессе грандиозных изменений в организации.

Большинство перемен в нормах поведения и общих ценностях наступает ближе к концу процесса преобразований. Новые подходы обычно становятся неотъемлемой частью данной культуры только после того, как всем становится ясно, что они эффективны и превосходят старые методы работы. Без устных наставлений и поддержки работники обычно с трудом верят в ценность нововведений. Иногда единственным путем осуществить культурное обновление может стать смена управленческой верхушки. Если в правила служебного продвижения не внесены изменения, отвечающие переменам в производстве и управлении, то прежняя культурная традиция возобладает.

Список использованной литературы.

1. Адизес И. На пороге управленческой революции / Harvard Business Review – Россия. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://hbr-russia.ru/management/upravlenie-izmeneniyami/a18761/> (дата обращения: 26.11.2019)
2. Полевая М.В. Готовность организации к внедрению изменений. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://elib.fu.ru/art2017/bv845> (дата обращения: 26.11.2019)
3. Гершун А. Управление изменениями. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.shfm.ranepa.ru/sites/default/files/materials/change-100917-1.pdf> (дата обращения: 26.11.2019)
4. Трансформация общества и проблемы управления: Коллективная монография / Под ред. С.А.Баркова, В.И. Зубкова. – М. : Новый ключ, 2012. – 120 с. : ил. с. 24 - 35

© Боробов В.Н., 2019

Ваняева В.Э.

Студентка 4 курса ТУСУР
г. Томск, РФ

Научный руководитель: **Богданова О.П.**
канд. экон. наук, доцент ТУСУР
г. Томск, РФ

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ПАО «ЛУКОЙЛ»

Аннотация

Статья посвящена поиску основных путей совершенствования организационной структуры предприятия на примере ПАО «Лукойл». Разработка стратегически эффективной организационной структуры управления предприятием – это неотъемлемое условие реализации выбранной организацией стратегии функционирования и процветания.

Ключевые слова

Организационная структура, ПАО «Лукойл», пути совершенствования

Работа любой организации сопряжена с производством интеллектуальных и материальных благ с целью удовлетворения покупательских потребностей и извлечения прибыли. В целях получения стабильной прибыли, предприятию, в условиях нынешней экономической обстановки, необходимо в обязательном порядке функционировать как единая слаженная система. Стоит отметить, что управление и взаимосвязь структурных составляющих компании обеспечивает ее организационная структура. Она представляет собой упорядоченную совокупность взаимосвязанных компонентов, находящихся между собой в устойчивых отношениях, которые обеспечивают их функционирование и развитие, как единого целого [1, с. 97].

Эффективная организационная структура предприятия отвечает его целям. Кроме того, она отвечает воздействующим на работу предприятия внутренним и внешним факторам.

Наилучшей принято считать структуру, дающую возможность предприятию успешно взаимодействовать с внешней средой, эффективно направлять усилия работников, и тем самым удовлетворять потребности клиентов, а также достигать поставленных целей.

Организационная структура должна быть динамичной, постоянно развиваться и совершенствоваться вслед за изменениями факторов внешней и внутренней среды.

Рассмотрим возможности совершенствования организационной структуры ПАО «Лукойл», важным звеном которой является главное управление кадрами, несущее ответственность за кадровую работу на предприятии.

Главное управление кадрами в ПАО «Лукойл» рассредоточено по различным отделам (отдел найма, отдел развития персонала, отдел оплаты труда) и подразделениям предприятия, так или иначе участвующим в решении кадровых вопросов [2].

Проведенный анализ организационной структуры данного предприятия позволяет утверждать, что для более эффективного осуществления своих функций в главном управлении по кадрам необходимо сформировать отдел социального развития. Без этого в организационной структуре между отделами не будет устойчивых отношений, которые должны обеспечивать полное функционирование и развитие данного управления, как единого целого.

Отдел социального развития должен быть самостоятельным структурным подразделением предприятия и подчиняться непосредственно директору предприятия или его заместителю, а также тесно взаимодействовать с другими отделами в организационной структуре.

Создание такого отдела в ПАО «Лукойл» должно быть ориентировано на долгосрочную перспективу и обеспечить данное предприятие компетентными и заинтересованными в результатах своего труда работниками. Самое важное - изменить отношение руководителей к вопросам социальных программ и показать им пути взаимодействия с другими отделами.

Отдел социального развития должен изучать социальные аспекты научно - технического прогресса, разрабатывать мероприятия по преодолению социальной неоднородности труда, социально - психологическому обеспечению внедрения робототехники и гибких автоматизированных производств, сокращению тяжелого, монотонного и малоквалифицированного ручного труда [3, с. 313].

На исследуемом предприятии нужно предусмотреть следующие должности в службе социального развития:

- начальник службы социального развития - 1 чел.;
- специалисты по кадрам и профориентации - 2 чел.;
- специалисты по социальным вопросам развития предприятия – 2 чел.

Итого: 5 человек.

Главная задача, которую нужно поставить перед службой социального развития - выявление и использование социальных резервов роста производительности труда и интенсификации производства, а также обеспечение на предприятии компетентного и заинтересованного руководства в достижении целей предприятия персоналом.

Руководству предприятия ПАО «Лукойл» для формирования высокопрофессионального коллектива, который значимо повысит конкурентоспособность предприятия, поможет план создания нового отдела, представленный в таблице 1.

По предложенному плану, изменения в первую очередь должны касаться квалификации сотрудников, а также их трудовой мотивации, потому что это одни из самых важных факторов, влияющих на производительность труда сотрудников.

Эффект является отражением результата деятельности, то есть состояния, к которому стремиться экономический объект. Понятие «эффект» и «результат» можно воспринимать как тождественные категории и ориентировать на него построение конкретной управленческой системы, в нашем случае корпорации. Такое управление, получившее в международной практике название «управление по результатам», направлено на количественный прирост результирующих показателей, хотя и подразумевает в определенной степени изменение качественных характеристик.

Таблица 1 – План создания отдела социального развития

Мероприятия	Сроки	Ответственный	Ожидаемые результаты
Подбор персонала, подготовка задач	5 месяцев	Менеджер по персоналу	Набор компетентных и квалифицированных работников; четко сформулированные задачи для успешной работы в отделе
Переоценка функциональных обязанностей других отделов	1 месяц	Менеджер по персоналу	Передача некоторых обязанностей, соответствующих полномочиям новому отделу
Разработка должностных инструкций	3 месяца	Директор компании	Поставлен четкий порядок должностных инструкций для каждого работника
Подготовка рабочих мест	1 месяц	Менеджер по персоналу	Обеспечение условий труда, соответствующих нормам трудового права
Утверждение форм отчетности	1 месяц	Директор компании	Для дальнейшего отслеживания динамики по нужным показателям и анализа ситуации в отделе

Соблюдение и выполнение данных рекомендаций позволит избежать разногласий между членами коллектива, оптимизировать профессиональную деятельность, а, следовательно, повысит организационную культуру предприятия. Таким образом, предложенные мероприятия имеют определенную практическую значимость и применимость.

Список использованной литературы:

1. Богатко, А.Н. Система управления развитием предприятия: учебное пособие / А.Н. Богатко. - М.: Финансы и статистика, 2013. - 240 с.
2. Политика управления персоналом. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.lukoil.ru/SocialPartnership/HumanResources> (дата обращения: 05.12.2019)

3. Бурко Р. А., Соколкова В. Д. Выбор и обоснование организационной структуры предприятия // Молодой ученый. - 2014. - №7. - С. 313 - 315.

© В.Э. Ваяева, 2019

Варывдина А.В.

магистрант кафедры бухгалтерского учета,
анализа, аудита и налогообложения
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
г. Кемерово,
Российская Федерация

АНАЛИЗ ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА, ПОКАЗАТЕЛЕЙ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ И ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ

Аннотация

Рассмотрены понятия оборотного капитала, рентабельности и деловой активности. Дана краткая характеристика и способы расчета.

Ключевые слова : оборотный капитал, рентабельность и деловая активность

Annotation

The concepts of working capital, profitability and business activity are considered. A brief description and ways of calculating are given.

Keywords: working capital, profitability and business activity

Понятие «Оборотный капитал» введено основоположником экономической теории Адамом Смитом и использовано К Марксом в разработке его политической экономии. Оборотный капитал — выразитель определенных производственных отношений предпринимательской деятельности. В реальной деятельности, понятие «Оборотный капитал» воспринимается как финансовые ресурсы, которые инвестируются в объекты, которые используются фирмой или в период одного операционного цикла, и обеспечивают непрерывность производства [6, с. 282].

Оборотный капитал используется в производственном цикле полностью и полностью переносит свою стоимость на выпускаемую продукцию. Такое активное участие оборотного капитала в процессе находит свое отношение в английском термине « working capital» (рабочий или работающий капитал).

Оборотный капитал формируется из собственных и заемных средств. Без собственного оборотного капитала невозможно говорить о наличии финансовой устойчивости и оперативной самостоятельности предприятия. Но и заёмный капитал в виде банковских кредитов и займов оказывает положительное влияние на развитие предприятия, если привлекается в разумных размерах. лавным критерием эффективности оборотного капитала является оборачиваемость.

Состав этого «рабочего» капитала представлен на рисунке 1



Рисунок 1— Состав оборотного капитала

Для определения эффективности использования оборотного применяют показатели - коэффициент оборачиваемости оборотных средств и время одного оборота. Для определения числа оборотов, осуществляемых оборотными активами за определенный период времени, рассчитывается коэффициент оборачиваемости. Коэффициент оборачиваемости определяется как отношение выручки от реализации к стоимости оборотных активов. А время одного оборота определяется делением количества дней в периоде на коэффициент оборачиваемости. Чем меньше времени на оборот, тем выше эффективность использования оборотных активов. Увеличение эффективности оборотного капитала зависит от рационального использования рабочего времени, рациональной организации производственного процесса; правильного определения объема запасов и денег; отсутствия или наличия дебиторской задолженности. Еще одним показателем эффективности использования оборотного капитала является рентабельность.

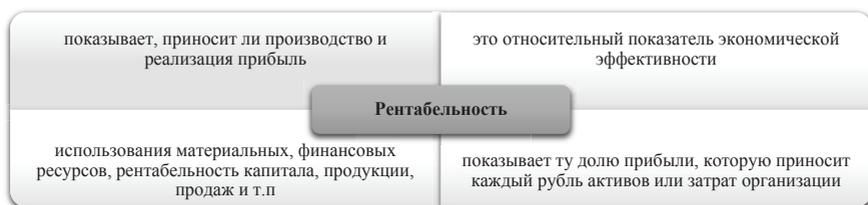


Рисунок 2— Определение рентабельности [5,61]

Рентабельность продукции показывает, приносит ли производство и реализация прибыль. Если производство не приносит прибыли – это нерентабельное производство. Если у предприятия имеется «Отрицательная рентабельность», значит предприятие ведет убыточную деятельность.

Показатели рентабельности и показатели оборачиваемости являются составной частью системы показателей, характеризующей конкурентоспособность предприятия, показывающих его место на отраслевом рынке. Таким комплексным показателем является показатель деловой активности.

Деловая активность предприятия характеризует результаты работы предприятия относительно инвестированных ресурсов в израсходованных в процессе производства. Деловая активность проявляется в скорости оборота его капитала, и кредиторской задолженности, материальных запасов и оборотных средств. Проведение анализа деловой активности необходимо для прогнозирования динамики коэффициентов оборачиваемости оборотных средств.

Деловая активность часто так и называют «оборачиваемость» – это комплексная деятельность, направленная на укрепление и продвижение предприятия на рынок сбыта, по результатам финансовой деятельности, увеличение значимости на рынке труда и т.п.

Алгоритм оценки деловой активности приведен на рисунке 2[3,75].



Рисунок 3— Оценка деловой активности

Все, рассмотренные в этой статье понятия и показатели непосредственно влияют на эффективность деятельности предприятия. Чем быстрее «оборачиваемость», тем эффективнее работа финансовой стороны предприятия:

- скорость оборота повышает продажи, а, следовательно, повышает прибыль;
- скорость оборота понижает условно - постоянные расходы, а, следовательно, повышает рентабельность;
- повышение скорости оборота активов на первых стадиях производства ускоряет оборот на следующих стадиях;
- скорость оборота ускоряет превращение товара в деньги, и наоборот.

Список литературы

1. Айрапетян Д.Д. Состояние и тенденции изменения деловой активности в пищевой промышленности // Интернет - журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 8, №5 (2016) <http://naukovedenie.ru/PDF/30EVN516.pdf>.
2. Ивашковская И.В., Пирогов Н.К. Финансовый анализ качества роста российских компаний // Аудит и финансовый анализ. 2018. № 6.
3. Комплексный экономический анализ предприятия / Под ред. Н.В. Войтоловского, А.П. Калининой - СПб.: Питер, 2015 - 256 с.
4. Селезнева Н.Н., Ионова А.Ф. Финансовый анализ. Управление финансами: Учеб. пособие для вузов. - 2 - е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2016. - 639 с.
5. Финансы предприятий : учебник / под ред. М. В. Романовского. - СПб. : Издат. дом «Бизнес - пресса», 2017. - 528 с.

© Варывдина А.В., 2019

Василевская А.Э.

Барановичский государственный университет,
г. Минск, Республика Беларусь

ВЛИЯНИЕ ИЗМЕНЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ НА СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Аннотация

Прототип программы по анализу спроса и предложения готовой продукции призвана оптимизировать работу по анализу производственной и реализационной деятельности предприятия на основе использования коэффициента эластичности спроса и предложения по цене

Ключевые слова

Спрос, предложение, эластичность, себестоимость, затраты, цена

Организационная структура предприятия состоит из отделов и дополнительных структурных единиц. Каждая организационная единица осуществляет свою деятельность на основе определенного протокола и используя определенные документы и сведения о деятельности предприятия и внешних факторах предпринимательской деятельности. В определенных случаях имеющейся у отдела или подразделения не хватает информации для анализа или составления отчетов о деятельности. Специально для этого в ходе выполнения данной работы был разработан прототип базы данным о себестоимости и цене продукции, анализирующий изменение спроса при изменении состава труда, затрат и налогового законодательства используя для оценки коэффициент эластичности спроса и предложения.

Спрос - цена, которую готов заплатить покупатель за определенный товар или услугу [1, с. 269].

Эластичность – степень реагирования одной переменной величины в ответ на изменение другой, связанной с первой величиной.

Эластичность спроса – это чувствительность величины спроса к изменению цены на товар называется эластичностью спроса.

Коэффициент эластичности – показатель, отражающий процентное изменение одной переменной в результате изменения другой.

К факторам, влияющим на величину спроса, относятся доходы потребителей, размеры рынка, инфляционные ожидания, наличие и цена товаров - аналогов, изменение в предпочтениях потребителей и моде, сезонные колебания.

Предложение товара - совокупность всех товаров для продажи в определенном месте и в определенной время.

Эластичность предложения – чувствительность предложения к изменению цены на товар называется эластичностью предложения.

К факторам предложения относятся цена на товар, цены на ресурсы, технология производства, налоги и дотации, цены на другие товары, ожидания повышения цен сдвигает кривую вправо, число продавцов на рынке.

Рыночное равновесие – ситуация, при которой величина спроса равна величине предложения. Графически рыночное равновесие представляется в виде точки пересечения кривых спроса и предложения.

Закон «спроса - предложения» предполагает поддержание баланса между производством, сбытом, ценой, емкостью рынка и покупательской способностью потребителей. В основе этого баланса находятся цена, стоимость и доходы.

Успешность товара на рынке зависит не только от его свойств и характеристик (дизайн, упаковка, реклама, сервисное обслуживание), условий рынка, потребностей потребителей, но и от цены товара.

Цена товара - это стоимостное выражение ценности товара.

Цена рассчитывается из затрат на изготовление и реализацию продукции, налога на добавленную стоимость и уровня прибыли. В определенных случаях в цену включают дополнительный налог - акциз. Акциз включается в стоимость алкоголя, табачных изделий.

Себестоимость продукции - это совокупная стоимость всех затрат на производство и реализацию продукции.

Калькуляция - документ, в котором отражаются затраты, связанные с производством и реализацией одной единицы продукции.

Основные статьи калькуляции:

1. Статья «Сырье и основные материалы»;
2. Статья «Затраты на топливо и энергию»;
3. Статья «Основная заработная плата производственных рабочих»;
4. Статья «Дополнительная заработная плата»;
5. Статья «Налоги и отчисления»;
6. Статья «Общепроизводственные затраты» (включают в себя заработную плату руководителей и специалистов, затраты на содержание и эксплуатацию оборудования и цеховые затраты);
7. Статья «Общехозяйственные затраты» (включают в себя стоимость материалов для работы вспомогательных служб, заработные платы вспомогательных служб, командировочные расходы и др.);

8. Статья «Коммерческие затраты» (включают в себя затраты на содержание складов готовой продукции, транспортные расходы, затраты на рекламу и маркетинговые исследования и др.).

Основная заработная плата производственных рабочих рассчитывается в соответствии с отработанным временем или количеством изготовленной продукции.

Дополнительная заработная плата - это выплаты, предусмотренные законодательством о труде или коллективными договорами за не проработанное на производстве (неявочное) время рабочих (оплата очередных и дополнительных отпусков, оплата льготных часов подростков, оплата перерывов в работе кормящих матерей, оплата времени, связанного с выполнением государственных и общественных обязанностей), а также выплата вознаграждений за выслугу лет и пр.

К статье отчисления в фонд социальной защиты населения относятся отчисления на выплату пенсии рабочих (34 % от суммы основной и дополнительной заработной платы по Законодательству Республики Беларусь).

К статье страховой взнос по обязательному страхованию от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваниях (0,6 % от суммы основной и дополнительной заработной платы по Законодательству Республики Беларусь).

Цена продукции складывается из себестоимости, прибыли и налога на добавленную стоимость (НДС).

Прибыль - разница между доходами и расходами. Прибыль распределяется на три фонда предприятия: фонд накопления, резервный фонд и фонд потребления.

Налог на добавленную стоимость - косвенный налог, уплачиваемый в государственный бюджет из стоимости товаров и услуг. В Республики Беларусь данный доход составляет 20 % от суммы полной себестоимости и прибыли.

Программа по анализу изменения спроса и предложения составлена в приложении Microsoft Excel. Данные о себестоимости продукции представлены в виде таблиц.

№ п/п	Статья калькуляции	Сумма, руб.
1	Сырье и материалы	13,49р.
2	Возвратные отходы (вычитаются)	0,43р.
3	Комплекующие изделия	22,77р.
4	Сушка шихтоматериалов	3,70р.
5	Электрическая энергия на технологические цели	2,74р.
6	Заработная плата производственных рабочих	8,67р.
6,1	Основная заработная плата	7,71р.
6,2	Дополнительная заработная плата (12,4%)	0,96р.
7	Отчисления на социальные нужды	0,08р.
7,1	Отчисления в ФСЗН (34%)	0,03р.
7,2	Страховые взносы по обязательному страхованию от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний (условно 0,6%)	0,05р.
8	Общепроизводственные расходы (139,6%)	10,76р.
9	Общескопийственные расходы (76,9%)	5,93р.
10	Прочие производные расходы	1,34р.
11	Производственная себестоимость	69,92р.
12	Расходы на реализацию (4,2%)	2,94р.
13	Полная себестоимость	72,85р.
14	Прибыль (плановая норма рентабельности - 25%)	18,21р.
15	Опускная цена за единицу измерения	91,07р.

Рисунок 1 - Себестоимость единицы продукции

В другой таблице указаны данные, необходимые для расчета эластичности спроса. Для удобства расчета вместо чисел в определенных ячейках обеих таблиц вставлены формулы для расчета. При изменении определенных показателей (например, стоимость сырья и материалов) другие показатели будут скорректированы автоматически.

А	В	С	Д	Е	Ф	Г	Н
№ п/п	Товар	Количество продукции за 2018 г.	Цена за 1 единицу в 2018 г.	Количество продукции за 2019 г.	Цена за 1 единицу в 2019 г.	Коэффициент эластичности спроса	Коэффициент эластичности предложения
1	Стеклопакет	1400	96,52р.	1500	91,07р.	1,26	1,19

Рисунок 2 - Расчет эластичности спроса и предложения по цене

Е	Ф	Г	Н
чество	Цена за 1	Коэффициент	Коэффициент
кци	единицу в	эластичности	эластичности
.9 г.	2019 г.	спроса	предложения
1500	91,07р.		1,19
		$=((E2-C2)/C2)/(F2-D2)/D2)$	

Рисунок 3 - Пример формулы для расчета коэффициента эластичности спроса по цене

Таким образом, себестоимость товара является основным фактором изменения спроса на товар, так как влияет на размер прибыли и налога на добавленную стоимость и эластичность спроса.

Список используемой литературы

1. Акулич И.Л. Маркетинг: учебник. Минск: Высшая школа, 2007. 479 с.
 2. Казушук А. А. Основы маркетинга: учебник. Минск: Беларусь, 2011. 246 с.
 3. Полещук И.И., Терешина В.В. Ценообразование. Минск: БГЭУ, 1998. 206 с.
- © Василевская А.Э., 2019

Вытягова А.С.
студентка ФГБОУ ВО «РГЭУ РИНХ»
г. Ростов - на - Дону, РФ

МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЫБОРА ИНОСТРАННОГО ПАРТНЕРА РОССИЙСКИМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

Аннотация

В статье рассматриваются основные методы, позволяющие наиболее точно выбрать иностранного партнера российскими предприятиями. Анализируется их влияние на эффективность внешнеэкономической деятельности компаний. Выявлены факторы,

стимулирующие развитие внешней торговли России, что, в свою очередь, оказывает влияние и на внешнеэкономическую деятельность предприятий.

Ключевые слова

Мировая экономика, глобализация, внешнеэкономическая деятельность предприятия, иностранный партнер, национальные особенности.

В условиях развития рыночной экономики в России, важным аспектом является наращивание не только экономического роста, но и объемов экспортной и импортной торговли. Важным звеном в развитии данных сфер являются национальные предприятия, осуществляющие внешнеэкономическую деятельность.

В данной связи одним из ключевых факторов эффективности внешнеэкономической сделки является правильный выбор иностранного партнера. Рассмотрим основные методы выбора партнера российскими предприятиями.

Необходимо отметить, что для подготовки к переговорам с иностранным партнером выделяют пять основных составляющих данного процесса:

- Формулирование цели переговоров;
- Поиск сильных сторон, подготовка ресурсов;
- Выявление и ранжирование проблем по степени их значимости;
- Определение параметров решения проблем (максимально и минимально приемлемых решений);
- Поиск альтернативных вариантов решения [3].

В ходе данной подготовки следует предположить, какой план и требования будут у потенциального иностранного партнера. Следует «проигрывать» возможные ситуации для более тщательной подготовки к деловой встрече.

Предложим конкретные рекомендации для российских предприятий, принимающих решение о выборе иностранного партнера. Во - первых, при проведении переговоров с иностранным контрагентом нужно «определенно выяснить его мнение о форме сделки и учитывать, что теперь даже устная сделка может быть признана действительной» [4]. Однако в таком случае сторонам заранее следует согласовать позицию по доказательствам заключения внешнеэкономической сделки и подтверждения ее условий.

Во - вторых, определить применимое право в случае исков покупателей, которым иностранным контрагентом были отгружены товары, приобретенные у российского поставщика. В - третьих, «привести в соответствие с новыми положениями ГК РФ о внешнеэкономических сделках локальные акты о договорной работе с иностранными контрагентами и внести соответствующие изменения в программы обучения работников компании» [1]. То есть компания должна уделять достаточно внимания и правовым аспектам совершения внешнеторговой операции после выбора иностранного партнера.

Ярким примером фирмы, которая эффективно устранила окружающие проблемные факторы, является компания «Зайца» [2], которая является производителем и продавцом необычного мороженого. Изучив культурные особенности жителей Китая (создание необычных вкусов, яркая упаковка, анимационный сайт), компания успешно продает свою продукцию на данном рынке.

Важно отметить и роль ассоциативных структур в мировом опыте развития торговли страны. Использование таких структур в экономике РФ позволит активизировать деятельность российских участников внешнеэкономической деятельности. Формирование ассоциативных объединений необходимо для решения целого ряда проблем на федеральном и региональном уровнях: ведение мониторинга за конъюнктурой мировых товарных рынков, обеспечение статистической информацией, информационно - консультационное содействие, подготовка и переподготовка кадров и другое.

Таким образом, при выборе иностранного партнера необходимо задействовать не только ресурсы и подготовку фирмы, но и привлекать государственные органы. В целом, для решения проблемных ошибок рекомендуется наращивать экономическую мощь национального хозяйства, повышать научный, технологический и организационно - управленческий уровень хозяйствующих субъектов и создавать качественное информационное обеспечение участников ВЭД.

Список использованной литературы:

1. Бугорский В. П. Контракт с иностранным партнером по новым правилам // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право», 2016. – С. 95 - 103.
2. Официальный сайт компании «Зайца». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://зайца.рф/ru> (дата обращения: 8.12.2019г.).
3. Стрёмовская А. Л. Некоторые аспекты ведения международных переговоров // Российский внешнеэкономический вестник, 2012. – С. 93 - 98.
4. Стровский Л. Е., Красильников Д. В. Повышение эффективности сотрудничества Российских предприятий с зарубежными партнерами // Journal of new economy, 2006. – С. 208 - 213.

© Выягова А.С., 2019

Gadjieva N.A.

1 master's course directions: "Economics"

Faculty of Economics

Gadjieva S.A.

Ph.D. in Pedagogy, Associate Professor

THE ROLE OF FINANCIAL PERFORMANCE ANALYSIS FOR THE ORGANIZATION

Resume: the article presents the role of analysis of financial results for the organization. The financial result is the final result of the financial and economic activities of the organization, expressed in cash in the form of profit or loss.

Key words: profit, profitability, balance sheet, financial result, sources, provisions.

The transition to a market economy requires enterprises to improve production efficiency, competitiveness of products and services through the introduction of scientific and technological

progress, effective forms of management and production management, overcoming mismanagement, activation of entrepreneurship, initiatives, etc.

It is no secret that the main purpose of the organization is to profit from its activities. The main and main indicator that shows the quality and quantity of products, production costs and production efficiency, as well as the position of labor productivity is profit, which is the final financial result of the enterprise.

In market conditions, each business entity strives for a profit that will ensure the dynamic development of production and allow it to maintain market positions in a competitive environment.

Incentive to profit aim producers of goods to increase the volume of production, reduce costs, production of competitive products. At the same time, the profitability of enterprises stimulates investment in the areas of activity of the greatest increase in value. The relative indicator of profitability is the profitability of the enterprise. Profitability can be seen as the ratio of income to capital invested in creating that income. That is why not a little important component of the financial condition is the financial result.

In turn, the effectiveness of financial, production and investment activities is reflected in the financial results.

In order to talk about the analysis of financial results, it is necessary to understand what the financial result itself is. The financial result is a profit or loss that was received in the reporting period from the sale of products, works or services, or other types of production activities.

The purpose of the analysis of financial results is to assess the effectiveness of financial and economic activities of the organization and ways to improve its profitability.

Horizontal analysis is aimed at studying the growth rate (increase) of indicators, which explains the reasons for changes in their structure, thus, it represents the absolute and relative change in indicators over the period.

Vertical analysis of the statement of financial results is an analysis of the structure of the formation of financial results in comparison with the previous period, it helps to understand what indicators had the most significant impact on net profit.

Trend analysis is possible in the presence of comparable data for several comparable periods, which implies the stability of accounting methods and well - established forms of accounting (financial) statements.

The data of the base month or quarter serves as the starting point of calculation and is taken as 100 % . Changes in the performance of the statement of financial results are calculated for each indicator as a percentage of the base period.

The necessary sources of information for the analysis of financial results directly are: the Tax code of the Russian Federation, Chapter 25, the Regulations on accounting "Income of the organization" 9 / 99, the Regulations on accounting "Expenses of the organization" 10 / 99, "Balance sheet" f. № 1, "profit and loss Statement" f. № 2, cash flow Statement "f. № 3," statement of changes in capital " f. № 4, Appendix to the balance sheet f. № 5, explanatory note to the annual report, etc.

It would be reasonable to say that for the analysis of financial results, the main indicators of the analysis such as: margin profit, gross profit, profit from sales, balance sheet profit, taxable profit, net profit, capitalized profit, consumed and retained earnings are taken into account.

The profitability and financial result as a whole are influenced by various factors such as: the cost of goods, works and services in the market, the structure of goods, the level of expenditure on

the sale of goods, works and services, the rational use of financial and production resources, marketing research and activities, product quality.

In the modern world, a large number of methods of analysis of financial results are used. They can be carried out by various services and management links of the enterprise. The analysis can be conducted on the basis of accounting or economic profit. Each type of analysis and accounting of financial results is closely related to each other. Without the final data of accounting for financial results, it is impossible to conduct any type of analysis.

List of used literature:

1. Federal law "on accounting" dated 06.01.11 № - 402 FZ (as amended 28.11.2018) // Access from the Internet. - legal system "Consultant Plus»
2. Kiryanova, Z. V. Analysis of financial statements: textbook for bachelors / Z. V. Kiryanova, E. I. Sedova. - 2nd ed., ISPR. and additional - M.: yurayt, 2014. – 428 PP.
3. <https://studfiles.net/preview/6353523/page:8/>
4. Shadrina, G. V. Accounting and analysis: textbook and workshop for applied baccalaureate / G. V. Shadrina, L. I. Egorova. - Moscow: Yurayt, 2015. - 429 p.
5. Savitskaya G. V. Methods of complex analysis of economic activity. 5th ed., pererab. and additional M.: INFRA - M, 2009. 408 PP.

© Gadjeva N.A., Gadjeva S.A. 2019

Горскова М.К.

студент группы БАМЗ - 31

Ульяновский государственный технический университет

Мансурова Г.И.

к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

Ульяновский государственный технический университет

г. Ульяновск, Российская Федерация

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И АУДИТ ПРИБЫЛИ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация

На данный момент устойчивость предприятия на рынке зависит от его финансовой составляющей. Устойчивость достигается путем повышения эффективности производства, снижением необоснованных затрат, увеличением прибыли. Прибыль и служит критерием эффективности деятельности предприятия и основным источником формирования его финансовых результатов. В данной статье раскрыта актуальность данной темы.

Ключевые слова

Прибыль, финансовое состояние, аудит, бухгалтерский учет, чистый доход.

В конце года на каждом предприятии определяют финансовое состояние, прибыль в ходе его деятельности или же убыток. Для отражения прибыли применяются показатели, которые характеризуют конечную экономическую результативность производства, степень

окупаемости затрат. Это такие показатели, как валовая прибыль, чистый доход. Основным показателем финансово - хозяйственной деятельности организации будет финансовый результат, который понимается под приростом (уменьшением) стоимости собственного капитала предприятия за отчетный период.

Увеличение прибыли напрямую зависит от расходов. Во избежание расходов сверх нормы, которые устанавливаются законодательством, необходимо вести непрерывный контроль. Также необходимо не допускать уменьшения налогооблагаемой базы, для уклонения от конфликтов с налоговой инспекцией. Для исключения всех факторов, оказывающих на прибыль негативное влияние, необходимо контролировать работников, которые занимают должности руководителей, так как могут происходить какие - либо хищения, злоупотребления полномочий и т.д [5, с. 213].

Анализировать всю деятельность предприятия необходимо на протяжении всего процесса хозяйственной деятельности, а не только в конце отчетного периода. Все это необходимо для предотвращения отрицательных результатов, негативных явлений в процессе, а также для увеличения части доходов и рентабельности.

Чтобы увеличить прибыль организации, необходимы результаты всех операций, которые за отчетный период было сформированы по определенным категориям доходов и расходов.

Проведение аудита также является неотъемлемой составляющей ведения бизнеса. Целью аудита прибыли является установление правильности формирования и раскрытия в бухгалтерской отчетности финансовых результатов деятельности аудируемого лица.

Предназначением аудита является контроль ведения учета в соответствии с предусмотренными правилами и нормами, выявление ошибок, их устранение и осуществление ознакомления норм с лицами, отвечающими за качество работы того или иного участка.

Для осуществления эффективной работы любого предприятия необходима качественная и точная, а самое главное, своевременная информация, представленную как фактор производства. В ней нуждаются все участники хозяйственного процесса, но каждый использует какой - то определенный элемент, необходимой для своих конкретных целей.

Объектом аудита прибыли выступает вся финансово - хозяйственная работа организации или предприятия. Существует внешний и внутренний аудит. Внешний не несет ответственности перед контролируемой организацией, а несет перед потребителями, которым в последующем представит достоверную информацию о финансовом состоянии предприятия.

Внутренний аудит, чаще всего, проводится по инициативе самого собственника предприятия. При этом финансовый контроль выступает здесь как специфическая отрасль контроля как такового. Его обязательность объективно вытекает из самой природы финансов, которая предполагает наличие контрольной функции. Финансовый контроль, в том числе и в форме аудита, проводится в порядке, установленном законом и специальными органами, уполномоченными на это. Как уже упоминалось, целью проводимого аудита является установление достоверной учетной информации в организации, а также выявление соответствия нормативным актам государства, который регулирует деятельность в определенной области. Отсюда следует, что ключевым предметом аудита и есть информация, которая имеет отношение к прибыли организации [2, с. 134].

Для компаний, которые планируют свою дальнейшую деятельность с наиболее положительными результатами, важным является то, что привлечение аудиторов для проверки собственной отчетности, поможет избежать им налоговых рисков, или же сделать их минимальными, а также предотвратить нежелательные финансовые результаты при налоговых проверках или каких-либо сделок.

Для понятия руководителем реальности финансовых показателей, которые отражены в отчетности, и проводится аудит. Независимое мнение аудитора предоставляет полную картину.

Основным источником финансовых ресурсов предприятия является прибыль. Она подразумевает финансовые результаты деятельности компании, мотивирует развитие организации.

Аудиторские доказательства – это информация, полученная аудитором при проведении проверки, и результата анализа указанной информации, на которых основывается мнение аудитора.

Необходимость предприятия в подтверждении информации о результатах деятельности компании и соблюдении ей законодательства является основной в принятии конкретных решений в области экономики.

Список использованной литературы:

1. Бухгалтерский учет: Учебник / Под ред. С. Р. Богомолец; 2 - е изд., перераб. и доп. - М.: Маркет ДС, 2017 г. - 428 с.
2. Аудит. Практикум / Под ред. В. И. Подольского - М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2018.
3. Санникова, М. О. Основы аудита: учебник для студентов высших учебных заведений / М. О. Санникова. — Саратов, Буква: 2018 г. — 301 с.
4. Чернышева, Ю. Г. Анализ финансово - хозяйственной деятельности / Ю. Г. Чернышева. – Ростов - на - Дону :«Феникс», 2017 г. – 284 с.
5. Швецкая, В. М. Бухгалтерский учет: учебник для вузов / В. М. Швецкая, Н. А. Головкин, 2014 г. – 392 с.

© М.К. Горскова, Г.И. Мансурова, 2019

Горшков Д.С.,
магистрант 3 курса
Филиал РГСУ в г. Минске,
г. Минск, Республика Беларусь

ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА

Аннотация

В статье характеризуется инновационный продукт как особый товар, требующий отличного подхода к продвижению. Рассматриваются стратегические действия в зависимости от этапов жизненного цикла нового продукта. Анализируются типы продвижения инновационных продуктов на рынок.

Ключевые слова

Инновация, инновационный продукт, стратегия, продвижение, жизненный цикл продукта.

Сегодня инновационный продукт Российской Федерации чрезвычайно конкурентоспособен на мировой арене. В большей степени эта ситуация возникла в связи с огромным непониманием и отказом от инноваций со стороны внутренних потенциальных потребителей. Продвижение инновационного продукта требует абсолютно нового подхода и всей политики продвижения.

Многие отечественные и зарубежные специалисты рассматривают продвижение любого товара, как набор каких-то функций, а не как комплексный процесс, в котором все связи зависят друг от друга [1]. Каждый инновационный продукт обладает одинаковыми специфическими свойствами, такими как уникальность, персонификация продукта, возможность увеличения дохода, низкая степень материальности, новизна продукта. В большинстве случаев конкурентоспособность данного продукта зависит от его цены и продвижения; правильная стратегия очень важна.

Весь пул инновационных продуктов можно разделить на две группы: продукты в разработке и готовые продукты потребления. Отличительной особенностью товара на стадии разработки является его низкая материальная или материальная значимость, что значительно затрудняет его выход на рынок.

Весь жизненный цикл инновационного продукта можно разделить на три больших этапа, для каждого из которых вам необходимо продумать стратегию, тестовые проверки и корректировки продукта. Такая стратегия необходима для вывода любого продукта на рынок, но она необходима для инновационных продуктов, потому что ее риски намного выше. Первый этап жизненного цикла - этап предварительного проектирования, является начальным и требует специалистов, занимающихся продвижением первоначальной проверки перспектив нового продукта.

Учитывая провал товара на данном этапе, возникает вопрос о целесообразности производства в целом. После успешного первого бизнес-теста аудитории на восприимчивость и интерес к новому продукту, следующий этап изготовления прототипа, базового образца продукта, с помощью которого также необходимо протестировать рынок на предмет отношения к этому продукту, начинается. Наконец, наступает третий этап жизненного цикла инновационного продукта, когда продукт полностью готов к продаже и наступает самое сложное для специалистов по продвижению.

В этой ситуации необходимо очень грамотно оценить готовность потребителя и сбытовой сети приобрести получившийся новый продукт. Основным этапом перехода товаров от идеи к коммерциализации является поиск возможных рыночных зон, который во многом определяется как исследование потенциального рынка.

Сегодня инновации многих малых и средних предприятий в стране остаются незамеченными и не влияют ни на развитие предприятия, ни на рост российской экономики в целом. Во многих отношениях невидимость многих инноваций делает их невыгодными для создания, потому что большинство инноваций остаются нереализованными.

Сегодня многие специалисты выделяют два типа продвижения инновационного продукта на рынок, вертикальный и горизонтальный [2].

Вертикальный метод заключается в производстве инновации сугубо в пределах одной организации, производя и передавая товар из отдела в отдел. Таким образом, инновация всегда остается на территории той организации, которая ее создает. Однако такой метод возможен, только при условии, что компания действительно очень большая и замкнутая, либо направлена на производство именно таких небольших инноваций, которые не отличаются сильным составом.

Горизонтальный метод в этом случае более удобен, потому что это своего рода партнерство между компаниями. Одна компания является производителем, другая является потребителем. В результате этого сотрудничества осуществляется передача технологии, которая может пониматься как передача патента на изобретение, ноу - хау, техническую документацию, техническую помощь, лизинг, франшизу и т. д.

Таким образом, горизонтальный метод является более перспективным, так как продвижение конечного продукта осуществляется рядом хорошо подготовленных специалистов, которые рассчитали все риски и уверены в созданной концепции продвижения. Соединение воедино, всех выше перечисленных методов поможет инновационному товару не просто реализоваться, но стать заметным и интересным всему миру.

Список использованной литературы

1. Вывод нового товара на рынок: Особенности продвижения новинок ассортимента [Электронный ресурс] / URL: <https://1btl.ru/vyvod-novogo-tovara-na-rynok.html> - Дата доступа: 27.09.2019.
2. Зыкова М.Е. Маркетинговые инструменты, используемые при выведении нового товара на рынок // Альманах «Научные записки Орёл ГИЭТ». - №1(1). - 2010. – С.348 - 353
© Горшков Д.С., 2019

Гришина С.А.

канд. техн. наук, доцент ТГПУ им. Л.Н.Толстого,
г. Тула, РФ

Савина И.В.

ст. преп. ТГПУ им. Л.Н.Толстого,
г. Тула, РФ

Быкова М.В.

ст. преп. ТГПУ им. Л.Н.Толстого,
г. Тула, РФ

К ВОПРОСУ АНАЛИЗА ФАКТОРОВ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы совершенствования системы нормирования труда на предприятии в числе факторов, способствующих повышению эффективности функционирования предприятия и повышения производительности.

Ключевые слова:

Производительность труда, бережливое производство, система нормирования труда.

В настоящее время одной из ключевых задач российской экономики является задача повышения производительности труда на предприятиях несырьевого сектора экономики.

Проблема снижения темпов роста производительности обострилась после кризиса – если в нулевых годах производительность росла в среднем на 5,9 % в год, то средний рост в 2010 - 2017 годах составил всего 1,4 % . 1,4 % начала уменьшаться (в 2017 году на 7,29 % , в 2018 – на 6,8 % , что является самым высоким темпом за последние 10 лет и вселяет надежду) Всего за 2017 и 2018 год производительность труда в РФ показала рост 14,6 % . По данным Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), Россия уступает всем странам этой организации за исключением Мексики [1].

С 2017 года в рамках Национального проекта «Повышение производительности труда и поддержки занятости» осуществляется поддержка предприятий по ряду направлений, способствующих повышению производительности и эффективности работы, включающих оптимизацию производственных и офисных процессов, управление проектом и изменениями, формирование культуры постоянных улучшений и ряд других. При этом упор делается именно на операционные улучшения, обучение сотрудников предприятий методам повышения производительности труда с использованием инструментов бережливого производства (Lean production) по всей производственной цепочке создания стоимости. Отметим, что речь идет именно о комплексе мер, и в этой связи следует отметить учет такого фактора как совершенствование системы нормирования труда на предприятии. Нормирование труда позволяет значительно снизить издержки производства и повысить производительность труда, не теряя при этом в качестве продукции.

Почему нормирование труда является одним из ведущих факторов повышения эффективности деятельности предприятия и, как следствие, ведет к сокращению производственных издержек? Ответ на этот вопрос лежит на поверхности. При наличии квалифицированного персонала в области нормирования труда, проводя грамотную экономическую политику, возможно разработать нормы производства, которые существенно повысят эффективность производства. Иными словами, производитель получает больше за те же деньги.

Разработав и внедрив современную систему нормирования труда на производстве, основанную на кропотливых математических расчетах, имеющую под собой научное обоснование, учитывающую психофизиологические и социальные факторы, удалив все препоны на пути к повышению эффективности труда, используя современную технологию и орудия производства, создав комфортные условия для персонала, производитель с лихвой окупит все вложенные средства.

После выполнения необходимой модернизации и внедрения новых норм, производитель получает рост производительности труда, повышение объемов производства, а издержки остаются на том же уровне. Это дает ему конкурентное преимущество, что может и должно отразиться на цене производимого товара.

Задача по совершенствованию системы организации и нормирования труда лежит на руководстве предприятий, так как они заинтересованы в рациональном использовании рабочей силы и трудового времени. В то же время, не стоит забывать о персонале, который заинтересован в объективной оценке своего труда. Здесь просматривается обоюдный

интерес. И будущее именно за тем, кто сможет разработать и внедрить систему нормирования труда, которая позволит сократить издержки производства путем повышения эффективности производства и уменьшения затрат труда и времени.

Проведение грамотной политики в области нормирования труда позволяет добиться максимального эффекта при минимальных затратах труда и рабочего времени. а также наглядно продемонстрировать, что нормирование труда – это действенный инструмент воздействия, нацеленный на повышение эффективности и, как следствие, производства.

В связи с вышеизложенным, в рамках внедрения системы мер по повышению эффективности и производительности, перед предприятием встает проблема создания и внедрения качественной системы нормирования труда. Причем данная система должна отражать особенности функционирования организации, а также отрасли, в которой происходит ее хозяйственная деятельность.

Список использованной литературы

1. Level of GDP per capita and productivity [Электронный ресурс] // OESD.Stat [сайт]. [2019]. URL:[http:// stats.oecd.org / index.aspx?DatasetCode=PDB _ LV](http://stats.oecd.org/index.aspx?DatasetCode=PDB_LV) (дата обращения: 28.09.2019).

2. Гришина С.А. Проблема и некоторые факторы повышения производительности труда в РФ. В сборнике: Содействие трудоустройству и адаптации к рынку труда студентов и выпускников организаций профессионального образования Тульской области сборник материалов VI Региональной научно - практической конференции с международным участием. 2019. С. 132 - 137. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: [http:// rcst.tsu.tula.ru / students / metod /](http://rcst.tsu.tula.ru/students/metod/) (дата обращения: 25.12.2019).

© С.А. Гришина, И.В. Савина, М.В. Быкова, 2019

Дегтярёв Д.Д.

студент 2 курса БарГУ,

г. Барановичи, Республика Беларусь

Научный руководитель: **Гриц Е.Н.**

магистр экономических наук

преподаватель БарГУ,

г. Барановичи, Республика Беларусь

ЗНАЧЕНИЕ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УЛУЧШЕНИИ СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОЛОЖЕНИЯ ОТСТАЮЩИХ РЕГИОНОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Аннотация

В данной статье рассмотрены проблемы развития социально - экономического развития отстающих регионов Республики Беларусь. В результате проведенного исследования определен ряд актуальных проблем. Целью данной работы является поиск путей развития малого предпринимательства в депрессивных регионах.

Ключевые слова

Малое предпринимательство, отстающий регион.

Малое предпринимательство является важнейшей составляющей рыночной экономики и играет важную роль в социальной стабилизации, создании новых рабочих мест, ускорении экономического роста за счет реструктуризации экономики и перераспределения трудовых ресурсов.

В процессе исследования установлено, что 31 район из 128 административно - территориальных единиц Республики Беларусь определены отстающими по уровню социально - экономического развития. Это соответствует 24,2 % от общего количества, в том числе в Брестской области – 3 из 19 административно - территориальных единиц (15,8 %), в Витебской – 7 из 23 (30,4 %), в Гомельской – 8 из 22 (36,4 %), в Гродненской – 3 из 18 (16,7 %), Минской – 3 из 22 (13,6 %), в Могилевской – 7 из 23 (30,4 %).[1]

Основным документом в решении вышеуказанной проблемы является Декрет Президента Республики Беларусь № 6 «О стимулировании предпринимательской деятельности на территории средних, малых городских поселений, сельской местности», который направлен на всемерное содействие развитию предпринимательской деятельности вне крупных городов республики, обеспечивая рост благосостояния населения на основе повышения уровня развития, эффективности и конкурентоспособности экономики регионов за счет распределения производственных сил. Этот декрет включает в себя ряд существенных налоговых и не налоговых льгот для индивидуальных предпринимателей, зарегистрированных на территории средних, малых городских поселений и сельской местности и осуществляющих там свою производственную деятельность. Мы согласны с решением об облегчении содержания бизнеса в данных регионах, это позволяет предприятиям вкладывать больше в развитие своего бизнеса и увеличивать производство. [2]

Еще одним выходом из ситуации возможно при реализации мероприятий Постановления Совета Министров от 9 октября 2019 года №649 «Об утверждении плана развития отдельных регионов, отстающих по уровню социально - экономического развития», направленный на развитие отстающих в развитии регионов за счет создания новых предприятий и производств, модернизации действующих предприятий, а также формирования необходимой производственной и социальной инфраструктуры. Это позволит обеспечить сокращение разрыва между регионами в уровне и качестве жизни населения. [1]

В настоящее время существует ряд проблем, ограничивающих рост потенциала отстающих регионов. Одна из основных проблем – стареющее население. В тоже время есть пути вовлечение пожилых людей в экономическую деятельность, например, через экотуризм. Еще одной, даже более важной проблемой развития депрессивных регионов, является нехватка квалифицированного персонала. Действительно, из - за низких зарплат молодое население уходит с этих регионов в областные центры или вовсе уезжает на заработки за границу в соседние страны. Эта проблема более свойственна для сельскохозяйственных районов, где сельскохозяйственные предприятия убыточны, а промышленные предприятия вовсе отсутствуют. Наиболее правильными решениями в данной ситуации можно выделить; внедрение в сельское хозяйство передовых технологий,

тем самым повысить производительность, что увеличит заработную плату и привлечет молодых специалистов.

Так же экономическое развитие депрессивных районов останавливает недостаток транспортной, инженерной, социальной инфраструктуры. Важным вопросом в развитии депрессивных регионов является привлечение инвесторов, в том числе и иностранных. Для решения этого вопроса необходимо развитие маркетинг территорий, организовывать работу бизнес - центров, чтобы информация была доступна и иностранным инвесторам.

Таким образом, решения выявленных проблем могут привести к уменьшению социально - экономического разрыва между регионами. Государству необходимо стимулировать развитие малого предпринимательства в отстающих регионах, так как они тормозят и рост экономики страны в целом.

Список используемой литературы:

1. Об утверждении плана развития отдельных регионов, отстающих по уровню социально - экономического развития: [Электронный ресурс] Постановление Совета Министров Республики Беларусь 9 октября 2019 г. № 689 // Национальный правовой Интернет - портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=12551&p0=C21900689&p1=1>. – Дата доступа: 21.12.2019.

2. О стимулировании предпринимательской деятельности на территории средних, малых городских поселений, сельской местности [Электронный ресурс]: Декрет Президента Республики Беларусь, 7 мая 2012г., №6 // Национальный Интернет - портал Президента Республики Беларусь. – Режим доступа: http://president.gov.by/ru/official_documents_ru/view/dekret-6-ot-7-maja-2012-g-1494/. – Дата доступа: 21.12.2019.

© Дегтярёв Д.Д., 2019

Дракина В.В.

Магистрант, 1 курс

ФГОУ ВО «Вологодский государственный университет»

ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация: Дебиторская задолженность представляет собой имущественные требования организации к физическим и юридическим лицам, которые имеют задолженность перед ней. Дебиторская задолженность является следствием существующей в современности системы денежных отношений между организациями. При данной системе всегда существует отсрочка времени платежа с момента перехода прав собственности на товар (услугу). В современных условиях дефицита денежных средств, несовершенства законодательной базы в части востребования задолженности, проблема эффективного управления дебиторской задолженностью является особенно актуальной.

Ключевые слова: дебиторская задолженность, кредитование, организация, поставщики, покупатели, политика управления, подходы, коэффициенты, система.

Дебиторская задолженность – это задолженность покупателей, заказчиков, заемщиков, подотчетных лиц и т.д., которую организация планирует получить в течение определенного договором периода времени.

Поскольку дебиторская задолженность представляет собой обездвиживание собственных оборотных средств, то есть в целом она не выгодна организации, то, следовательно, политика управления дебиторской задолженностью должна быть направлена на максимально возможное ее сокращение.

Разрабатывая политику кредитования покупателей своей продукции, организации должна определиться по следующим ключевым моментам (рисунок 1) [2]:

Срок предоставления кредита

- в организациях существует несколько типовых договоров с предельным сроком оплаты продукции

Стандарты кредитоспособности

- критерии, по которым поставщик определяет финансовую состоятельность покупателя

Система резервов по сомнительным долгам

- поскольку существует риск неполучения платежа

Система предоставляемых скидок

- при оплате раньше срока уплаты предоставляется скидка, при оплате в срок скидка не предоставляется, при оплате позднее срока назначаются штрафы

Рисунок 1 – Ключевые стороны политики кредитования

Формирование политики управления дебиторской задолженностью организации осуществляется по следующим основным этапам (таблица 1) [2]:

Таблица 1 – Этапы формирования политики управления дебиторской задолженностью

Название	Характеристика
Анализ ДЗ организации в предшествующем периоде	Оценка уровня и состава дебиторской задолженности организации, а также эффективности финансовых средств, инвестированных в нее
Формирование принципов кредитной политики по отношению к покупателям продукции	Решаются два основных вопроса: в каких формах осуществлять реализацию продукции в кредит; какой тип кредитной политики следует избрать организации
Формирование стандартов оценки покупателей и дифференциация условий предоставления кредита	В основе установления стандартов оценки покупателей лежит их кредитоспособность

Формирование процедуры инкассации дебиторской задолженности	Должны быть предусмотрена сроки и формы предварительного и последующего напоминаний покупателям о дате платежей, возможности и условия пролонгирования (продления) долга по предоставленному кредиту, условия возбуждения дела о банкротстве несостоятельных дебиторов
Обеспечение использования в организации современных форм рефинансирования дебиторской задолженности	Ускоренный перевод в другие формы оборотных активов организации: денежные средства и высоколиквидные краткосрочные ценные бумаги. Основные формы: факторинг, форфейтинг, учет векселей

Также рассмотрим коэффициенты, характеризующие дебиторскую задолженность предприятия (таблица 2) [1]. С помощью них можно проанализировать политику управления дебиторской задолженностью предприятия, сделать соответствующие выводы и определить направления совершенствования данной политики.

Таблица 2 – Коэффициенты характеризующие дебиторскую задолженность

Показатель	Формула	Характеристика
Коэффициент средней ДЗ	$K_{ср.дз} = \frac{ДЗ_{нач.года} + ДЗ_{кон.года}}{2}$	Отражает сумму задолженности за определенный период
Коэффициент оборачиваемости ДЗ	$K_{одз} = \frac{\text{Выручка от реализации}}{\text{Ср. величина ДЗ}}$	Ускорение оборачиваемости ДЗ способствует высвобождению части оборотных активов и создает возможность их использования в иных целях. Замедление – влечет за собой увеличение заемных источников финансирования
Коэффициент погашаемости ДЗ	$K_{п} = \frac{\text{Ср. величина ДЗ}}{\text{Выручка от реализации}}$	Показывает среднее число дней, требуемое для взыскания задолженности
Коэффициент просроченности ДЗ	$K_{пдз} = \frac{\text{Сумма просроченной ДЗ}}{\text{Общая сумма ДЗ}}$	Чем ниже значение коэффициента, тем лучше для финансового состояния организации
Коэффициент отвлечения оборотных активов в ДЗ	$K_{оадз} = \frac{\text{Сумма ДЗ}}{\text{Сумма оборотных активов}}$	Чем выше значение показателя, тем менее мобильной является структура имущества организации

Таким образом, существующие методы оценки дебиторской задолженности позволяют оценить «качество» дебиторской задолженности. Качественное состояние дебиторской задолженности характеризует вероятность ее получения в полной сумме. Показателем этой вероятности является срок образования задолженности, а также удельный вес просроченной задолженности. Эти факторы определяют необходимость регулярного проведения анализа состава дебиторской задолженности для эффективного ведения хозяйственной деятельности предприятия.

Список использованной литературы

1. Брунгильд, С. Управление дебиторской задолженностью: учебник / С. Брунгильд. – Москва: Litris, 2013. – 591 с.
2. Ковалев, В.В. Финансовая отчетность и ее анализ: учебное пособие / В.В. Ковалев. – Москва: ТК Велби, Проспект, 2011. – 347 с.

© Дракина В.В., 2019

Дудзинский А.С.

магистрант кафедры региональной и отраслевой экономики
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
г. Кемерово, Российская Федерация

БЕРЕЖЛИВОЕ ПРОИЗВОДСТВО

Ключевые слова: БЕРЕЖЛИВОЕ ПРОИЗВОДСТВО, ПРИНЦИПЫ, МЕТОДЫ, ИНСТРУМЕНТАРИЙ, LEAN MANAGEMENT, RULES, METHODS, INSTRUMENTS

Аннотация: В данной научной статье изучены теоретические аспекты организации бережливого производства. Определены основные методы бережливого производства и их инструментарий с целью поиска возможностей повышения эффективности деятельности организаций в функциональных аспектах и увеличения конкурентоспособности предприятия в целом.

В современных непростых экономических условиях оптимизации и сокращения расходов на всех уровнях производства товаров и услуг внедрения концепции бережливого производства становится особенно актуально. Поддержание устойчивости производства и совершенствование технологических процессов, стабильная эффективность сбыта произведенных товаров с учетом перенасыщенности товарного рынка и быстро растущей конкуренции являются ключевыми элементами функционирования организации в любой отрасли промышленности

Бережливое производство (lean production) – эффективный подход к менеджменту и управлению качеством, поэтапно увеличивающий конкурентоспособность не привлекая дополнительные вложения. Данный подход зародился в Японии, а в России нашел применение в сфере машиностроения и других промышленных областях.

Суть бережливого производства можно кратко охарактеризовать в форме пяти последовательных принципов.



Рисунок 1 – Этапы применения принципов бережливости[2]

Максимально эффективную выгоду от введения бережливого производства можно получить, если четко понимать данные принципы и использовать их только в комплексе, обеспечивая таким образом единство направления.

Методическое обеспечение постоянного целенаправленного совершенствования производственной системы и организации в целом сопровождается применением инструментария бережливого производства. Рассмотрим основные инструменты, взятые из разных источников экономической литературы в таблице 1.

Таблица 1 – Классификация методов бережливого управления производством[1]

Название метода	Описание
3 MU	<ul style="list-style-type: none"> • Контрольная совокупность изменений: • - потери; • - напряженность работы (перезагруженность); • - отклонение от нормы.
5S	<p>Пять шагов к эффективной организации рабочего пространства.</p> <ul style="list-style-type: none"> - избавиться от лишнего (инструментов, оборудования, отчетности); - приводи в порядок свои вещи; - всегда наводи порядок, содержи рабочее место в чистоте; - преобразуй себя (будь аккуратным и опрятным); - не забывай про дисциплину. <p>Совокупность элементов 5S предполагает уменьшение числа производственных погрешностей, снижение риска текстовых ошибок в отчетной документации, обеспечение эргономичности условий труда.</p>

TPM	Всеобщее обслуживание рабочего процесса. Мероприятия, направленные на сокращение простоев оборудования и возможность осуществления оперативного ремонта всеми сотрудниками.
ЛПТ (Точно вовремя)	Производство и доставка изделий осуществляется точно в указанное время и строго в заявленном количестве.
Канбан	Имеет несколько трактовок: - система инструментов, с помощью которых контролируется и распределяется распределение изделий; - метод применения карточек призван оповещать фирмы, поставляющие материалы, о потребности в получении заданных конструкций или начале их изготовления. Такая же карточка может применяться для оповещения о начале работы специалистов на производстве; - система внутри производства, направленная сокращение производственного цикла[3]
Пока - yoke	Автономизация производства. Невозможность образования дефектов
TQM (CWQC)	Система контроля качества на всех уровнях производства, осуществляемая персоналом
Hoshin Kanri (Хосин Канри)	Коллективный обмен знаниями для решения конкретных проблем производства. В последствии разработка стратегии борьбы с критичными проблемами фирмы на уровне руководства
Кайдзен костинг	Участие всех специалистов компании в области обеспечения требуемого уровня себестоимости и поиск возможностей снижения затрат до установленного целевого уровня в процессе производства.
VSM	Составление карты потока в области ценностей создающегося продукта. Включает: отображение затратной части, может иметь классификацию шагов потока с указанием добавления или снижения итоговой цены для потребителя.

Говоря о содержании и структурных подразделениях изученных нами инструментов необходимо помнить о постоянном развитии экономики в сфере инновационных разработок. Поэтому методическое сопровождение бережливого производства способно стремительно видоизменяться, инструментарий подвержен непредсказуемой интеграции подходов в управлении современным производством.

На современном этапе сокращения производственных мощностей на территории РФ и нехватка финансовых средств в промышленной области актуализирует применение методов бережливого производства. Рассмотренные нами методики нашли различное применение в подразделениях производственных систем ведущих отраслей промышленности. Компании, развитие которых происходит на мировом уровне, эффективно применяют и модернизируют классические методы, что помогает им сохранять лидирующие позиции в нарастающей конкурентной борьбе. Совершенствование системы управления организацией на всех уровнях в крупных компаниях всегда актуально и важно[4].

Список литературы

1. Васильев В.Л. Бережливое производство как метод повышения экономической безопасности предприятий и организаций / В.Л.Васильев, С.А.Седов, О.Н. Устюжина // Вестник евразийской науки. – 2015. – Том 7, № 5. – С. 21 - 30.
2. Вумек Дж. Бережливое производство: Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании / Дж. Вумек, Д. Джонс. – М.: Альпина Паблишер, 2014. - 472 с.
3. Канбан и «точно вовремя» на Toyota: Менеджмент начинается на рабочем месте [Электронный ресурс] / Пер. с англ. - 2 - е изд. - М.: АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2014. - 214 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/519520>
4. Сулейманов Р.З. Бережливое производство как инновационная форма управления предприятием / Р.З. Сулейманов, А.И.Шинкевич // Вестник Казанского технологического университета. – 2014. –Том 20, №17. – С. 243 - 244.

© Дудзинский А.С., 2019

Ермак Р.Г.

студент 2 курса БарГУ

г. Барановичи, Республика Беларусь

Жук Е.В.

студент 2 курса БарГУ

г. Барановичи, Республика Беларусь

Гриц Е.Н.

магистр экономических наук,

преподаватель БарГУ

г. Барановичи, Республика Беларусь

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ФРАНЧАЙЗИНГА КАК ВИДА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Аннотация

Актуальность темы заключается в том, что при переходе к рыночным отношениям всё большее внимание уделяется развитию и функционированию предпринимательской деятельности в экономике, в т. ч. такой её формы как франчайзинг. Так франчайзинг является перспективным, современным и актуальным направлением, имеющим ряд преимуществ перед бизнесом «с нуля». Тем не менее, реализация данного вида деятельности в Республике Беларусь сопровождается рядом проблем и барьеров.

Ключевые слова

Франчайзинг, франшиза, предпринимательская деятельность.

Франчайзинг – одна из эффективных форм ведения бизнеса. Согласно Гражданскому кодексу Республики Беларусь, по договору комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга) одна сторона (правообладатель)

обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение на определенный в договоре франчайзинга срок либо без указания срока лицензионный комплекс, включающий право использования фирменного наименования правообладателя, других объектов интеллектуальной собственности, предусмотренных договором франчайзинга, а также нераскрытой информации в предпринимательской деятельности пользователя [1]. Таким образом франчайзинг представляет собой современную модель ведения бизнеса, способствующую повышению деловой активности в стране и формированию конкурентоспособного рынка.

В Республике Беларусь франчайзинг является наиболее перспективной и эффективной формой малого предпринимательства. Так в стране наблюдается постоянный рост спроса на франшизы. В настоящее время большинство франчайзинговых договоров в Республике Беларусь связано со сферой розничной торговли, общепита и услуг, т. е. с известными крупными международными брендами и легко адаптируемыми отечественными франшизами низкого ценового сегмента.

В то же время остаётся достаточно большое количество областей, в которых нет франшиз. Это означает дефицит франчайзинга в стране. Такая положение связано с некоторыми проблемами и барьерами развития франчайзинга, такими как неразвитость правовых отношений, отсутствие развитого среднего финансового класса населения, крупных тематических мероприятий и т.д.

Термин «франчайзинг» является относительно новым, поскольку был введен в договорные отношения Гражданским кодексом Республики Беларусь только в начале 2000 - х гг. Так вытекает одна из проблем развития данной формы предпринимательской деятельности – неразвитость правовых отношений, что влечёт за собой отсутствие четкого понимания правовых основ и особенностей ведения бизнеса по данной модели. Появляются сложности с заключением и регистрацией договоров, путаницы в документах. [3]

Наравне с правовым барьером развития франчайзинга существует проблема, связанная с дефицитом компетентных специалистов, которые помогают в организации и ведении такого рода бизнеса, решении возникающих проблем, помогают непосредственно с выбором франшизы и соответствующей стратегии развития.

Крупные тематические мероприятия и выставки – важнейший источник информации о франшизах местных и международных компаний, поэтому недостаточное их количество препятствует развитию франчайзинга. Значимость таких мероприятий также заключается в том, что в их рамках часто проводятся семинары, тренинги, мастер - классы и лекции, повышающие профессиональные навыки как начинающих бизнесменов, так и уже имеющих опыт в этой сфере. [2]

Таким образом, франчайзинг как форма предпринимательской деятельности в Беларуси находится на стадии развития и становления. Его дальнейшее развитие и преодоление барьеров будет способствовать развитию такого рода бизнеса как вида деятельности, росту доходов населения в целом. По итогам будет создан импульс для модернизации существующих методов ведения бизнеса, что обеспечит в дальнейшем приближение уровня и качества продукции и услуг к международным.

Список использованной литературы:

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь 7 декабря 1998 г. № 218 - 3 [Электронный ресурс] / Национальный правовой Интернет - портал Республики Беларусь. – Дата доступа: 24.12.2019.

2. Почему в Беларуси так мало крупных франшиз [Электронный ресурс]. - 2018. - Режим доступа: <https://slovodelu.by/expert-opinion/pochemu-v-belarusi-tak-malo-kрупnykh-franshiz/> . - Дата доступа: 24.12.2019.

3. Проблемы развития франчайзинга в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. - 2016. - Режим доступа: http://www.elib.bsu.by/bitstream/123456789/165811/1/danilskaya_sbornik17.pdf. - Дата доступа: 24.12.2019.

© Ермак Р. Г., Жук Е. В., Гриц Е.Н., 2019

Ершов А. Л.,

магистрант 2 курса,

Санкт - Петербургский государственный
экономический университет,

г. Санкт - Петербург, Российская Федерация

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация

В данной статье рассматривается формирование приоритетных направлений государственной промышленной политики, основных отраслей производства Российской Федерации (РФ) в условиях современного развития экономики страны.

Ключевые слова

промышленность, промышленная политика, приоритеты, государство, развитие базовых отраслей промышленности.

В настоящее время межгосударственная социально - экономическая конкуренция на мировых рынках становится все более ожесточенной и необходимо определить правильные направления государственной промышленной политики, а также приоритеты ее реализации.

Государственная политика в сфере промышленности представляет собой комплекс мероприятий государственного управления экономическими процессами на отраслевых и корпоративных уровнях, направленных на увеличение инновационной активности и функциональную перестройку экономики. Основой государственная политика в сфере промышленности, является «Концепция долгосрочного социально - экономического развития (КДР) Российской Федерации до 2020 года («Стратегия 2020»), которая выделяет следующие стратегические отрасли промышленности:

- авиационная промышленность и двигателестроение;
- ракетно - космическая промышленность;

- судостроительная промышленность;
- радиоэлектронная отрасль;
- атомная энергетика;
- информационно - коммуникативные технологии.

Выпускаемая продукция по данным отраслям имеет устойчивые и растущие рынки сбыта.

Целью государственной политики в области развития авиационной промышленности и двигателестроения является создание авиационной техники с устойчивой конкурентоспособностью, а также закрепление ее позиций на мировом рынке в качестве 3 - го производителя по объемам выпуска воздушных судов.

Стратегическими направлениями развития авиационной промышленности являются:

- содействие разработке и развитию перспективной авиационной техники;
- развитие производственного и научно - исследовательского потенциала, увеличение объема научных исследований, содействие формированию непрерывно обновляемого научно - технического задела;
- оказание поддержки в продвижении российской авиационной техники на рынки, а также реализация дополнительных мер поддержки авиационной промышленности, направленных на комплексное развитие отрасли.

Ожидаемым результатом реализации данных направлений является увеличение количества рабочих мест, скачек экономики, обеспечение интересов государства в гражданской авиационной технике отечественного производства.

Целью государственной политики в ракетно - космической сфере является формирование экономически устойчивой отечественной ракетно - космической промышленности, разработка и производство конкурентоспособной космической техники, обеспечение гарантированного доступа и необходимого присутствия России в космическом пространстве.

Основными направлениями государственной политики в ракетно - космической сфере являются:

- создание и развитие национальной системы космодромов, космических комплексов и систем в целях обеспечения независимой космической деятельности РФ;
- развертывание отечественных орбитальных группировок космических аппаратов в интересах обороны и безопасности страны;
- расширение присутствия России на мировом рынке космических продуктов и услуг, удержание лидирующие позиции на приоритетных направлениях рынка.

Решение данных направлений обеспечит лидерство РФ в космическом пространстве, способствует решению задач национального развития, обеспечению безопасности страны, её технологической и экономической конкурентоспособности.

Целью государственной политики в области судостроения является реализация мер государственной поддержки стратегических организаций судостроения, повышение эффективности основных видов морской деятельности, а также создание конкурентоспособной судостроительной промышленности.

Приоритетными направлениями государственной политики в области развития судостроительной промышленности определены следующие:

- создание конкурентоспособной морской техники, а также необходимого научно - технического задела и технологий;
 - обеспечение реализации государственного оборонного заказа и государственной программы вооружения;
 - создание привлекательных условий финансирования отечественного судостроения;
- Целью государственной политики в сфере радиоэлектронной отрасли является внедрения современных практик конкурентной борьбы и проектного управления, освоение современных бизнес - моделей и кооперационных связей между отдельными организациями отрасли, а также развитие инновационного потенциала.

Важнейшим направлениям развития радиоэлектронной промышленности являются:

- обеспечение финансирования научных исследований и разработок;
- создание условий для эффективного импортозамещения;
- совершенствование научного - технологического потенциала предприятий отрасли;
- обеспечение выполнения Госпрограммы вооружений;
- повышение внутриотраслевой кооперации предприятий.

Поэтапное решение обозначенных направлений обеспечит формирование нового облика радиоэлектронной промышленности, провоцирующее экономическое развитие РФ, научно - технический прогресс, а также доминирование отечественной продукции на внутреннем рынке.

Целью государственной политики в области атомной энергетики является наращивание присутствия на мировом рынке атомной энергетики, обеспечение снижения себестоимости продукции и сроков протекания процессов, а также обеспечить максимальный уровень безопасности и доступности атомных технологий.

Приоритетными направлениями, обеспечивающими достижение поставленной цели, станут следующие:

- развитие инновационного потенциала;
- обеспечение ядерной и радиационной безопасности;
- нераспространение ядерных технологий и материалов;
- укрепление статуса ядерной державы, обеспечение геополитических интересов РФ, а также обеспечение выполнения государственного оборонного заказа;

Решение данных направлений способствует росту научных исследований и объемов экспорта высокотехнологичной продукции, обеспечивает экономический рост, а также появление новых рабочих мест.

Целями государственной политики в области развития информационно - коммуникационных технологий являются повышение качества жизни граждан, создание эффективной системы государственного управления, доступного и безопасного взаимодействия граждан, органов государственной власти, бизнес - сообщества и общественных организаций, а также обеспечение национальной и региональной безопасности.

Выбранными направлениями для достижения поставленной цели являются:

- формирование из информационно - коммуникационных технологий полноценную отрасль российской экономики;
- развитие профильного образования в отрасли и повышение уровня компьютерной грамотности населения;
- создание эффективной кооперации определяющих органов государственной власти, в области информационных технологий, с различными отраслевыми объединениями;
- формирование информационно - технологической инфраструктуры, необходимой для обеспечения информационного взаимодействия, а также повышения производительности труда;
- обеспечение высокого уровня информационной безопасности.

Решение данного спектра вопросов во многом способствует возникновению и развития точек роста экономики РФ, наращивание инвестиций в развитие отрасли, а также повышению качества жизни населения.

Целью государственной политики в области развития базовых отраслей промышленности является создание конкурентоспособной, устойчивой, сбалансированной энергетической, нефтегазовой, и транспортной, а также станкоинструментальной промышленности, способной к эффективной интеграции в мировую технологическую среду.

Основными направлениями развития базовых отраслей промышленности является создание условий «здоровой» конкуренции отечественных и иностранных производителей внутри российского рынка, стимулирование роста выпуска продукции с высокой долей добавленной стоимости и поддержание экспорта такой продукции, обеспечение занятости, а также поиск новых источников устойчивого роста.

В целях разработки бюджетных заявок министерств и ведомств, а также для осуществления необходимых преобразований в той или иной отрасли принимается множество ведомственных (отраслевых) программ развития, разрабатываются и утверждаются необходимые отраслевые стратегии.

Вопрос о радикальной реорганизации промышленной политики РФ в современных условиях, поднимается на уровне высшего политического руководства, представителей бизнес - кругов и экономистов. Тем не менее ведомства, определяющие экономическую политику государства, Министерство экономического развития РФ и Министерство финансов РФ, не обладают четким представлением о месте и роли промышленной политики в социально - экономическом развитии страны. Эффективная промышленная политика должна проводиться не для обеспечения равноценных условий развития всей промышленности, а в целях оптимизация финансового сектора экономики, как важнейшей основы для развития промышленности государства. Это совершенствование разнообразных методов бюджетной, налоговой, денежно - кредитной и финансовой политики.

Приоритетные отрасли промышленности являются участниками жесткой конкуренции на мировых рынках. Их модернизация возможна только при наличии четкой и эффективной государственной промышленной политики, в которой также учитывается возможность ведения диалога государства и бизнес - сообщества, выявление существующих на мировом рынке «ниш» и выстраивание соответствующих мер

продвижения, а также развитие промышленной кооперации предприятий различной направленности.

Список литературы

1. Федеральный закон от 28.06.2014 № 172 - ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации». Информационно - правовой портал. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/70684666/>
2. Федеральный закон от 31.12.2014 № 488 - ФЗ «О промышленной политике в Российской Федерации». Информационно - правовой портал. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/70833138/>
3. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
4. Концепция долгосрочного социально - экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года // постановление Правительства РФ от 2008 г №. 1662 - р. Информационно - правовой портал «Сайт Правительства». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/info/6217/>

© Ершов А.Л., 2019

Зверева Е.В.

Магистрант кафедры бухгалтерского учета, аудита и налогообложения
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»,
г. Кемерово, Российская Федерация

АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ООО «XXXXXXX»)

Аннотация

В настоящее время одним из основополагающих факторов деятельности предприятия является очень быстрое изменение параметров внутренней и внешней среды. Наряду с этим, эффективность работы предприятия зависит от правильности принятия управленческих решений.

Основная цель статьи – изучение аналитических методов для принятия управленческих решений. В статье выделены основные методы обоснования управленческих решений, дано определение методу обоснования управленческих решений, определены некоторые аналитические показатели работы предприятия ООО «XXXXXXX», с помощью которых возможно принять объективное управленческое решение.

С помощью аналитических методов принятия управленческих решений руководству предприятия проще реагировать на изменения внутренней и внешней среды.

Ключевые слова:

Управленческий учет, аналитические методы, управленческие решения, инструменты, механизм управления, методы управления.

Вся управленческая деятельность предприятия связана с принятием тех или иных решений, решения принимаются по широкому кругу задач управления.

Оптимальное решение управленческих задач предприятия в большей степени зависит от правильно выбранных методов, используемых в процессе реализации решений, а также от уровня знаний персонала данных методов.

Метод принятия (обоснования) решения как метод управления – это логически упорядоченная совокупность приемов, способов, операций и процедур целенаправленного воздействия субъекта, обеспечивающая (в системе с другими методами и механизмами) достижение определенных целей [6, с. 66].

Принятие решений опережает этап диагностики проблемы, а заканчивает процесс – этап принятия управленческого решения.

Методы принятия управленческих решений можно разделить на три основные группы (см. рис. 1).



Рисунок 1 – Методы принятия управленческих решений

Формализованные методы основаны на строгих аналитических зависимостях и получении количественных вычислений. К ним относятся математико - статистические методы, классические методы, эконометрические, системный анализ, методы исследования операций и теории принятия решений.

Неформализованные методы применяются, как правило, при решении неординарных управленческих задач. Они основаны на личном опыте менеджеров и включают в себя логические приемы и поиск альтернатив. Чаще всего используются при групповом принятии решений [5, с. 250].

В данной статье рассмотрим формализованные (аналитические) методы обоснования управленческих решений на примере предприятия по производству лифтов ООО «XXXXXXX»

Аналитический метод «Мини - макси».

В основе метода высшей или низшей точек, или метод «Мини - макси» лежит наблюдение величины затрат при наибольшем и наименьшем объеме производства.

Суть метода состоит в том, что определяется минимальный и максимальный объем производства и соответствующее этим объемам количество затрат. После этого находится разность между минимальным и максимальным объемом производства, а также разность между минимальными и максимальными затратами [3, с. 63]. Затем определяется ставка переменных затрат или средние переменные издержки на единицу продукции, как частное от деления разности в уровнях затрат за период к разнице в уровнях объема производства. В конечном итоге определяется общая величина переменных расходов на минимальный

(максимальный) объем производства путем умножения величины переменных расходов, приходящейся на одно изделие на соответствующий объем производства и определяется общая величина постоянных расходов [2, с. 188].

Разделив затраты на постоянные и переменные мы можем построить график зависимости переменных и постоянные затрат от объема производства.

Для того чтобы спрогнозировать расходы, можно построить линейную зависимость в виде уравнения:

$$Y = ax + b, (1)$$

где Y – величина статьи затрат, руб.;

a – ставка переменных затрат, руб.;

x – показатель, характеризующий деловую активность организации (объем производства продукции, оказанных услуг, товарооборота и др.) в натуральных единицах измерения;

b – величина постоянных затрат, руб.

Если $a = 0$, т.е. постоянная часть издержек отсутствует, затраты являются переменными. Если $b = 0$, то анализируемые затраты носят постоянный характер.

Рассмотрим метод высшей или низшей точек, или метод «Мини - макси», на примере предприятия ООО «XXXXXXX»

Предположим, что фактор деловой активности – объем производства лифтов. Рассматриваемый период – 12 месяцев.

Определим минимальный и максимальный объем производства лифтов и величину затрат (см.табл.1).

Таблица 1 – Максимальный и минимальный объем производства

Показатель	Затраты, тыс. руб.	Объем, шт.
a	1	2
Максимальное значение	185043	200
Минимальное значение	123781	84
Разность	61262	116

Определим ставку затрат на единицу продукции: $61262:116 = 528,1$. Определим общую величину переменных затрат на максимальный и минимальный объем производства:

$$\max = 528,1 * 200 = 105260 \text{ тыс. руб.};$$

$$\min = 528,1 * 84 = 44360 \text{ тыс. руб.}$$

Далее определим общую величину постоянных затрат в максимальных и минимальных точках:

$$\max = 185043 - 105260 = 79783 \text{ тыс. руб.} \approx 80000 \text{ тыс. руб.};$$

$$\min = 123781 - 44360 = 79421 \text{ тыс. руб.} \approx 80000 \text{ тыс. руб.}$$

Уравнение затрат будет иметь вид:

$$Y = 528,1x + 80000$$

Допустим, что предприятие планирует увеличить объем выпуска лифтов на 10 % , то можно определить будущие затраты. Тогда максимальный объем производства будет равен 220 единиц. Определим будущие расходы: $528,1 * 220 + 80000 = 196182$ тыс. руб. Данный метод используется для прогнозирования и составления бюджетов.

Тогда экономический эффект от применения метода «Мини - макси» на предприятии ООО «XXXXXXXXX»:

- сумма переменных затрат на 220 единиц продукции составляет 116182 тыс. руб.;
- сумма постоянных затрат составляет 80000 тыс. руб.;
- планируемая величина будущих затрат составляет 196182 тыс. руб.

Таким образом с помощью метода «Мини - макси» можно заранее определить величину постоянных и переменных затрат и тем самым спрогнозировать величину будущей прибыли.

На предприятии ООО «XXXXXXXXX» наблюдается недополучение выручки и перерасход себестоимости выпускаемой продукции. Это связано с тем, что на предприятии отсутствует планирование желаемого объема продаж, который позволит получить прибыль.

Также на предприятии ООО «XXXXXXXXX» за последний отчетный период отсутствует чистая прибыль. Это можно объяснить тем, что предприятие закупает часть комплектующих в Китае, но из-за резкого скачка иностранной валюты предприятие понесло убыток по курсовым разницам.

На предприятии было принято решение запустить собственное производство комплектующих изделий. Рассчитаем прогнозируемую прибыль с учетом новых условий.

Для этого рассмотрим величины вклада 2 - ух видов лифтов (см. табл. 2).

Таблица 2 – Величины вклада грузового и пассажирского лифтов, тыс. руб.

Наименование	Лифт №051 - 13 ЛП - 0611КЛ на 12 ост. СУТДСК (пассажирский)	Лифт №158 - 12 ЛП - 0416 КЛ на 12 ост МЭС (грузовой)
а	1	2
Цена реализации, тыс. руб.	1100	1900
Переменные затраты:		
материальные затраты	514	900
накладные расходы	15	20
паспортизация отходов	5	7
услуги сторонних организаций	–	216
отчисления на соц. нужды	16	19
оплата труда	50	60
Всего переменных затрат:	600	1222
Удельный вклад (цена - переменные затраты):	500000	678000

Если рассматривать комбинацию изделий с учетом соотношения их долей в производстве, то его вклад составит (см. табл. 3).

Таблица 3 – Доля изделия в производстве

Наименование	Лифт №051 - 13 ЛП - 0611КЛ на 12 ост. СУТДСК (пассажирский)	Лифт №158 - 12 ЛП - 0416 КЛ на 12 ост МЭС (грузовой)	Всего
Доля в производстве	4	2	
Удельный вклад, тыс. руб.	2000	1356	3356

Общая сумма затрат и прибыль от продаж за период 12 месяцев составит, тыс. руб. (см. табл. 4).

Таблица 4 – Постоянные затраты и прибыль за период, тыс. руб.

Наименование	Лифт №051 - 13 ЛП - 061 КЛ на 12 ост. СУТДСК (пассажирский)	Лифт №158 - 12 ЛП - 0416 КЛ на 12 ост МЭС (грузовой)	Всего
а	1	2	3
Постоянные затраты	25000	55000	80000
Прибыль от продаж	20000	23000	43000
Итого	–	–	123000

Такую величину вклада обеспечивает реализация в течение 12 месяцев:

$$(80000 + 43000) / 3356 = 36 \text{ штук.}$$

Таким образом, для получения прибыли нужно обеспечить выпуск 36 шт. лифтов.

Определим точку безубыточности:

$$80000 / 3356 = 23 \text{ штуки.}$$

Рассчитаем необходимое количество пассажирских и грузовых согласно долям производства:

$$36 * 4 = 144 \text{ шт. (пассажирские лифты);}$$

$$36 * 2 = 72 \text{ шт. (грузовые лифты).}$$

Рассчитаем выручку от реализации (ВР):

$$ВР = 144 * 1100 = 158400 \text{ тыс. руб. (выручка от реализации пассажирских лифтов);}$$

$$ВР = 72 * 1900 = 136800 \text{ тыс. руб. (выручка от реализации грузовых лифтов);}$$

$$ВР = 158400 + 136800 = 295200 \text{ тыс. руб. (всего).}$$

Таблица 5 – Бюджет продаж на 2020г.

Наименование показателя	Лифт №051 - 13 ЛП - 061 КЛ на 12 ост. СУТДСК (пассажирский)	Лифт №158 - 12 ЛП - 0416 КЛ на 12 ост МЭС (грузовой)	Всего
а	1	2	3
Объем выпуска, ед.	144	72	216
Цена, тыс. руб.	1100	1900	3000
Выручка от реализации, тыс. руб.	158400	136800	295200

Экономический эффект: с помощью данного аналитического метода выявлено, что для получения прибыли нужно обеспечить выпуск 144 штук пассажирский лифтов и 72 штук грузовых лифтов. Прогнозируемая выручка от реализации на 2020г. будет составлять 295200 тыс. руб.

Таким образом, рассматривая проблемы существующие предприятию по производству лифтов ООО «XXXXXXXX», были применены аналитические методы, которые впоследствии могут помочь руководству предприятия принять правильные управленческие решения.

Список использованной литературы

1. Аливанова С.В. Маржинальный анализ как эффективный метод выбора управленческих решений // Научный журнал КУБГАУ. – 2012. – № 80. – С. 35 - 36.
2. Бабаева Ю.А. Учет затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции (работ, услуг): учебное пособие / Под ред. Ю.А.Бабаева – 3 - е изд., испр. и доп. – М.: Вузов. учеб: НИЦ ИНФРА - М –2014. – 188 с.
3. Волошин Д.А. Методы разделения затрат на переменные и постоянные // Экономический анализ: теория и практика. – 2011. – № 15. – С. 63.
4. Новоселова С.А., Земцова Н.А. Управленческий учет в организациях России: Теоретические аспекты // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1. – С. 26.
5. Трофимова Л. А. Методы принятия управленческих решений: учебник и практикум / Л. А. Трофимова, В.В. Трофимов. – М.: Издательство Юрайт. –2014. – 335 с.
6. Ярьсь О.Б. Методы принятия управленческих решений: учебное пособие / О.Б. Ярьсь, И.В. Панышин. – Изд - во Владим. гос. ун - та имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых. – 2011. – 66 с.

© Зверева Е.В., 2019

Каложная Ю.А., Лешко К.О.,

студентки 3 курса

Научный руководитель: **Азаров М.Ю.,**

старший преподаватель

УО «Барановичский государственный университет»

г. Барановичи, Республика Беларусь

ПОНЯТИЕ И РОЛЬ САМОЗАНЯТОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Аннотация

В данной статье даётся определение понятию самозанятость в Республике Беларусь. Описывается её основное отличие от индивидуального предпринимательства, и указываются законы, регулирующие данный вид деятельности. Рассматривается порядок регистрации, а также основные причины, по которым граждане Республики Беларусь всё чаще начинают заниматься самозанятостью

Ключевые слова

Самозанятость, уровень жизни, рабочее место, доход, банкротство, налог

Занятость выступает одним из основных факторов роста уровня жизни, определяет размер получаемого дохода или заработной платы, а также саму социальную защиту населения. Следовательно, занятость – важнейшая экономическая основа, на которой базируется уровень жизни людей.

Одной из проблем Республики Беларусь являются рабочие места. С каждым годом количество молодых специалистов увеличивается, что вынуждает государство предоставлять все больше мест для работы. Один из вариантов, который активно поддерживает Республика Беларусь – это предпринимательство (индивидуальное и коллективное).

В настоящее время зарегистрироваться в качестве предпринимателя не составляет труда. Для этого необходимо: написать заявление, заплатить государственную пошлину, фото 3*4. На сегодняшний день можно выделить вид деятельности, который не требует государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя. Такой вид получил название – самозанятость. С одной стороны, появление самозанятости позволило некоторой части населения заниматься тем, чем бы они хотели, получая не только удовольствие от деятельности, но и существенную прибыль. Но с другой стороны, государство не может наблюдать за тем, как самозанятые граждане, зарабатывая себе на хлеб, не участвуют в поддержке общей инфраструктуры государства. Главным показателем поддержки является уплата налогов. Поэтому ежегодно в государственный бюджет от занятия деятельностью в качестве налога поступает минимальная плата в размере 1 базовой величины [1].

До 2017 года под самозанятость попадали только ремесленническая деятельность и агротуризм. Но в соответствии с частью 4 пункта 1 статьи 1 Гражданского кодекса Республики Беларусь и пункта 2 Указа Президента Республики Беларусь от 18 апреля 2019 № 151 «Об изменении указов Президента Республики Беларусь» к ним добавились еще около 40 видов деятельности, которые перечислены в указе президента № 337 (от 19.09.2017 г.) «О регулировании деятельности физических лиц» [2].

Расширение списка видов деятельности без регистрации в качестве предпринимателя позволило в 2019 году серьезно увеличить количество так называемых самозанятых граждан. По официальным данным от Министерства налогов и сборов, в минувшем году более 16 тысяч человек в Беларуси воспользовались возможностью оказывать услуги населению без регистрации в качестве предпринимателей. Есть все основания полагать, что в текущем году этот показатель также серьезно увеличится [3].

Самозанятые граждане, не являющиеся предпринимателями, не могут привлекать наёмных сотрудников. Но они имеют право выполнить какую-либо договорную работу в коллективе таких же лиц. Ранее самозанятые так же не могли обслуживать заказы индивидуальных предпринимателей и юридических лиц. Однако согласно Указу Президента Республики Беларусь от 18 апреля 2019 года это стало возможным – единственное, что нужно заплатить подоходный налог с полученной прибыли. Например, вы выполняете работы на зарегистрированную в Беларуси организацию. Она же исчисляет, удерживает и перечисляет в бюджет необходимую сумму. Сегодня ставка подоходного налога для физических лиц составляет 13 % . По сути, такие люди осуществляют предпринимательскую деятельность, но предпринимателями при этом они не являются (в

привычном понимании). Доход таких людей складывается из прибыли, полученной от используемого капитала и выручки от основной деятельности.

Многие считают, что индивидуальное предпринимательство – это синоним определению «самозанятые граждане». Это не совсем так. И тех, и других нередко сравнивают. Но в то же время имеются различия. Самозанятые лица имеют право заниматься только теми видами деятельности, которые указаны в Указе Президента № 337 и при этом не получать государственную регистрацию. Индивидуальные предприниматели, в свою очередь, требуют регистрации независимо от выбранного вида деятельности. Еще одним преимуществом самозанятости является то, что нет бумажной волокиты, никакой лишней отчетности, никаких дополнительных деклараций о прибыли, отсутствие проверок налоговых инспекций.

Одним из наиболее значимых моментов в сфере предпринимательства является то, что 27 декабря 2018 года вышел Указ №500 «О государственном социальном страховании». Согласно этому указу, самозанятые граждане могут вносить платежи в Фонд социального страхования. Слово «могут» подчеркнуто неслучайно: это не обязанность, а лишь возможность для данной категории граждан без регистрации в качестве индивидуального предпринимателя обеспечить себе трудовую пенсию в будущем.

Наряду с этим, на сегодняшний день в Республике Беларусь есть ряд основных причин, по которым большое количество граждан переходят на самозанятость. К ним можно отнести следующее:

- 1) недостаток средств к жизни;
- 2) задержки, связанные с выплатой заработной платы и социальных трансфертов (пенсий, пособий), касательно бюджетной сферы – несвоевременная индексация тарифной ставки 1-го разряда;
- 3) потеря работы вследствие увольнения, сокращения штатов, банкротства предприятия – тем самым происходит потеря основного источника существования;
- 4) желание найти более стабильный и более высокий источник дохода;
- 5) поиск работы, которая поможет обеспечить более полную самореализацию, интерес к предпринимательству.

Следует отметить, что в рамках активной политики на рынке труда все более важное значение приобретают программы содействия развитию самостоятельной занятости. Проводится обучение предпринимательским навыкам и созданию малого бизнеса. С помощью этого формируется слой собственников и предпринимателей, происходит рост конкурентоспособности частного сектора в производстве товаров и услуг. Всё это может улучшить сложную ситуацию в национальной экономике, снять социальную напряженность в обществе Республики Беларусь.

Список использованной литературы

1. Ванкевич, Е.В. Избыточная занятость: истоки и последствия / Е.В. Ванкевич. // Белорусский экономический журнал. - 2009. - №2. – 259 с.
2. Гражданский кодекс Республики Беларусь: Кодекс Республики Беларусь от 07 декабря 1998 г., №218 - 3 (в ред. от 28.12.2009) - Мн., Современная школа, 2009. – 576 с.
3. Малое и среднее предпринимательство. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nalog.gov.by/ru/svedeniya-predprinimatelstvo/page/1/>

© Каложная Ю.А., Лешко К.О., 2019

V. Kamalov
Master's Degree student
A.A. Benevskaya
student.

Rostov State University of Economics. Rostov - on - Don

TOPICAL ISSUES OF THE RESEARCH OF KEY PROBLEMS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ECONOMY IN MODERN CONDITIONS

Some problems of increasing efficiency of innovation introduction into the Russian economy are considered: general low demand for innovation in the Russian economy; substantial moral and physical deterioration of production facilities, that prevents the very possibility of putting innovative products on the operating technical and technological base; the gap between the classical methods of government regulation and the challenges of innovative development; extremely low innovative activity of small businesses as well as a very small share of small innovative enterprises, etc.

Key words: innovation, economy, innovative development.

The world experience of developed and developing countries in the last decade has convincingly proved that the achievement of economic and social progress is possible only on the basis of innovative development, involving the permanent implementation of institutional, technological, product, market and organizational reforms. Thus, the approved Strategy of innovative development of the Russian Federation for the period up to 2020 defines the goals, priorities and tools of the state innovation policy [6, p. 2].

However the observed gap between the strategic goals of innovative development of the country and the objective reality raises the question of the effectiveness of the ongoing innovation processes and related major trends in the economic development of Russia. We will highlight some problems of increasing the efficiency of innovation in the economy of the Russian Federation.

The first such problem, in our opinion, is the general low demand for innovations in the Russian economy, as well as its inefficient structure – an excessive bias towards the purchase of finished equipment abroad at the expense of the introduction of its own new developments.

The main feature that characterizes the economy of our country as a market economy is the orientation of enterprises to market demand and the fight for improving their commodity and production competitiveness [1, p. 16]. The development of the national economy and its entry to a fundamentally new level is objectively impossible without the formation of the market of innovative products or the innovative segment of the commodity market. Accordingly, this is the first direction of the efforts of the subjects of economic relations in the Russian Federation.

The second key problem of innovative development of the Russian economy is a significant moral and physical deterioration of production capacity, which prevents the possibility of setting innovative products on the existing technical and technological basis, offsets the competition with foreign manufacturers, including the domestic market. The predominant development of extractive industries and primary processing of raw materials in comparison with manufacturing industries

indicates further weighting of the structure of production, conservation and deepening of technological backwardness of the Russian economy [1, p. 15].

Qualitative improvement of the economy at the moment is largely facilitated by "the introduction of innovative technologies and the development of high - tech industries with high profitability" [2, p. 11]. The main emphasis should be placed on high - tech industries, where Russia has significant potential – aircraft construction, production of military equipment and space equipment, as well as nanotechnology, microelectronics, telecommunications and information technology [2].

The third problem of increasing the efficiency of innovation in the Russian economy is, in our opinion, the gap between the classical methods of state regulation and the objectives of innovative development.

Today in Russia in the framework of innovation policy and for the purposes of economic restructuring Federal and local government programs, which are a set of innovative projects and activities, coordinated on resources, terms and responsible for their implementation were designed and implemented. However, the General problems of bureaucratic methods of management in the field of innovation give even greater failures and are more obvious than in traditional industries and sectors of the economy.

Therefore, in order to solve this problem, it is necessary to constantly improve the management system for the effective development of innovative potential at the macroeconomic and regional - municipal levels. Important economic innovations of recent times include, for example: the individualization of goods and services replacing standardized mass production (production taking into account the needs of a specific consumer); the emergence of new financing tools that allows expanding the boundaries of investment in new projects; the emergence of industrial sectors with faster capital turnover in comparison with enterprises of the same industries, but based on traditional technologies, which brings capital expenditures closer to operating [4, p. 12].

It is obvious that the state should ensure the formation of a favorable innovation climate, including the creation of conditions and incentives for innovation. The main task of the socio - economic innovation policy is "to create a system that will reduce the time and use the scientific, intellectual and technical potential of the state with high efficiency in production" [3, p. 26].

The fourth key problem of innovative development of the Russian economy is the extremely low innovative activity of small businesses, as well as a very small share of small innovative enterprises.

The innovative model of business behavior should become dominant in the development of companies in order to improve efficiency and occupy leading positions in the markets, as well as in the technological modernization of key sectors of the economy that determine the role and place of Russia in the world economy, and in increasing productivity in all sectors.

In General, "the dynamics of small and medium - sized businesses is one of the most important indicators of economic and social health of the country", – Dmitry Medvedev believes fairly [4, p. 28]. At the same time, while in developed countries small business carries out the majority of innovations, in Russia its activities are mainly related to the sphere of trade. The necessity of state stimulation of small business oriented on perspective innovative projects becomes quite obvious [1, p. 19]. Thus, among the priorities is "the development of small and medium - sized businesses as a condition of sustainable economic growth and at the same time as a factor of social stability" [4, p. 27 - 28].

Finally, the fifth in the list the problem of low efficiency of the country's innovation strategy is the problem of reducing the quality of social capital of the nation.

Human capital in competitive industrialized economies is the most important and at the same time the most dynamic factor of modern production. Authoritative forecasts show that the leading

positions in the XXI century will be occupied by those countries that can become the most attractive for educated and energetic people. And although human capital is still one of the most important, from the point of view of innovative development of Russia's competitive advantages, it is very important to shift the emphasis of the state economic policy on the maintenance and development of such industries as education and health.

Based on international experience, we believe that in order to implement the plans outlined in the Strategy, it is necessary to closely monitor the trends in the development of the social sphere, which determines the quality of human capital and, thus, the competitiveness of the country. Russia certainly needs "the formation of a new social state that meets the realities of modern developed countries. Its principal feature is the individualization of the services provided" [4, p. 11]. First of all, it is education, health care and social protection of the population.

References:

1. Topical problems of modern economy / Ed. Yu. S. Davydov. M.–Pyatigorsk: RAO. Pyatigorsk state linguistic University, 2013.
2. Baurin S. B., Kornienko D. O., Kulikov V. S., A. V. Mareev Financial aspects of innovative development of Russian economy at the present stage // Innovation: prospects, problems, achievements: Proceedings of the III international scientific - practical conference. May 14, 2015 / Ed. Botova M. I. M.: PRUE. G. V. Plekhanova, 2015.
3. Kirsanov M.Yu. Formation of the national innovation system for the development of regional economy // Thesis. SPb., 2015.
4. Medvedev D. New reality: Russia and global challenges // Economic Issues. 2015. No. 10.
5. Russia: the course of innovation. Open expert - analytical report on the implementation of the strategy of innovative development of the Russian Federation for the period up to 2020. [Electronic resource.] URL: http://www.rvc.ru/upload/iblock/0ba/2015_Public_report_Strategy_Innovative_Development_RU_web.pdf.
6. Strategy of innovative development of the Russian Federation for the period up to 2020. Approved by the order of the Government of the Russian Federation dated December 8, 2011 № 2227 - p.

© A.V. Kamalov, A.A. Benevskaya 2019

Камалов А. В., магистрант
Суржикова Е.М., магистрант
Раскина С.А., студентка
Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)
г. Ростов - на - Дону, Россия

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА - ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. В статье проводится социально - экономический анализ сущности и влияния экономической культуры на развитие экономической системы государства. Подчеркнута многозначность данного понятия. Отмечается роль экономической культуры в становлении и развитии инновационной экономики. Выявлены функции экономической культуры: нормативно - регулирующая, инновационная, коммуникативная и интеграционная.

Ключевые слова: инновационная экономика, социально - экономические институты, экономическая культура, инновационная деятельность.

Проблема экономического развития стран в современном обществе является одной из наиболее обсуждаемых. В качестве основных показателей, отражающих состояние экономики страны зачастую выделяются такие, как уровень развития транзакционного сектора, качество жизни населения, распространённость и значение неформального сектора экономики и др. [2]. Особое внимание уделяется установлению и анализу факторов, оказывающих значительное влияние на движение национальной экономики по инновационному пути развития.

В настоящее время в научной литературе возобновился интерес к поиску точек соприкосновения и взаимного влияния друг на друга тех или иных социально - экономических и духовно - культурных явлений и процессов экономики и культуры. Соответственно, одним из ключевых объектов изучения становится понятие «экономическая культура».

Безусловно, существует достаточно большое количество научно обоснованных подходов, каждый из которых по своему определяет сущность и содержание указанной категории. Многие исследователи сталкиваются с тем, что не только отсутствует единообразие в понимании, но наблюдаются противоречащие друг другу взгляды и дефиниции. Неоспоримым остаётся тот факт, что экономическая культура и социально - экономическая система общества находятся в неразрывном взаимодействии и взаимно влияют друг на друга.

Как отмечает Н.А. Шорохова: «вопрос об экономической культуре – это, прежде всего, вопрос о нематериальной составляющей хозяйственной деятельности, формирующей сознание участников экономического процесса, их установки, иерархию ценностей, модели принятия решений, нормы поведения» [4, с. 80]. И в этом смысле экономическую культуру можно определить как ценностно - аксиологическую систему, определяющую не только специфику формирования знаний и соответствующих им представлений, касающихся различных сторон экономической реальности, но и форму, модели поведения участников экономического процесса.

В рамках данного исследования особый интерес представляет определение экономической культуры, предложенное И.Г. Минервиным, как совокупности «традиционных и инновационных знаний, социальных и духовных ценностей и норм, ...регулирующих экономическое поведение людей и их трудовую деятельность» [цит. по: 1, с. 136]. Такого рода понимание экономической культуры по сути объединяет сразу несколько подходов: с одной стороны, как «социальная память» (аксиологический), с другой, – как специфическая характеристика экономической деятельности, прежде всего с точки зрения особенностей поведения вовлечённых в неё индивидов.

Главным объяснением различий в экономической эволюции обществ служат особые культурные и институциональные факторы. Экономическая культура в своем формировании зависит от специфических социально - экономических условий и процессов и, соответственно, оказывает выраженное влияние на всю совокупность экономических процессов того или иного общества, экономической системы в целом. В частности,

экономическая культура влияет на процесс формирования и эффективность ведущих социально - экономических институтов.

В вопросе выявления основных элементов экономической культуры, мы придерживаемся мнения исследователей, согласно которому, экономическая культура включает в себя « – ценностные установки, обеспечивающие общекультурные ориентации, отношение человека к хозяйственной деятельности, роль хозяйства в системе культуры; – нравственные ценности, заложенные в традициях, идеалах, убеждениях сообщества; – поведенческие нормы – обычаи, формы, образцы, стили хозяйственной деятельности, экономические институты, поведение хозяйствующих субъектов; – экономические знания, способы экономического мышления» [4, с. 80].

Формирующаяся многие десятилетия, экономическая культура «обеспечивает необходимые ориентации, определяющие отношение человека к хозяйственной деятельности, роль хозяйства в системе культуры, поведение хозяйствующих субъектов и помогает снизить необходимость государственной принудительной координации в рамках существующих институтов» [3, с. 119].

Не вызывает сомнения тот факт, что экономическая культура выполняет целый ряд важных функций, тем самым, оказывая значительное влияние на процесс формирования и развития экономической системы в целом. Прежде всего речь идёт о таких функциях, как: нормативно - регулирующая, инновационная, коммуникативная и интеграционная.

В деле определения направления развития экономики государства крайне важным представляется определение тех методов целенаправленного формирования экономической культуры, которые позволили бы обеспечить инновационный путь развития экономики. К числу таких методов относятся: ликвидация экономической безграмотности на всех уровнях; «критическое переосмысление с аксиологических позиций накопленных за последние столетия экономической наукой теоретических воззрений и поиск новых концептуальных подходов к пониманию экономической рациональности» [3, с. 122]; установление межличностного диалога между принимающими решения, и теми, к кому эти решения адресованы; идеологическое воспитание, направленное на формирование прогрессивных установок, оценок, образцов поведения, способствующих личностному росту и эффективному развитию человека через средства массовой информации, общественные мероприятия и т.д. [2; 3]; подготовка специалистов, способных к инициировать и поддерживать инновационную деятельность. Особое внимание традиционно уделяется факторам экономического развития, информационным, материальным и трудовым ресурсам, от которых зависят актуальные экономические отношения.

Рассматривая инновационную экономику как основанную на достижениях в сфере управления и бизнеса, науки и образования, зависящую от осмысления и понимания людьми жизненных реалий, можно утверждать, что экономическая культура выступает важнейшим фактором на пути её (инновационной экономики) становления и продуктивного развития.

Таким образом, можно сказать, что именно экономическая культура определяет всю совокупность экономических знаний и обусловленных ими представлений о различных аспектах экономической реальности. Как система нравственных ценностей, ориентированная на выполнение ряда функций, определяющих состояние экономической

системы государства, она является важнейшим фактором на пути формирования инновационной экономики той или иной страны.

Список использованной литературы:

1. Морозов В.А. Экономическая культура и ценности // Креативная экономика. 2017. Т. 11. № 1. С. 135 - 148.

2. Траутман Е.А. Экономическая культура как фактор институциональной эффективности экономики // Науковедение. 2014. Выпуск 5 (24). С. 1 - 15.

3. Шорохова Н.А. Экономическая культура в условиях перехода к инновационной экономике: проблемы и тенденции развития // Вестник Новгородского государственного университета. 2014. № 82. С. 119 - 122.

4. Шорохова Н.А. Маркетинговые коммуникации в системе экономической культуры // Вестник Института экономики и управления Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого. 2012. № 1. С. 78 - 81.

© А.В. Камалов, Е.М. Суржикова, С.А. Раскина, 2019

Капыток Н.В.

студент 2 курса БарГУ,

г. Барановичи, Республика Беларусь

Алекса Ю.Г.

студент 2 курса БарГУ,

г. Барановичи, Республика Беларусь

Научный руководитель: **Громова И.Н.**

старший преподаватель, БарГУ,

г. Барановичи, Республика Беларусь

АРЕНДА ИЛИ ЛИЗИНГ: ЧТО ВЫГОДНЕЕ?

Аннотация

В данной статье сравниваются такие понятия, как аренда и лизинг. Разобраны отличия лизинга от аренды. Выявлена разница между договорами лизинга и аренды и есть ли сходства между понятиями. А также рассмотрены преимущества и недостатки лизинга.

Ключевые слова

Лизинг, аренда, имущество, Республика Беларусь, лизингодатель, арендатор

Введение. На данный момент в Республике Беларусь происходит усовершенствование лизинговых операций. Индивидуальные предприниматели и физические лица широко стали использовать данный элемент. Поэтому, данный вопрос набирает актуальность и возникает вопрос: что выгоднее для потенциальных пользователей данных услуг.

Основная часть. Аренда — это процесс, понимаемый как получение имущества во временное владение или пользование за определенную денежную сумму. Лица,

фигурирующие в договоре — это арендодатель и арендатор. В аренду взять можно то имущество, которое в процессе пользования им не утратит своих характеристик.

Арендная плата может быть не только фиксированной, но и выражаться в виде:

1. Процента от дохода арендатора.
2. Оказания услуг арендатором арендодателю.
3. Улучшения характеристик или состояния имущества, которое находится в аренде.
4. Передачи арендодателю в собственность имущества арендатора.

Также плата может быть комбинированной: сочетать в себе несколько форм.

Арендатор имеет возможность передать имущество в субаренду, если арендодатель дает свое согласие [2 стр. 4].

Лизинг — своего рода разновидность арендного договора. Один участник сделки покупает имущество у продавца. Далее этот участник передает его получателю за определенную плату. Получатель имеет право пользоваться данным имуществом некоторое время, а также может затем его выкупить. Данная схема, называемая лизингом, часто применяется при приобретении автомобилей. Фигурирующие лица в данном процессе: лизингодатель и лизингополучатель.

Взять имущество в лизинг можно только в специализированной лизинговой компании.

Между данными понятиями имеются общие черты. Например:

1. Имущество остается собственностью лизингодателя или арендодателя, лизингополучатель или арендатор распоряжается им только в обговоренный соглашением срок.

2. За пользование имуществом берется оплата.

3. Главный документ, подтверждающий договорённости — договор.

Далее подробнее проведен анализ, в чём же отличия лизинга от аренды.

Между этими процессами: аренды и лизинга, есть существенная разница.

Объектом сделки в аренде являются природные объекты, земельные участки, имущество, которое не растрчивает свои характеристики в процессе пользования. В то время как объектом сделки в лизинге является оборудование, недвижимость, транспортные средства, специальная техника.

Также имеются отличия в обязанностях арендодателей и лизингодателей. Арендодатель может предоставлять в пользование только те объекты, которыми он владеет. А лизингодатель перед тем, как передать имущество в пользование получателю, покупает его.

Арендодателем является компания, либо физическое лицо. Лизинг же может оформить только лизинговая компания.

Имеются отличия в периоде действия договоров лизинга и аренды. Договор аренды не имеет ограничений: как от нескольких часов, так до десяти лет. Лизинговый договор составляется минимум на двенадцать месяцев и на время полезного пользования имуществом.

Заключение. Следует подвести некоторые итоги. Лизингодатель обязан выкупить имущество или вернуть обратно его лизингополучателю после того, как срок истечёт. В этом заключается главное различие между лизингом и арендой. Так как при аренде владелец имущества с окончанием срока договора не изменяется.

Кроме того, были выявлены отличия в процедурах заключения сделок. Для того чтобы заключить договор о лизинге, нужно больше времени [1 стр. 36].

Были рассмотрены сильные стороны лизинга на примере покупки автомобиля. Итак, если покупатель является индивидуальным предпринимателем, то главным преимуществом лизинга является возможность оптимизации налогообложения. Например, нет необходимости выплачивать налог на имущество, так как приобретенное транспортное средство находится в собственности у лизингодателя.

Следующее преимущество, что при возникновении необходимости, есть возможность расторгнуть договор в любой момент и вернуть имущество лизинговой компании.

Используя лизинг, можно обновлять автопарк компании и менять машины. Это возможно благодаря простой процедуре оформления сделки.

Воспользоваться лизинговой схемой могут индивидуальные предприниматели, которым финансовые учреждения по разным причинам отказывают в кредитах. Лизинг доступен даже для клиентов с плохой кредитной историей.

Кроме всех проанализированных плюсов, у лизинга есть и минусы:

1. Право на имущество перейдет только после того, как оно будет выкуплено по остаточной стоимости.
2. Если прекратить вносить платежи, то можно потерять и имущество, и уже выплаченные деньги.
3. Если договор имеет привязку к курсу валюты, то все риски в случае резкого скачка курса несет лизингополучатель.
4. Нужно следить за техническим состоянием имущества и производить ремонтные работы, если это прописано в договоре.
5. Сдать имущество в субаренду без согласия лизингодателя нельзя.
6. Если имущество выйдет из строя раньше срока, платежи все равно придется вносить [3].

Что выгодней: лизинг или аренда?

В советское время аренда автомобиля была довольно популярной услугой. Затем, по ряду обстоятельств, ее не оказывали. Возродился такой сервис уже в 21 веке и обрел серьезную популярность.

Выгода такой услуги состоит в следующем:

1. В любой момент машину можно поменять на новую.
2. Не нужно следить за техническим состоянием автомобиля.
3. Взять авто в аренду можно на несколько часов либо месяцев.

Лизинг объединяет в себе достоинства автокредита и аренды. Во - первых, фактический владелец имущества, может выбрать именно то, что хочет. Кроме того, имеется выбор: выкупить объект лизинга или пользоваться им определенное время. Для тех, кто ценит свои средства и не бросает их на ветер лизинг — идеальный вариант.

Список использованной литературы

1. Сапожников В. Н. Лизинг: значение, сущность, возможности : учеб. пособие / В. Н. Сапожников, Е. М. Акимова, А. С. Осипов — М. : МГСУ. 2000 — 92 с.
2. Абрамова Н. В. Договор аренды, лизинг: учет и налоги : книга / Н. В. Абрамова — М. : Статус - Кво 97. 2005 — 145 с.
3. Шиманович С. В. Лизинг — аренда или кредит / С. В. Шиманович // Журнал «Юрист». — 2017. — № 7. — С. 21—36.

© Алекса Ю.Г., Капыток Н.В., 2019

Касьяник А.А.
студент 2 курса БарГУ,
г. Барановичи, Республика Беларусь
Научный руководитель: **Громова И.Н.**
старший преподаватель, БарГУ,
г. Барановичи, Республика Беларусь

РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Аннотация

В данной статье рассмотрено состояние Республики Беларусь в области электронного бизнеса. Проанализировав данный рынок можно с уверенностью сказать, что развитие электронной торговли существенно влияет на состояние экономики страны, открывая новые пространства для сбыта товаров и услуг.

Ключевые слова

Электронный бизнес, компьютеризация, интернет, электронная торговля, инновации, Республика Беларусь

Введение. С каждым днем на просторах белорусского интернета регистрируется все большее количество интернет - магазинов, сайтов различного содержания, провайдеров. Многие организации создают свои веб - сайты, тем самым привлекая больше клиентов. В современных условиях ведения бизнеса наличие своего сайта дает хорошее преимущество перед конкурентами, которые пренебрегают обеспечением клиентов полной информацией об организации. К сожалению, в нашей стране сформировалось скептическое представление о продажах в интернете и в целом об интернете. И это мышление мешает продуктивному развитию интернет - бизнеса. Население, особенно старшее поколение, не доверяет тому, чего не видят и им тяжело принять все преимущества и выгоды, что предлагает интернет. В связи с этим можно сказать, что в нашей стране проводится недостаточная работа с населением и мы не получаем должной информации, что бы сделать какой - либо вывод в данном вопросе.

Интернет – это технология будущего. И необходимо знать, как эффективно использовать эту технологию. Сегодня традиционная экономика испытывает сильнейшее влияние электронной составляющей деловых отношений, генерирующей прогрессивные формы осуществления бизнес - процессов, под воздействием которых меняется не только структура субъектов рынка, но и технология управления ими. Активное использование возможностей Интернета в экономике страны привело к возникновению нового понятия – электронная торговля. Её рассматривают как деятельность фирмы, направленную на получение прибыли, которая основывается на цифровых технологиях и технических преимуществах, которые они предоставляют.

Таким образом целью нашего исследования является определение уровня развития электронного бизнеса в нашей стране.

Основная часть. Электронный бизнес - это организация бизнес - процессов как внутри государства, так и за его пределами при использовании электронных средств. Данный бизнес дает возможность производителям быстро выйти на мировой рынок и составить

конкуренцию. На сегодняшний день наблюдается увеличение различных интернет – порталов. Например, если по состоянию на 1 января 2015 г. количество зарегистрированных интернет - магазинов составило 6 473, то на 20 апреля 2016 г. их количество увеличилось до 12 267, а 1 июля 2017 г. в Торговом реестре Республики Беларусь зарегистрировано 13 811 интернет - магазинов. За 2017 г. в Беларуси число интернет - покупок в целом увеличилось в 1,8 раза. Эксперты объясняют это не ростом потребления, а тем, что все больше жителей страны предпочитают покупать товары в сети интернет, а не в офлайне [1].

Внедрение в рыночные процессы информационных технологий заставляет производителей подстраиваться под динамическое изменение данной среды. Многие производители создают свои веб - сайты для предоставления информации об ассортименте, истории, акциях организации. По данным НЦМикЦ свои веб - сайты имеют примерно 40 % белорусских предприятий, более 60 % используют в своей работе сеть Интернет и электронную почту. Всего в сети бу - нет более 5000 сайтов, более 430 интернет - магазинов, примерно 20 реально работающих провайдеров [2].

Основной причиной слабого использования Интернета в Беларуси - отсутствие практических навыков. Нашему народу свойственен традиционный уклад, культ разумного минимума и устоявшихся привычек. Зачем внедрять инновации, если предприятие и так работает, особенно если предприятие чужое? Для того, что бы мы начали использовать потенциал интернета на все 100 процентов, должно смениться как минимум одно поколение, а то и два.

Невозможно в один день отменить устои ведения бизнеса складывающиеся веками и насильно навязать людям новые. В 60 - е - 70 - е годы аналогичным образом пытались насадить АСУП. Как и следовало ожидать из этой затеи ничего не вышло, пока не сменилось два поколения. Сегодня мы уже не можем представить свою жизнь без использования компьютера, но на это понадобилось ни много, ни мало 40 лет.

Еще одна важная причина – экономическая. К сожалению на территории СНГ сложилась неприятная ситуация: человеческий труд применять в наших условиях зачастую дешевле. Если на Западе месячная стоимость содержания специалиста примерно равна цене десятка компьютеров, то в нашей стране соотношение обратное – цена компьютера сопоставима с годовой зарплатой специалиста. Именно это и тормозит процесс компьютеризации.

При всей доступности информационных технологий, мы все в действительности пока недостаточно понимаем, как можно использовать Интернет. То, что мы видим сегодня, связано с лобовыми попытками механически перенести в Интернет уже известные вещи – телеграф (электронная почта), газеты и журналы (новостные ресурсы), заводские многотиражки, хранилища чертежей и методички "ДСП" (корпоративные порталы), рекламные буклеты (корпоративные сайты), посылочную и курьерскую торговлю (электронные магазины). Это напоминает первые годы телевидения, когда его считали радио с картинками, и только спустя десятилетия научились по - настоящему использовать его потенциал – и зрелищный, и рекламный, и образовательный.

Есть решения, преимущества которых для большинства людей очевидны и неоспоримы, и которые можно и нужно внедрять уже сегодня – например, электронная почта и веб - сайты. Сегодня, кажется, ни у кого не вызывает сомнений необходимость использования электронной почты для организации бизнес - процессов внутри и вовне предприятия, а веб - сайтов – для распространения информации о предприятии среди потенциальных клиентов и партнеров.

Анализ состояния электронной коммерции, а также присущих ей проблем и особенностей позволил сделать ряд предложений по ее дальнейшему развитию [3]:

- продолжить формирование инфраструктуры связи и телекоммуникаций, обеспечивающей информационную безопасность электронных форм взаимодействия субъектов хозяйствования между собой;

- пересмотреть и привести в соответствие действующую нормативно - правовую базу в сфере электронной коммерции, обеспечить открытость проектов законов всем заинтересованным лицам, рецензий и комментариев;

- стимулировать разработки онлайн - приложений для бизнеса, а также разработки поисковых систем, ориентированных на пользователей мобильных устройств;

- организовать мероприятия по обучению использованию интернета и информационных технологий в предпринимательской деятельности, в том числе мероприятия по использованию информационных технологий для участия организаций в электронных аукционах;

- содействовать развитию рынка электронных денег и популяризации электронных кошельков через информирование пользователей об альтернативе пользования наличными деньгами как доступного и удобного платежного средства.

Развитие электронного бизнеса может открыть новые возможности для нашей страны: улучшение качества белорусских систем связи, обмен информацией, рост многочисленных новых российских и международных предприятий - все это дает возможность ускорить развитие электронной торговли, что требует поддержки динамики электронной торговли и Интернета.

Но для использования всех перспектив белорусским властям стоит убрать барьеры на пути эффективного применения электронной торговли в Беларуси, должны быть разобраны многие неясные вопросы, а главное не должны создаваться новые препятствия к становлению в Беларуси устойчивого электронного бизнеса.

Список использованной литературы

1. Электронная коммерция в Республике Беларусь: основные тенденции и проблемы развития [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.ictsd.org/bridges-news> - Дата доступа: 24.12.2019.

2. Интернет - портал Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.icetrade.by.html> – Дата доступа: 24.12.2019.

3. Интернет как средство информационного обеспечения экономической деятельности на региональном уровне [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/internet-kak-sredstvoinformatsionnogo-bespeche-niya> - Дата доступа: 24.12.2019.

© Касьяник А. А., 2019

АНАЛИЗ КОНФЛИКТОВ В ПРОЕКТЕ

Аннотация

Актуальность работы заключается в том, что конфликты возникали, возникают и будут возникать между людьми. Управление организацией вне зависимости от ее типа и структуры тесно связано с проектным управлением. Так как результат работы зависит от людей, необходимо решать возникающие конфликты, чтобы они не успели повлиять на ход работы над проектом. Урегулирование конфликтов быстро и конструктивно позволит настроению внутри команды проекта оставаться на высоте. Таким образом, нужно понимать какой конфликт и на какой стадии жизненного цикла проекта он происходит. Целью статьи является анализ конфликтов в проекте. В результате статьи был проведен анализ конфликтов в проекте, а также были рассмотрены основные научные подходы к анализу стейкхолдеров. Выявлены рекомендации для руководителей проекта по эффективному управлению заинтересованными лицами проекта и предупреждению конфликтов в проекте.

Ключевые слова

Анализ, конфликт, проект, команда, управление конфликтом, урегулирование конфликта, стейкхолдеры

Исследование причин возникновения конфликтов в проекте позволило разделить их на 3 группы: первичные - лежащие в области экономических интересов; вторичные - определяемые организационными условиями и третичные - возникающие в сфере социально - экономических потребностей [1].

Динамика взаимоотношений участников и команды в проекте может быть рассмотрена в рамках жизненного цикла проекта. Стадии и этапы жизненного цикла проекта во многом определяют причины и типы конфликтов. Взаимосвязь причин проектных конфликтов и стадий жизненного цикла проекта представлена на рисунке 1. Кроме того, выделены основные типы проектных конфликтов и определена интенсивность их проявления.



Рисунок 1. Причины конфликтов на различных стадиях жизни проекта

Конфликтные ситуации в проекте могут возникать по различным причинам, среди которых может быть непонимание друг друга, личная неприязнь между участниками проекта, разногласия о правильном подходе к решению задачи, самоомнение и самодовольство.

В современных условиях все большую актуальность приобретает учет интересов стейкхолдеров при реализации проектов. Только удовлетворение потребностей всех заинтересованных сторон приведет к гармонизации долгосрочных интересов компании и общества, создаст стимулы к совместной работе, снизит риски и предотвратит саботирование проекта [2].

Нужно отметить, что заинтересованность стейкхолдеров может носить различный характер - вплоть до заинтересованности в завершении деятельности фирмы. Основными стейкхолдерами при реализации инвестиционного проекта являются инвесторы, работники, менеджмент, покупатели / клиенты, поставщики, население, проживающее в зоне реализации проекта, государственные органы. Стоит учитывать, что интересы стейкхолдеров могут противоречить друг другу, что создает конфликты проектов, и фирме для успешной реализации проекта необходимо не просто найти компромиссное решение, но решение, которое действительно удовлетворит всех. Таким образом, становится очевидной необходимость учета и баланса интересов всех стейкхолдеров.

Неотъемлемой частью деятельности по выстраиванию отношений с заинтересованными сторонами является проведение стейкхолдер - анализа. Он включает в себя ряд инструментов, которые позволяют выявить заинтересованных лиц, оценить характер их влияния и важности, а также определить направления развития отношений со стейкхолдерами. Ниже будут рассмотрены наиболее распространенные инструменты и модели, применяемые в этих целях.

1. Карта заинтересованных сторон.

Это наиболее известный инструмент систематизации стейкхолдеров. Карта заинтересованных сторон показывает субъективное представление лидера компании или рабочей группы (например, с помощью метода мозгового штурма) о лицах, чьи интересы затрагиваются в процессе деятельности компании и которые могут на нее повлиять. Здесь выявляются внутренние (акционеры, менеджменты, работники) и внешние (клиенты, поставщики, государство и др.) стейкхолдеры [3].

2. Таблица интересов стейкхолдеров.

Данный инструмент применяется, чаще всего, в дополнение к карте стейкхолдеров. В такую таблицу переносятся числовые показатели по области влияния лидера, силе поддержки / противодействия и силе влияния стейкхолдера, а кроме того, добавляется информация по интересам стейкхолдера, которые лежат в основе оценке силы поддержки, и инструментам его влияния. Такой анализ позволяет подтвердить состоятельность полученных экспертных оценок на этапе построения карты заинтересованных сторон. Итогом составления таблицы интересов стейкхолдеров является разработка стратегии взаимодействия, основанная на понимании его интересов и возможных интересов влияния на компанию [4].

3. Матрица «поддержка x сила влияния».

Данный инструмент представляет собой систему координат, по осям которой расположены сила поддержки / противодействия и сила влияния и на которой в

соответствии с полученными ранее инструментами размещаются стейкхолдеры. Такая матрица позволяет выявить, какие из стейкхолдеров могут представлять наибольшую угрозу для компании (наименьшая поддержка + наибольшее влияние). Кроме того, определяются те заинтересованные лица, чья поддержка наиболее высока, для усиления взаимовыгодного сотрудничества. Необходимо отметить, что не следует игнорировать и стейкхолдеров с низкой силой влияния и высоким противодействием, так как они могут быть использованы в качестве инструмента давления стейкхолдерами с высокой силой влияния.

4. Интегральная мера оценки окружения бизнеса.

Данный инструмент был разработан сотрудниками Пробизнесбанка для характеристики рисков бизнеса, порождаемых человеческим фактором:

$$\Delta = \frac{\sum x \times y \times z}{25 \times \sum z} \times 100\% \quad (1)$$

В формуле 1 величина x отражает силу поддержки / противодействия заинтересованной стороны, y - показывает силу ее влияния, а z - возможность лидера влиять на проект. Таким образом, если сила поддержки стороной положительна, лидер может усиливать ее с помощью своей власти, и наоборот. Величина силы поддержки измеряется в диапазоне от -5 до +5, а силы влияния от 0 до 5. Таким образом, 25 в знаменателе - это нормирующий фактор для получения объективного результата в процентах. По оценкам проектной группы, риски компании, порождаемые заинтересованными сторонами, весьма высоки, если в среднем $A < +10\%$. Если же $A > +40\%$, то такие риски можно считать низкими.

5. Матрицы «сила - динамизм» и «сила - интерес».

Первый инструмент, предложенный в 1986 году ученым Гарднером, определяет, какой властью обладают стейкхолдеры и каков динамизм их положения, то есть его изменчивость. Данный инструмент позволяет определить, насколько предсказуемыми и стабильными могут быть отношения с различными по силе и власти группами стейкхолдеров. Наибольшую угрозу в этом случае представляют заинтересованные стороны, обладающие наибольшей силой и наибольшим динамизмом. На них должно быть направлено основное внимание менеджмента и затрачены основные усилия на разработку долгосрочной взаимовыгодной стратегии взаимодействия [5].

Кроме того, имеет смысл использовать и второй инструмент - матрицу «сила - интерес». Она ранжирует стейкхолдеров по власти, которой они обладают, и по заинтересованности в реализации проекта или деятельности компании. Наибольшее внимания требует согласование и обсуждение стратегии организации с наиболее заинтересованными стейкхолдерами, которые обладают существенной властью. Заинтересованные лица без власти могут оказаться важными для оказания влияния на незаинтересованных стейкхолдеров с существенной властью.

6. Многокритериальный стейкхолдер - анализ

Альтернативным методом является многокритериальный стейкхолдер - анализ, который оценивает как долговременные финансовые затраты на реализацию проекта, так и социальную значимость последствий его реализации. Такой подход позволяет более четко оценить интересы стейкхолдеров на стадии оценки и выбора проектов, а также выявить и возможные конфликты. Качественные оценки последствий реализации проекта для

заинтересованных сторон основываются на экспертных подходах, а поиск баланса между их интересами - на методах многокритериальной оптимизации.

7. Модель Фридмена - Майлса.

Данная модель стилей управления отношениями со стейкхолдерами строится на основе лестницы участия Арнстайна. На низких ступенях организация просто уведомляет стейкхолдеров о принятых решениях. Здесь применяются манипуляция, терапия, информирование. Такая практика недостаточно эффективна для развития отношений. На средних уровнях - объяснение, консультации, переговоры - у стейкхолдеров есть возможность донести свое мнение до организации, хотя нет гарантии, что оно будет учтено. Высокие ступени взаимодействия (вовлеченность, совместная работа, партнерство, делегирование полномочий, стейкхолдерский контроль) характеризуются активным участием стейкхолдеров в корпоративном процессе принятия решений. Естественно, отношениям с различными группами стейкхолдеров находятся на разных ступенях лестницы участия, в зависимости от их важности и влияния на определенных стадиях жизненного цикла проекта [6].

8. Модель Митчелла.

Эта модель, которая является одной из современных модификаций карты стейкхолдеров, включает в себя три фактора: легитимность, власть и срочность. Первый фактор отражает возможность стейкхолдера давать прямые или косвенные указания, касающиеся деятельности компании. Значимость определяется силой влияния стейкхолдера на компанию. И наконец, срочность представляет собой необходимую скорость реакции компании на запросы или действия стороны.

Стейкхолдеры, обладающие лишь одной выраженной характеристикой, являются скрытыми (в эту категорию относятся контролируемые, требующие и пассивные стейкхолдеры); двумя характеристиками - выходящими (зависимые, доминирующие, опасные); тремя характеристиками - определяющими. Эта методика не позволяет определить направление стратегии взаимодействия, однако позволяет проранжировать стейкхолдеров по требуемому вниманию со стороны компании [7].

9. Модель Саважа.

Данный инструмент, в отличие от предыдущего, предлагает оптимальные стратегии выстраивания отношений со стейкхолдерами в зависимости от их положения. Модель Саважа оценивает вероятность нанесения ущерба заинтересованной стороной, а также возможного потенциала взаимовыгодного сотрудничества. Если потенциалы и угрозы, и взаимодействия велики, предлагается использовать стратегию переговоров, или взаимодействия.

Стратегия защиты применяется в случае высокого потенциала угрозы и низкого потенциала взаимодействия. Высокая готовность к сотрудничеству и низкая угроза со стороны стейкхолдера - основания для стратегии вовлечения. Наконец, стратегия наблюдения применима ко стейкхолдерам с невысоким потенциалом кооперации и низким потенциалом угрозы.

10. Подход SRM.

Данная модель состоит из четырех шагов. Во - первых, этап планирования, на котором происходит разработка методологии идентификации стейкхолдеров (в первую очередь, из представленных выше методов либо из собственных разработок компании), развития

отношений с ними и показателей контроля и оценки деятельности. Второй этап - этап подготовки всех необходимых для взаимодействия ресурсов. На третьем этапе происходит установление контактов со стейкхолдерами и разработка плана дальнейшего взаимодействия. Наконец, четвертый этап посвящен непосредственно взаимодействию и его совершенствованию.

Список использованной литературы:

1. Подопригора, М.Г. Теория организации и организационное поведение Учебное пособие. 2 изд–е дополненное и переработанное / М.Г. Подопригора. – Ростов–на–Дону: Изд–во ЮФУ, 2016. – С.87.
2. Максимцев, И.А. Управление персоналом: учебное пособие / Максимцев И.А. – М.: Юрайт–М, 2016. – С.233.
3. Мызрова, К. А. Организационная культура : учебное пособие / К. А. Мызрова. – Ульяновск : УлГУ, 2016. – С.87.
4. Сирота, Н. М. Политическая конфликтология : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Н. М. Сирота. – 2 - е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – С.68.
5. Управление инвестиционными проектами в условиях риска и неопределенности: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Л. Г. Матвеева, А. Ю. Никитаева, О. А. Чернова, Е. Ф. Щипанов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — С.98.
6. Охременко, И. В. Конфликтология : учебное пособие для вузов / И. В. Охременко. – 2 - е изд., пер. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – С.86.

© Колчина Н.А. 2019

Коровкина М.А.,
ФГБОУ ВО "Вологодский государственный университет"
Магистрант, 1 курс
г. Вологда, РФ
E - mail: korovkinam17@gmail.com

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПАО «СОЛЛЕРС»

Аннотация

Любая компания, функционирующая на рынке, работает исключительно для получения прибыли. Именно в зависимости от ее размера определяется экономическая эффективность деятельности компании, а также оценивается целесообразность ее дальнейшей работы и развития.

Ключевые слова

Финансовые результаты, чистая прибыль, управление, доходы, расходы

В современных условиях деятельность каждого хозяйствующего субъекта имеет немаловажное значение для всех участников рыночных отношений, заинтересованных в

результатах его функционирования. Эффективность производственной, инвестиционной и финансовой деятельности организации характеризуется ее финансовыми результатами.

Общим финансовым результатом является прибыль, которая обеспечивает производственное и финансовое развитие предприятия. Она в обобщенном виде отражает результаты хозяйствования, продуктивность произведенных затрат. Прибыль – это основной источник финансирования деятельности предприятия, а так же источник доходов государственного и местного бюджетов [2]. Прибыль как конечный финансовый результат деятельности предприятий представляет собой разницу между общей суммой доходов и затратами на производство и реализацию продукции с учетом убытков от различных хозяйственных операций. При превышении доходов над расходами подразумевают прибыль, в противном случае – убыток [3].

Мы провели анализ и оценку финансовых результатов в ПАО "Соллерс". Данное предприятие находится по адресу г. Москва, ул. Тестовская, д.10, подъезд 2.

SOLLERS – это ведущая российская автомобильная компания, работающая в партнерстве с лидерами мировой автоиндустрии, такими как Ford, SsangYong и Mazda [1].

Финансовые результаты деятельности ПАО «Соллерс» за 2016 – 2018 годы представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика основных показателей финансового результата ПАО «Соллерс»

Показатели	2016	2017	2018	Отклонения	Темп роста,
				, +/- 2018 к 2016	% 2018 к 2016
Выручка	180177	186136	186 065	5 888	103,3
Себестоимость продаж	(75325)	(75375)	(77 990)	- 2 665	103,5
Управленческие расходы	(981711)	(842540)	(339 742)	- 641 969	34,6
Доходы от участия в других организациях	5 691450	1 296850	101 028	- 5 590 422	1,8
Проценты к получению	243125	259374	279 573	36 448	115
Прочие доходы	2503	496	2 800 795	2 798 292	111 897,5
Прочие расходы	(210475)	(50216)	(2 844 560)	- 2 634 085	1 351,5
Чистая прибыль (убыток)	4 941714	872361	99 111	- 4 842 603	2,0

Из данной таблицы можно сделать вывод, что к 2018 году показатели финансового результата снизились, в частности произошло снижение чистой прибыли на 98 % . На данный результат повлияло в основном сокращение доходов от участия в других организациях. Данный факт является однозначно негативной тенденцией, но как мы видим, компания активно старается выйти на показатели прошлых периодов.

В результате исследования выяснилось, что показатели финансового результата за последние годы падают, однако предприятие продолжает активно развиваться. Глубже рассматривая данную ситуацию выяснилось следующее: при том, что прибыль компании

падает, вместе с тем снижаются и затраты. За исследуемый нами период в данной организации проводилась оптимизация производства с целью улучшения финансовых показателей, что говорит об эффективном управлении финансовыми результатами.

Однако для удержания ведущих позиций на рынке автомобилестроения предприятию следует все время совершенствоваться. Основными направлениями максимизации финансовых результатов ПАО «Соллерс», могут быть следующие: увеличивать рынки сбыта, развивать собственную дилерскую сеть, своевременно подстраиваться под изменяющиеся потребности, наращивать объемы производства продукции; улучшать качество продукции, снижать себестоимость продукции, ввести системы материального стимулирования и депремирования работников.

Данные меры помогут увеличить финансовые результаты деятельности и укрепить свое положение на рынке конкурентных товаров.

Список использованной литературы:

1. Официальный сайт ПАО «Соллерс» [Электронный ресурс]: инф. - справ. система. - Режим доступа: <http://www.sollers-auto.com/ru/about/>
2. Мудунов А. С. Показатели прибыли и рентабельности предприятия и их анализ / А. С. Мудунов, К. М. Цахаева // Вопросы структуризации экономики – 2011. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/pokazateli-pribyli-i-rentabelnosti-predpriyatiya-i-ih-analiz>
3. Сысоева Е. В. Прибыль и убыток как финансовые результаты и важнейшие категории деятельности организации в рыночных отношениях / Е. В. Сысоева // Транспортное дело России. - 2015. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/pribyl-i-ubytok-kak-finansovye-rezultaty-i-vazhneyshie-kategorii-deyatelnosti-organizatsii-v-gynochnyh-otnosheniyah>

© Коровкина М.А., 2019

Косенко Т.Г.

к. с. - х. н., доцент

агрономический факультет

ДГАУ,

п. Персиановский, Российская Федерация

СИСТЕМА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация

Раскрыта сущность инвестирования в сельскохозяйственном производстве. Дана характеристика направлений инвестирования, источников его финансирования. Названы основные пути повышения эффективности инвестиционной деятельности.

Ключевые слова

Условия, интенсивность, производство, ресурсы, эффективность.

Инвестиции – это важнейшая объективная необходимость и условие развития экономики на всех уровнях. В сельском хозяйстве основными направлениями инвестиций являются: закладка многолетних насаждений, формирование основного стада, развитие социальной инфраструктуры, строительные - монтажные работы, закупка техники и оборудования, мелиорация земель, другие работы и затраты долговременного характера.

Практически все предприятия сельского хозяйства и АПК в целом осуществляют инновационную деятельность. В настоящее время потребность в ней растет и сама деятельность активизируется. В качестве основных источников финансирования инвестиций выступают ассигнования из федерального бюджета, собственные средства предприятия, акционерный капитал, иностранный капитал, другие привлеченные средства.

Экономическая деятельность отдельных хозяйствующих субъектов характеризуется объемом и формами осуществляемых инвестиций. Источником прироста капитала и движущим мотивом осуществления инвестиций является получаемая от них прибыль. Эти два процесса - вложение капитала и получение прибыли - могут происходить в различной временной последовательности

В стратегии инвестиционной деятельности важную роль играет обоснованный выбор направлений инвестирования, насколько оно будет отвечать будущим национальным интересам государства. Реализация долгосрочных инвестиционных проектов формирует перспективную макроэкономическую структуру страны, изменения во внутреннем региональном, отраслевом и внешнем разделении труда, определение соответствующей ниши страны в мировой рыночной структуре.

Для сельскохозяйственных товаропроизводителей особую роль на современном этапе играют внешние источники финансирования инвестиционной деятельности. Все они могут быть разделены на средства, получаемые в порядке займа и средства, полученные по другим основаниям, не предусматривающим процессов финансового заимствования.

Экономическая эффективность инвестиций проявляется во всех сферах инвестиционной деятельности – капитальном строительстве, инновационной сфере, сфере обращения финансового капитала, сфере реализации имущественных прав, сфере производства [2, с.103].

Условия расширенного производства способствуют эффективности инвестиций в случае соблюдения оптимального соотношения между накоплением и потреблением и инвестированием. Прирост капитального имущества обеспечивается за счет инвестиций.

Эффективность инвестиций обеспечивается достижением равенства между приростом накопления и приростом инвестиций за счет долгосрочных вложений. Все накопления должны инвестироваться в производство на увеличение реального капитала для эффективного инвестирования и устойчивого развития экономики.

Инвестиционная деятельность будет эффективной при условии равновесия инвестиционного спроса и инвестиционного предложения за счет установления равновесной цены.

Для общей экономической эффективности в качестве эффекта (результата) используют прирост чистого дохода, прирост прибыли, экономию в затратах [1,с.105]. Для выбора лучшего из ряда вариантов капитальных вложений используется показатель приведенных затрат, определяется сравнительная эффективность капитальных вложений.

Осуществление любых инвестиционных проектов предполагает разрыв во времени между вложениями и доходами. Необходимо сопоставлять затраты и будущие доходы, для чего осуществляется дисконтирование. Оно определяет сколько сегодня стоит будущая сумма денег.

Для определения путей повышения эффективности капитальных вложений предварительно уточняют и устанавливают факторы, влияющие на их использование[3, с.51].

Повышение эффективности инвестиций капитального характера возможно за счет сокращения сроков и уменьшения объема незавершенного производства, повышения урожайности сельскохозяйственных культур. Полная загрузка производственных мощностей, совершенствование отношений собственности, использование качественных промышленных средств для сельского хозяйства, разнообразных источников финансирования капитальных вложений обеспечивают высокий уровень хозяйствования.

Список использованной литературы

1. Баранова И.В., Раджабов Р.Г., Насиров Ю.З. Эффективность инвестиций [Текст]: уч. пособие / И.В. Баранова, Р.Г. Раджабов, Ю.З. Насиров - п. Персиановский, 2015 - 42 с.

2. Косенко Т.Г. Эффективность инвестиций В сборнике: Современные научные исследования: актуальные теории и концепции сборник материалов XIV Международной научно - практической конференции. 2016. С. 102 - 103.

3. Сергеев А.В. Особенности интенсификации сельскохозяйственного производства / А.В. Сергеев, А.С. Фокин // Современные экономические системы: состояние и перспективы аука. Новый взгляд Сборник научных докладов. Sp. z o.o. «Diamond trading toug». 2015. С. 50 - 52.

© Косенко Т.Г., 2019

Круглик Е.Д.

студент 2 курса БарГУ

г. Барановичи, Республика Беларусь

Филонович М.Г.

студент 2 курса БарГУ

г. Барановичи, Республика Беларусь

Гриц Е.Н.

магистр экономических наук,

преподаватель БарГУ

г. Барановичи, Республика Беларусь

РЫНОК ТРУДА МОЛОДЕЖИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ

Аннотация

В данной статье рассмотрены теоретические и практические аспекты формирования и регулирования рынка труда молодежи в Беларуси. Показаны особенности и характерные

черты этого сегмента рынка рабочей силы, основные проблемы молодых людей на рынке труда. Предложены пути по повышению эффективности молодежной занятости.

Ключевые слова

Рынок труда молодёжи, безработица, молодёжь

Рынок труда молодежи является одним из видов рынка труда, выделяемым по демографическому признаку и включает население в возрасте от 15 до 34 лет [1].

В Беларуси, как и во многих других странах, молодежь, впервые вышедшая на рынок труда, не имеющая профессии или достаточных профессиональных навыков, относится к одной из наиболее уязвимых групп населения. Государство предоставляет для молодежи дополнительные гарантии занятости. Среди них бронирование рабочих мест для молодых людей, впервые ищущих работу в возрасте до 21 года, преимущественное право при направлении на обучение для повышения квалификации, организация профессионального обучения безработных из числа молодежи.

Впрочем, проблемы обеспечения занятости молодежи не могут рассматриваться изолированно от общей ситуации на рынке труда. По мнению экспертов, для нашей страны по-прежнему актуальна проблема дисбаланса спроса и предложения. Для его снижения Минтруда и соцзащиты с этого года разрабатывает прогноз баланса трудовых ресурсов. На основе этих планов Министерство образования будет формировать контрольные цифры приема для подготовки востребованных кадров [2].

Изучая статистические данные молодежного рынка труда, размещенные на сайте Национального статистического комитета Республики Беларусь, можно прийти к выводу, что в целом уровень безработицы с каждым годом снижается. Для более детального исследования проблемы рассмотрены данные за 2016 - 2018 года.

Рассмотрев статистику 2016 года, можно заметить, что уровень безработицы молодежи в возрасте от 15 до 19 лет от общего количества (140810 человек) составил 7745 человек или 5,5 %, от 20 до 24 лет – 46146 человек (32,7 %), от 25 до 29 лет – 46347 человек (33 %), от 30 до 34 лет – 40572 человека (28,8 %).

В 2017 году можно заметить, что уровень безработицы молодежи в возрасте от 15 до 19 лет от общего количества (127949 человек) составляет 7156 человек или 5,6 %, от 20 до 24 лет – 40209 человек (31,4 %), от 25 до 29 лет – 41700 человек (32,6 %), от 30 до 34 лет – 38884 человека (30,4 %).

В 2018 году уровень безработицы молодежи в возрасте от 15 до 19 лет от общего количества (108653 человек) составляет 7981 человек или 7,3 %, от 20 до 24 лет – 39314 человек (36,2 %), от 25 до 29 лет – 30837 человек (28,4 %), от 30 до 34 лет – 30521 человека (28,1 %).

Из этого можно сделать вывод, что в 2016 году уровень безработицы среди молодежи от 15 до 29 лет увеличивался, а в возрасте от 30 до 34 лет уровень безработицы существенно снизился. В 2017 году от 15 до 29 лет уровень безработицы возрастал, а от 30 до 34 лет снизился почти на 3000 человек. В 2018 году тоже существенно снижался.

С каждым годом ситуация на рынке труда молодежи улучшается, однако, данная проблема остается актуальной. Сегодня в Беларуси удельный вес работающей молодежи составляет 22,6 %. Доля молодежи среди безработных – 28,5 % (30,8 % в 2017 году) [3].

Существует ряд причин возникновения безработицы со стороны предложения труда на рынке труда молодежи: сниженная конкурентоспособность молодежи на рынке труда; отсутствие у части молодых людей опыта самоопределения на рынке труда, умения социализации и адаптации; стремление к накоплению избыточного образования; неравномерное распределение предпочтений молодежи при трудоустройстве.

Представителями Минобразования, Минтруда и соцзащиты вместе с членами Молодежной палаты планируется разработать пакет необходимых для решения этих вопросов мер, вести наблюдение за текущей ситуацией, чтобы при необходимости оперативно предлагать дополнительные шаги. Для решения исследуемой проблемы необходимо дальнейшее государственное вмешательство.

Список использованной литературы:

1. Современная экономика труда : моногр. / Рук. авт. кол - ва и научн. ред. В. В. Куликов ; Институт труда М - ва труда России (НИИ труда). – М. : Финстатинформ, 2001. – 660 с.
 2. SB.BY Беларусь сегодня [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/v-belarusi-snizhaetsya-chislennost-bezrobotnoy-molodezhi.html>. — Дата доступа: 23.12.2019.
 3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>. — Дата доступа: 23.12.2019.
- © Круглик Е.Д., Филонович М.Г., Гриц Е.Н., 2019

Кубарев В.А.,

студент

Инженерно - экономический факультет

ЯГТУ,

г. Ярославль, Российская Федерация

РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В РОССИИ

Аннотация

В статье рассматривается вопрос корпоративной социальной ответственности как один из первостепенных аспектов в построении успешного бизнеса. Представлены современные подходы к КСО в отечественной практике.

Ключевые слова

Корпоративная социальная ответственность, международные стандарты, стратегия, управление, внешняя среда

Глобальные изменения в социальной, экономической, экологической сферах способствовали зарождению новых форм взаимодействия бизнеса и принципов

организации социального сервиса. Одной из таких форм по праву считается корпоративная социальная ответственность.

На сегодняшний день этот вопрос является одним из первостепенных в построении успешного бизнеса. Причинами роста значимости КСО на данный момент можно считать: глобализацию, возросшую роль бизнеса, изменчивость внешней среды, жесткую конкуренцию.

По сравнению с большинством зарубежных стран в России корпоративная социальная ответственность является добровольной и не закреплена на законодательном уровне. Однако существует ряд документов, регламентирующих и характеризующих социальную ответственность российских компаний: Меморандум о принципах КСО; Кодекс предпринимательской этики «12 принципов ведения дел в России»; Социальная хартия российского бизнеса; Базовые индикаторы результативности; Глобальный договор ООН.

В отечественной практике принятие компаниями современных подходов КСО происходит значительно медленнее, чем на зарубежных предприятиях. Большинство существующих международных стандартов и подходов к развитию КСО очень тяжело внедряются в реалии российского бизнеса. По большому счету это связано с тем, что у современных отечественных компаний отсутствует четкое представление реализации стратегии корпоративной социальной ответственности. В большинстве случаев мероприятия по реализации имеют краткосрочный и разовый характер. Наряду с низким уровнем интеграции страны в глобальную экономику и информационное пространство, а также с отсутствием традиций корпоративного управления и неудовлетворительным положением общественных структур, привело к повышению роли политического фактора в распространении социальной ответственности бизнеса.

Несмотря на устоявшиеся зарубежные модели корпоративной социальной ответственности, отечественная модель представляет собой некий симбиоз иностранных практик и отличительных особенностей, присущих нашей стране: преобладание моногородов; менталитет населения; традиции корпоративного управления; социальная и политическая ситуация в стране. Все эти особенности должны учитываться как для разработки единых принципов КСО в России, так и индивидуальных подходов в отдельных компаниях.

Одним из перспективных направлений развития КСО в России можно считать комплексную разработку мотивационных и технических мер, способствующих снижению негативного влияния на окружающую среду путем экономии и рационального использования природных ресурсов и ресурсов самого предприятия. Такой принцип получил название «Зеленый офис». Кроме экологических моментов, важным направлением является принцип прозрачности всей деятельности организации в рамках КСО. Это достигается за счет составления нефинансовых отчетов, в том числе экологической отчетности. Еще одним немаловажным направлением на отечественных предприятиях, особенно в условиях кризиса и массового сокращения рабочих, считается разработка комплекса мер по переподготовке высвобождаемых работников и перевода их на новые рабочие места.

Несмотря на активное развитие корпоративной социальной ответственности в России, подавляющее большинство компаний имеет низкую социальную активность, что в первую очередь связано с низким уровнем давления на компании со стороны потребителей и

граждан. Стоит отметить, что в западных странах давление общественности на бизнес довольно высоко, благодаря чему и закрепились концепция современной корпоративной социальной ответственности. Также это связано с неоспоримой ролью государства и органов власти, которые оказывают давление на отечественные компании. Благодаря государству, КСО в России определено как первостепенный принцип взаимодействия между бизнесом, обществом и государством.

Подводя итоги, стоит отметить, что культура корпоративной социальной ответственности в России находится на этапе становления. Опираясь на зарубежный опыт, происходит формирование собственной модели, с учетом отличительных особенностей. Если организация будет вкладывать средства в экологические и социальные программы, то в будущем ее ожидает благоприятное социальное окружение, как итог – устойчивое финансово - экономическое положение.

Список использованной литературы

1. Андрейчева М.А., Страусова А.А. Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие. Ярославль: Издательство Ярославского Государственного Технического Университета, 2016 – 95 с.

2. Корпоративная социальная ответственность: учебник и практикумы для академического бакалавриата / под общ. ред. В. Я. Горфинкеля, Н. В. Родионовой. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 570 с.

© Кубарев В.А., 2019

Кузнецов В.В.

аспирант

Тульский государственный университет

г.Тула, Российская Федерация

ФИНАНСОВЫЙ КОНТРОЛЬ ПОСТАВЩИКОВ КАК ЭЛЕМЕНТ ИННОВАЦИОННОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ЗАКУПКАМИ КОМПЛЕКТУЮЩИХ ИЗДЕЛИЙ И УЗЛОВ

Аннотация

В статье рассмотрены вопросы финансового контроля денежных потоков в цепочках кооперации при поставках комплектующих изделий и узлов. Показано, что подобный финансовый контроль является элементом инновационного механизма управления закупками и позволяет уменьшить риск нарушения графиков поставок комплектующих изделий. В связи с весьма значительным количеством поставщиков и договоров при финансовом контроле всех цепочек кооперации целесообразно использовать инновационные технологии обработки «больших данных» (Big Data) и элементы искусственного интеллекта.

Ключевые слова:

Денежные потоки, финансовый контроль, управление закупками, большие данные, искусственный интеллект.

В современных условиях устойчивое развитие производственных предприятий невозможно без инновационного преобразования всех сфер их деятельности, в том числе цифровой трансформации в рамках Программы Правительства «Цифровая экономика Российской Федерации» [1]. При этом необходимо учитывать, что современные предприятия, выпускающие достаточно сложную продукцию, формируют цепочки поставщиков, которые производят комплектующие изделия и узлы, которые по каким - либо причинам невыгодно производить на предприятии - заказчике. Для управления подобным аутсорсингом или субконтрактингом существует ряд современных механизмов управления закупками [2]. Однако при этом не рассматривались проблемы управления возникающими в этой сфере денежными потоками, которое является неотъемлемым элементом механизма управления закупками. Задачей этого механизма является обеспечение бесперебойного снабжения производства комплектующими при их необходимом качестве. Следует также стремиться к снижению связанных с поставками затрат и рисков.

Для многих предприятий объем закупок комплектующих составляет до 70 % от общего объема продукции. Поскольку комплектующие являются более дорогостоящими поставками, чем материалы, то именно в этой сфере формируются наиболее существенные денежные потоки. Вместе с тем предприятия - поставщики комплектующих также размещают заказы на материалы и комплектующие более низких уровней на своих предприятиях - смежниках (поставщиках) и т.д. В результате формируются связанные производственной кооперацией цепочки смежников (поставщиков), которые на всех уровнях, кроме самого нижнего одновременно являются и покупателями и поставщиками. В подобных разветвленных системах кооперации существуют разветвляющиеся потоки платежей, которые характеризуются определенной стохастичностью, так как не всегда соблюдаются указанные в договорах сроки платежей. Подобное несоблюдение сроков, которое может начинаться с предприятия, находящегося в начале цепочки производственной кооперации, может вызвать задержки в оплате смежников (поставщиков) первого, второго и последующих уровней. Задержки в оплате в ряде случаев приводят к задержкам в поставках комплектующих и материалов на всех уровнях цепочки кооперации, которые могут нарушить производственный процесс на соответствующих предприятиях, особенно, если они функционируют в соответствии с инновационной логистической концепцией «Just In Time».

Для исключения этого негативного явления в рамках инновационного механизма управления закупками необходимо осуществлять финансовый контроль поставщиков со стороны основного (головного) предприятия. Условия этого контроля оговариваются в договорах с поставщиками. Контроль заключается в информировании основного (головного) предприятия, находящегося в начале цепочки кооперации, о сроках и суммах выплат со стороны предприятия - смежника (поставщика) первого уровня предприятиям - смежникам (поставщикам) второго уровня. Аналогично можно получать информацию о сроках и объемах платежей и на более низких уровнях. При этом отдельной задачей

является определение оптимального уровня цепочки, до которого целесообразно осуществлять подобный контроль. В результате могут быть определены возможные задержки в оплате, на основе которых можно экспертными методами оценить возможные риски несвоевременной поставки. В связи с весьма значительным количеством поставщиков и договоров при финансовом контроле всех цепочек кооперации целесообразно использовать инновационные технологии обработки «больших данных» (Big Data) и элементы искусственного интеллекта. Подобный финансовый контроль может повысить финансовую дисциплину предприятий - поставщиков комплектующих и позволит уменьшить риск нарушения графиков поставок комплектующих изделий, что в конечном итоге обеспечит своевременное выполнение заказов.

Список использованной литературы

1. Цифровая экономика Российской Федерации. Программа. Утверждена Правительством Российской Федерации № 1632 - р от 28 июля 2017 г.

2. Бочкарева Е.П., Волкова В.Н. Инструменты и методы управления обеспечением машиностроительного предприятия комплектующими изделиями / Научно - технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2013. № 6–1 (185), с. 258–268.

© В.В. Кузнецов, 2019

Лабенский А. В.

преподаватель ВУЦ, г. Краснодар, РФ

Трубников В. Г.

курсант ВУЦ, г. Краснодар, РФ

Басеев А. С.

курсант ВУЦ, г. Краснодар, РФ

ЦИФРОВИЗАЦИЯ АПК В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация

В статье рассматривается проблема и роль внедрения цифровизации в агропромышленный комплекс с целью повышения уровня конкурентоспособности отечественного сельскохозяйственного рынка в рамках нестабильной политико - экономической ситуации в стране. Обоснуется необходимость апробации инновационных цифровых моделей в сельскохозяйственных организациях, и выделяются положительные стороны эффективности и результативности их использования на примере процедур по борьбе с сорняками и уборке урожая.

Ключевые слова

Агропромышленный комплекс, цифровизация, конкурентоспособность, продовольственная безопасность.

При определении цифровых технологий в сельском хозяйстве следует отметить, что они представляют собой информацию, которая собирается в ходе производственной

деятельности и становится источником дальнейших вычислений всего технологического процесса. При этом такие сведения являются не просто данными для хозяйственного учета, а прежде всего, корректным и задействованным в оптимизационной работе инструментом.

По мнению многих специалистов, будущее агрохолдингов видится в создании на них отдела по созданию цифровых моделей, где собираются производственные результаты текущего сезона и сохраняются для дальнейших вычислений и сравнений. Данный технологический процесс на поле называется цифровой моделью с собранными данными на всех уровнях планирования и учетного факта, при этом с появлением каждого нового опыта возникает обновленный вариант. Только собственная цифровая модель позволит повысить точность планирования всех мероприятий и прогнозировать урожайность [3].

Любые изменения нужно начинать непосредственно с первичных данных, так как только они дают наиболее верное представление о потребностях и особенностях конкретной организации. Точность планирования увеличивается при наличии определенных сведений, и чем глубже цифровизация, тем выше данный показатель. Информация, собранная с поля, данные о культурах, агрегатах, оборудовании позволяют планировать точные ремонты и так далее.

Более подробно рассмотрим использование цифровой технологии на процессе борьбы с сорняками. Часто встречаемая у многих сельхозпроизводителей проблема засоренности полей, несмотря на своевременное применение всех запланированных гербицидов. В этом случае настроенные инструменты управления данными с поля могут рассказать об особенностях использования того или иного препарата, чтобы мероприятия проводились в оптимальные даты. Главными сведениям в модели для мониторинга засоренности являются уровень вегетации, на основании которого определяется пораженность территории сорняками по состоянию на текущий момент времени, своевременность применения гербицида и качественная вероятность роста вредителя, построенная на прогнозных сведениях о погоде. Обозначенные параметры необходимо определять для заданного процента посевов на поле, вычислять даты развития сорняка и критический уровень, а также эффективность применения препарата [1].

Основной проблемой внедрения разработок цифровизации является то, что отсутствуют кадры с наличием знаний по агрономии и IT - технологиям в одном лице. Поэтому как следствие при открытии цифрового проекта допускаются ошибки в знаниях животноводства или растениеводства, однако и данная ситуация вполне решаема [2].

Таким образом, можно сделать вывод, что внедрение подобной цифровой модели в агропромышленной организации может способствовать более точному, быстрому и эффективному результату при полевых работах, с учетом качественного первичного сбора и обработки информации по создаваемой модели. Активное внедрение цифровизации в аграрный сектор улучшит состояние факторов конкурентоспособности выращиваемой и перерабатываемой сельскохозяйственной продукции за счет улучшения плодородия почв, оптимизации структуры посевных площадей, системного развития кормопроизводства для животноводства, зонального районирования сельскохозяйственных культур, грамотного применения адаптированных к условиям сортов растений, технологической модернизации в целом.

Список использованной литературы:

1. Айтпаева А. А. Цифровизация сельского хозяйства в контексте повышения конкурентоспособности отечественного АПК // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. – 2019. – №. 3.
2. Ермоленко О. Д., Миронова О. А., Богданова Р. М. Тенденции, проблемы и перспективы цифровизации АПК России (на примере виноградно - винодельческого подкомплекса) // Развитие цифровой экономики в условиях деглобализации и рецессии. – 2019. – С. 354 - 378.
3. Курдюмов А. В. Эволюция конкурентоспособности агропромышленного комплекса в условиях цифровизации производственной деятельности // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. – 2019. – №. 2. – С. 67 - 72.
4. Мониторинг рынков АПК: Министерство сельского хозяйства Российской Федерации [Электронный ресурс] / . — Электрон. журн. — Режим доступа: mscx.ru /
© Лабенский А. В., Трубников В. Г., Басеев А. С. 2019

Левина А.А.,
студентка 4 курса
Института Экономики и Управления
ФГАОУ ВО «СКФУ»,
г. Ставрополь, Российская Федерация

КАК ИННОВАЦИИ И ЦИФРОВИЗАЦИЯ ВЛИЯЮТ НА БАНКОВСКИЙ СЕКТОР РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация

В статье рассматриваются инновации и процессы цифровизации экономики, затрагивающие финансовую систему Российской Федерации в целом, а также, в частности, оказывающие влияние на банковский сектор.

Ключевые слова

Инновации, цифровизация, банк, банковский сектор, финансовая система, экосистема цифровой экономики.

Цифровизация финансовой системы выступает основным направлением развития современной экономики: банковский сектор потратил на IT - технологии в 2018 г. около 519 млрд долл., что на 4,1 % больше, чем в 2017 г. Для того, чтобы банковскому сектору поддерживать конкурентоспособность, необходимо соответствовать понятию «цифровой» и поддерживать глобальные тенденции внедрения инновационных технологий - идентификация клиентов по сетчатке глаза и отпечаткам пальцев, чат - боты в клиентской поддержке и call - центрах, «умные» цифровые отделения без физических банковских сотрудников.

В настоящее время глобальная экономика движется в сторону образования цифровых экосистем, главная особенность которых в том, что клиент посредством одной из компаний

- участников через связанные сервисы имеет доступ ко всем остальным организациям финансовой экосистемы. Создание цифровой экосистемы выступает важным фактором в конкурентной борьбе кредитных и финансовых организаций. В России главным субъектом, формирующим вокруг себя цифровую экосистему, на данный момент является ПАО «Сбербанк».

Применение цифровых технологий предполагает фундаментальное изменение принципов предоставления услуг и бизнес - процессов взаимодействия между субъектами финансового, и, в частности, банковского сектора, а также увеличение объемов и скорости производимых транзакций [1]. Технологические инновации приводят к повышению эффективности финансового рынка, снижают стоимость входа на рынок новых компаний, формируют потребительские предпочтения.

В таблицу 1 сведены некоторые результаты внедрения цифровых технологий с пояснениями.

Таблица 1 - Результаты внедрения цифровых технологий

Клиентоориентированность	<ul style="list-style-type: none"> - повышение доступности финансовых услуг за счет появления новых способов их предоставления; - облегчение обмена информацией - расширение продуктовой линейки; - снижение издержек; - адаптация услуг под запросы клиентов за счет эффективной обработки данных
Получение услуги «в один клик»	Создание платформенных решений доставки финансовых продуктов, способных привести к доминированию дистрибьюторов над первичными производителями; ключевой фактор - эффективность, низкие издержки
Удаленная идентификация	Призвана решить проблему физической доступности финансовых услуг и преобразовать основывающиеся на физическом присутствии бизнес - модели участников финансового сектора
Использование технологий «больших данных»(Big Data)	Способствует привлечению и удержанию клиентов – потребителей финансовых услуг, противодействию мошенничеству в финансовой сфере, формированию конкурентной среды

Стоит сказать, что один из важнейших факторов инновационного развития - умение взаимодействовать с технологическими компаниями при совместной разработке и внедрении инновационных решений, аутсорсинге инноваций и в рамках иных форм сотрудничества. В данном случае стратегическими партнерами банков выступают агрегаторы пользовательской информации, предоставляющие доступ к внешним данным о клиентах: операторы связи, социальные сети.

В отчете Центрального Банка РФ «Основные направления развития финансовых технологий на период 2018 – 2020 годов» схематично приведены основные направления финансовой инфраструктуры с реализуемыми функциями (рисунок 1) [2].



Рисунок 1 - Основные направления развития финансовой инфраструктуры

Также обратимся к информационно - аналитическому обзору «Российская банковская система сегодня», выпущенному Ассоциацией Банков России, в котором представлено целевое видение банковского сектора России до 2030 г. (таблица 2) [1].

Таблица 2 - Целевое видение банковского сектора России до 2030 г.

Со стороны бизнеса	<ul style="list-style-type: none"> - цифровизация сократит расходы банков на 10 – 15 % ; - использование больших данных позволит точно оценивать клиента и снизить риск при выдаче кредитов; - значительная часть доходов банков - от продажи небанковских продуктов и услуг;
Со стороны клиентов	<ul style="list-style-type: none"> - в рамках экосистем клиент получает в одном месте и банковские услуги, и телекоммуникационные, и услуги розничной торговли и др.; - благодаря внедрению новых технологий, включая блокчейн, банковские операции производятся мгновенно; - клиенты получают только персонализированные предложения
Отрасль в целом	
Банковский сектор	Новатор в инновационных решениях, поставщик кадров для других отраслей
Небанковские игроки	Телекоммуникационные и IT - компании полноценно конкурируют с банками, предлагая традиционные банковские услуги

Крупные банки	Предоставляют широкий спектр услуг клиентам в рамках собственных финансовых экосистем
Другие сегменты	Сегменты, не охваченные банковскими экосистемами, обслуживаются нишевыми игроками

Проанализировав приведенные цели и направления развития банковского сектора, составленные по данным ЦБ РФ и Ассоциация Банков России (рисунок 1 и таблица 2), видно, что предполагаются одни и те же изменения банковского сектора, не противоречащие друг другу.

Однако, развитие инноваций в банковской системе сопряжено с рядом проблем (рисунок 2).



Рисунок 2 – Основные факторы, препятствующие развитию информационных технологий в российской банковской системе, %

Анализ рисунка 2 показывает, что наиболее значимыми факторами, препятствующими развитию информационных технологий в российской банковской системе, оказались высокие затраты на внедрение инновационных технологий и низкая финансовая грамотность населения, по мнению 57 % опрошенных респондентов. На проблему недостатка квалифицированных кадров обратили внимание 52 % респондентов, а 30 % указали на жесткую политику ЦБ РФ в сфере регулирования использования технологий [3].

Таким образом, трансформация традиционной банковской деятельности в цифровой банкинг займет определенную историческую нишу. Длительность этого периода будет определяться предпочтениями потребителей финансовых услуг и уровнем их цифровой и финансовой грамотности, уровнем защиты финансовых активов от несанкционированного доступа и утечки данных, состоянием конкурентной и регуляторной среды, готовностью к преодолению возникших проблем, препятствующих распространению финтех в России.

Список использованной литературы

1. Информационно - аналитическое обозрение «Российская банковская система сегодня». Электронный ресурс. Режим доступа: https://asros.ru/upload/iblock/c30/20397_informatsionnoanaliticheskoeobozreniesentyabr2019.pdf
2. Основные направления развития финансовых технологий на период 2018 – 2020 годов. Электронный ресурс. Режим доступа: https://cbr.ru/StaticHtml/File/36231/ON_FinTex_2017.pdf

3. Оценка влияния финансовых технологий на банковскую деятельность в России. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://issek.hse.ru/news/256838539.html>

© Левина А.А., 2019

Лешко К.О., Каложная Ю.А., студентки 3 курса
Научный руководитель: **Пискун В.Э.**, старший преподаватель, м.и.н.
УО «Барановичский государственный университет»
г. Барановичи, Республика Беларусь

ПОНЯТИЕ ОБОРОТНЫХ СРЕДСТВ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация

В данной статье раскрыты понятие и структура оборотных средств. Приведено обоснование необходимости грамотного и рационального использования оборотных средств. Рассмотрены основные методы и формулы для расчёта основных показателей оборотных средств предприятия и приведена их характеристика

Ключевые слова

Оборотные средства, фонды, предприятие, методы, показатели

Современные экономические условия характеризуют нестабильность экономической ситуации в стране. Предприятия, в ходе своей деятельности, сталкиваются со значительными трудностями при финансировании оборотного капитала. При эффективной деятельности предприятия имеют возможность направлять некоторую долю своей прибыли на пополнение собственных оборотных средств [1, с. 46].

На сегодняшний день в процессе развития деятельности любого хозяйствующего субъекта важным показателем является уровень эффективности управления оборотным капиталом. Финансовое положение предприятия отражает грамотную организацию управления запасами, дебиторской задолженностью и денежными средствами и помогает определить рентабельность и ликвидность предприятия.

Для непрерывного процесса производства и реализации продукции каждая без исключения организация, занимающаяся хозяйственной деятельностью, должна иметь оборотные средства (оборотный капитал). С одной стороны, оборотные средства – это денежные средства, которые направлены в оборотные производственные фонды и фонды обращения. Понятие оборотных средств определяется их экономической сущностью, необходимостью обеспечения бесперебойного воспроизводственного процесса, которая включает и процесс производства, и процесс обращения. С другой же стороны, оборотные средства – это и есть денежные средства предприятия.

Оборотные средства включают в себя оборотные фонды и фонды обращения. Оборотные фонды представляют собой предметы труда в виде производственных запасов. К производственным запасам относятся производственные материальные запасы, незавершенное производство с малоценными и быстроизнашивающимися предметами и расходы будущих периодов.

Фонды обращения выполняют определенные функции в сфере обращения и могут содержать в себе остатки готовой продукции на складе предприятия, отпущенную и не оплаченную покупателями продукцию, денежные средства в расчетах, на расчетном счете, в кассе.

Нормируемые оборотные средства – это величина производственных запасов, незавершенного производства и некоторых других видов оборотных средств, которые необходимы предприятию с целью обеспечения нормального бесперебойного производства. Как правило, нормируемые оборотные средства рассчитываются заранее.

По результатам расчета показателей нормируемых оборотных средств определяется размер собственных оборотных средств, которыми постоянно должно обладать предприятие. При этом учитываются устойчивые пассивы, которые складываются из средних сумм задолженности предприятия по выплате заработной платы, оплаты отпусков и иных выплат из фондов.

Для расчета показателей нормируемых и ненормируемых оборотных средств предприятия часто используют экономико - математические методы и модели (далее ЭМММ). ЭМММ позволяет спрогнозировать на перспективу саму величину оборотных средств, а также ряд других характеристик, которые характеризуют величину оборотных средств. С помощью моделей проводятся расчеты по таким показателям как транспортные расходы, объем производственных запасов, материалов, сырья, продукции. На сегодняшний день в производстве при расчете данных показателей используется множество способов исчисления, но с прогрессирующим развитием научно - технического прогресса проводить расчет данных стало намного проще и легче. На предприятиях сейчас применяются компьютерные программы, которые помогают специалисту быстро и эффективно рассчитать, и спрогнозировать показатели на будущее.

На многих предприятиях нормирование оборотных средств происходит с помощью трех основных методов:

1. Аналитический метод. Используется лишь тогда, когда на предприятии не предполагаются существенные изменения.

2. Коэффициентный метод. Он предполагает, что нормативы оборотных средств на планируемый период рассчитываются таким путём как внесения поправок, которые состоят из коэффициентов и будут вноситься в нормативы предшествующего периода. Такие коэффициенты учитывают изменение объема производства, оборачиваемость оборотных средств, ассортиментные сдвиги, а также другие факторы.

3. Метод прямого счета. Основывается на том, что расчет суммы оборотных средств осуществляется по каждому конкретному виду товарно - материальных ценностей. Как результат, норматив определяется по каждому элементу нормируемых оборотных средств. Данный метод является наиболее точным, обоснованным, но довольно трудоемким [2].

Для характеристики основных показателей оборотных средств используют:

1. **Коэффициент оборачиваемости.** Суть данного расчёта, помогает определить количество оборотов, совершаемое фондами за определенный промежуток времени.

$$K_o = \frac{РП}{O_{cp}}, (1)$$

где РП – объем реализованной продукции, руб.;

O_{cp} – средняя остаточная стоимость сырья и материалов.

2. **Длительность одного оборота** показывает время, которое было затрачено на один производственный цикл.

$$Д = \frac{T}{K_o}, (2)$$

где T – это общее количество дней.

3. **Удельный расход сырья и материалов.** Позволяет определить сколько материалов и сырья нужно затратить на производство 1 единицы продукции.

$$m = \frac{M}{q}, (3)$$

где M – общая величина расхода материалов в натуральных единицах;

q – количество единиц произведенной продукции в штуках.

4. **Материалоемкость** определяет стоимость материальных ресурсов, затраченных на изготовление 1 единицы продукции.

$$M = \frac{C}{Q}, \quad (4)$$

где C – фактические затраты ресурсов, руб.;

Q – весь объем товаров и услуг, руб. [3].

Таким образом, предприятию для того, чтобы эффективно и грамотно управлять оборотными средствами и не допустить остановки процесса производства необходимо точно определять норматив оборотных средств. Внимательный и правильный расчет показателей оборотных средств сможет оградить предприятие от ошибок, непредвиденных затрат, нарушений, которые непременно связаны с производством.

Список использованных источников

1. Кондратьева, М. Н. Экономика предприятия: учеб. Пособие / М. Н. Кондратьева. — Ульяновск: УлГТУ, 2008.

2. Методы расчета оборотных средств. [Электронный ресурс]. URL: https://studopedia.ru/7_43417_vopros--metodi-rascheta-normativov-oborotnih-sredstv.html. Дата доступа: 20.12.2019

3. Показатели эффективности оборотных средств. [Электронный ресурс]. URL: https://studopedia.ru/1_46641_pokazateli-effektivnosti-ispolzovaniya-oborotnih-sredstv.html. Дата доступа: 20.12.2019

© Лешко К.О., Калюжная Ю.А., 2019

Лопастейская Л.Г.

к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

Ахметова Л.Р.

Студентка гр. БАмз - 11

ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный технический университет»

ПОНЯТИЕ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ЕГО ПОДДЕРЖКА РОССИЙСКИМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВОМ

Аннотация. Под субъектом малого предпринимательства понимаются коммерческие организации и ИП, которые соблюдают определенные условия в соответствии с Законодательством РФ и деятельность которых направлена на получение прибыли.

Ключевые слова. Субъекты малого предпринимательства, малый бизнес, государство, реестр, бизнес, государство.

Малый бизнес в России не только не теряет свою актуальность в современном мире, а более того, пользуется особыми привилегиями или льготами, которые характерны только для него. Что касается государства, то оно в данной сфере занимает далеко не последнее место. Государство идет навстречу малому бизнесу, путем снижения налоговой и административной нагрузки на него. В результате данной деятельности мы получаем как рост занятости населения, так и снижение социальной напряженности.

Не стоит забывать про субъекты малого предпринимательства. Если коснемся данного определения, то сможем понять что это, и кто относится в эту категорию.

Субъект малого предпринимательства – это как российская коммерческая организация, так и индивидуальный предприниматель, которые преследуют получение прибыли [5].

К ним относятся:

- крестьянские (фермерские) хозяйства;
- производственные и сельскохозяйственные кооперативы;
- хозяйственные партнерства.

В данном разделе государство играет значимую роль, так как именно оно устанавливает критерии отнесения к субъектам малого предпринимательства. К ним относятся численность работников и размер получаемого дохода, более подробно об отношении к МСПнам расскажет закон от 24.07.2007 № 209 - ФЗ (ред. от 18.07.2019) статья 4. [3]

С введением нововведений изменились и критерии, вот некоторые из них:

– внесены поправки в закон №209 - ФЗ, значимое количество предприятий и ИП могут быть отнесены к малому бизнесу.

– изменены максимально допустимые суммы годовой выручки без НДС. Для микропредприятий она возросла с 60 до 120 млн рублей, что касается малых предприятий, то с 400 до 800 млн рублей.

Что касается среднесписочной численности работников, то тут изменений не наблюдалось (не более 15 человек для микропредприятий, и не более 100 человек для малого предприятия).

Как было выше сказано, государство создает особые условия для микро - и малого бизнеса, для преследования целей:

- обеспечить самозанятость;
- снизить расходы из бюджета на пособия по безработице;
- развить новые, малозатратные сферы деятельности.

Данные цели можно достичь путем упрощения процедуры гос. регистрации, уменьшения налоговой нагрузки, введения безвозвратных субсидий.

Основной список преференций для субъектов малого предпринимательства включает:

1. налоговые льготы.

Применения таких режимов, как УСН, ПСН и других, позволяет снизить налоговую ставку. Применения закона о налоговых каникулах позволяет в течение двух лет не платить налог по режиму ПСН и УСН.

2. финансовые льготы.

Это поддержка, в виде грантов и субсидий. Финансирование можно получить на возмещение затрат по лизингу, процентам по кредитам и многим другим.

3. административные льготы.

Здесь применяются послабления, такие как упрощенный бухучет, кассовая дисциплина, надзорные каникулы и другие.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Законы РФ. Федеральный закон РФ от 06.12.2011 № 402 - ФЗ «О бухгалтерском учете» (ред. от 26.07.2019) // Справочно - правовая система «Консультант Плюс».

2. Законы РФ. Федеральный закон от 26 июля 2019 г. № 245 - ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие» // Справочно - правовая система «Консультант Плюс» .

3. Законы РФ. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209 - ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (ред. от 18.07.2019) // Справочно - правовая система «Консультант Плюс» .

4. Ниворожкина, Л.И. статистические методы анализа данных: Учебник - Л.И. Ниворожкина, С.В. Арженовский, А.А. Рудяга. – М.: Риор, 2018г.– 320 с.

5. Лопастейска Л.Г., Корнилова Д.А. Особенности бухгалтерского учета на малых предприятиях // Информация как двигатель научного процесса: Сборник статей по итогам Всероссийской научной - практической конференции (Стерлитамак, 30 мая 2019г.) – Стерлитамак.: 2019г. – 196 - 198с.

© Лопастейская Л.Г., Ахметова Л.Р. 2019

Лопастейская Л. Г.

к.э.н. доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ, аудит»

Борисова Д. А.

студентка группы БАБд - 31

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА РСЧЕТОВ С ВНЕБЮДЖЕТНЫМИ ФОНДАМИ

Аннотация: В данной статье рассматриваются внебюджетные фонды, которые являются частью финансовой системы страны как одна из форм перераспределения и использования национального дохода.

Ключевые слова: внебюджетные фонды, страховые взносы, заработная плата, налоговая ставка, бухгалтерский учет.

Основное назначение внебюджетных фондов – это обязательное страхование, которое представляет собой систему экономических, организационных и правовых мер, направленных на компенсацию последствий изменения материального и социального положения граждан и наступления социальных страховых рисков.

Плательщиками взносов во внебюджетные фонды являются юридические и физические лица.

Внебюджетные фонды имеют ряд особенностей, которые отличают их от других звеньев финансовой системы:

- они имеют строго целевую направленность;
- средства фондов используются для финансирования государственных расходов, которые не финансируются из бюджета или финансируются в небольших объемах;
- некоторая часть доходов фондов формируется за счет страховых взносов юридических лиц;
- все имущество и денежные средства фондов находятся в государственной собственности и не входят в состав бюджетов.

Через государственные внебюджетные фонды осуществляется перераспределение части национального дохода в интересах отдельных социальных слоев населения.

Бухгалтерский учет расчетов с внебюджетными фондами – одно из направлений взаимодействия с контролирующими органами.

Для бухгалтерского учета расчетов с внебюджетными фондами используют счет 69 «Расчеты по социальному страхованию и обеспечению». К нему открываются субсчета для каждого вида расчетов:

- 69.1 «Расчеты по социальному страхованию»;
- 69.2 «Расчеты по пенсионному обеспечению»;
- 69.3 «Расчеты по страхованию».

На субсчете 69.1 «Расчеты по социальному страхованию» учитываются расчеты по отчислениям на государственное социальное страхование работников организации.

На субсчете 69.2 «Расчеты по пенсионному обеспечению» учитываются расчеты по отчислениям на пенсионное обеспечение.

На субсчете 69.3 «Расчеты по страхованию» учитываются по отчислениям расчеты на медицинское страхование работников организации.

Счет 69 «Расчеты по социальному страхованию и обеспечению» кредитуется на суммы отчислений на социальное страхование и обеспечение работников, их медицинское страхование, а также в фонд занятости, подлежащие перечислению в соответствующие фонды. Записи производятся в корреспонденции:

- со счетами, на которых отражено начисление зарплаты – в части отчислений, производимых за счет предприятия;
- со счетами 70 «расчеты с персоналом по оплате труда» - в части отчислений, производимых за счет персонала предприятия.

Также по кредиту счета 69 «Расчеты по социальному страхованию и обеспечению» отражается начисленная сумма пеней за несвоевременную уплату отчислений.

По дебету счета 69 «Расчеты по социальному страхованию и обеспечению» проводятся суммы, перечисленные в уплату начисленных отчислений, а также суммы, которые выплачиваются за счет отчислений, а также суммы, которые выплачиваются за счет отчислений на государственное социальное страхование, пенсионное обеспечение и медицинское страхование.

Суммы начисленных страховых взносов отражаются по дебету счетов, по которым отражается начисление заработной платы или других доходов работников организации:

Дебет 20,23,25,26,29,44,... Кредит 69.1 «Расчеты с ФСС по взносам на социальное страхование» - начислены страховые взносы с заработной платы работников организации в части, подлежащей перечислению в ФСС;

Дебет 20,08,23,25,26,29,44,91.2. Кредит 69.2 «Расчеты с ПФР по накопительной части трудовой пенсии» - начислены пенсионные взносы на финансирование накопительной части трудовой пенсии.

Дебет 20, 23, 25, 26, 29, 44,... Кредит 69.3 «Расчеты с ФОМС» - начислены страховые взносы с заработной платы работников организации, подлежащие перечислению в ФОМС.

Порядок отчислений на социальное страхование и обеспечение регулируется соответствующими законодательными и другими нормативными актами.

Государственные внебюджетные фонды подразделяются на:

- Пенсионный Фонд РФ;
- Фонд Социального страхования РФ;
- Фонд обязательного медицинского страхования.

Доходы государственных внебюджетных фондов формируются за счет:

- обязательных платежей, установленных законодательством РФ;
- добровольных взносов физических и юридических лиц;
- других фондов, предусмотренных законодательством РФ.

Пенсионный фонд, фонд социального страхования и фонд обязательного медицинского страхования имеют черты схожести:

1. они контролируются государством;

2. отчисления в них производятся от всех сумм оплаты, выплаченной работникам как в денежной, так и в натуральной форме, как за счет себестоимости, так и за счет чистой прибыли;

3. данные фонды по всей экономической структуре являются экономическими, т.е. внесенные в них суммы страховых взносов являются возвратными – работодатели, начисляя за своих работников страховых взносы, тем самым страхуют их.

Согласно п. 1 ст. 5 Закона о страховых взносах плательщиками страховых взносов являются страхователи, которые определяются в соответствии с федеральными законами о конкретных видах обязательного социального страхования. К ним относятся:

- 1) лица, производящие выплаты и иные вознаграждения физическим лицам:
 - организации;
 - индивидуальные предприниматели;
 - физические лица, не признаваемые индивидуальными предпринимателями;
- 2) лица, не производящие выплаты физическим лицам, - индивидуальные предприниматели, адвокаты, нотариусы, занимающиеся частной практикой.

Закон о страховых взносах не вводит особого порядка регистрации страхователей. Контроль осуществляется каждым фондом на основании данных об их учете (регистрации) в территориальных органах соответствующего фонда.

Объектом обложения страховыми взносами для организаций являются выплаты и иные вознаграждения, которые начисляются плательщиками страховых взносов в пользу физических лиц по трудовым и гражданско - правовым договорам, предметом которых являются выполнение работ, оказание услуг, а также по договорам авторского заказа, издательским лицензионными договорами и т.д. По всем страховым взносам ежеквартально сдается отчетность. В Федеральную налоговую службу подается бланк РСВ - 1 по итогам каждого месяца.

П. 3 ст. 431 НК РФ обязывает работодателей перечислять сумму взносов не позже 15 числа в месяце, следующим за периодом начисления зарплаты.

База для расчета величины взносов формируется за год. Новый отчет начинается с 1 января следующего налогового периода. По каждому типу взносов установлены лимиты, при превышении которых до конца года прекращаются обязательства по начислению и уплате в бюджет страховых сумм. Пределы рассчитываются отдельно для каждого сотрудника путем суммирования всех его доходов.

Установлены следующие ставки по взносам:

- для средств, которые начисляются в пользу пенсионного страхования – ставка 22 % в том случае, если доход сотрудника находится в пределах лимита и 10 % - для сумм, находящихся за пределами лимита;
- по социальным взносам, предназначенным для покрытия расходов ФСС, ставка 2,9 %, также применяется ставка в размере 1,8 % в отношении иностранных граждан;
- на медицинское страхование отчисления производятся в размере 5,1 %.

Расчеты по страховым взносам перешли в сферу влияния налоговых органов. Ежемесячные перечисления средств на социальные пособия. Обязательства по исчислению страховых взносов и подготовке отчетного материала по этим платежам возникают у всех категорий работодателей.

Список литературы:

1. Алисенов, А.С. Бухгалтерский финансовый учет: Учебник и практикум для СПО / А.С. Али - сенов. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 457с.
2. Бабаев Ю.А., Петров А.М. Теория бухгалтерского учета. - М.: Проспект, 2016 год.
3. Головченко, А.В. Негосударственные пенсионные фонды в России: состояние и проблемы // Российское предпринимательство. 2015. № 12 (210). С. 17 - 24.
4. Евстигнеев, Е.Н. Налоги и налогообложение. Теория и практикум [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Н. Евстигнеев, Н.Г. Викторова. — Электрон. дан. — М.: Проспект, 2015. — 520 с.
5. Захарьин, В. Р. Налоги и налогообложение : учеб. пособие / В. Р. Захарьин. – 3 - е изд., перераб. и доп. — М. : ФОРУМ : ИНФРА - М, 2017. – 336 с.

© Лопастейская Л. Г., Борисова Д. А. 2019

Лопастейская Л.Г.

К.э.н., доцент УлГТУ,

г. Ульяновск

Дубок К.И.

Ст. гр.Бамз - 11 УлГТУ,

г. Ульяновск

ВАРИАНТЫ УПРОЩЕННОГО ВЕДЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ДЛЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Аннотация

Максимальное упрощение процедур ведения бухгалтерского учета без нанесения ущерба выполнения поставленных перед ним задач – принцип любой организации, особенно субъектов малого предпринимательства, поскольку они ограничены финансовыми ресурсами.

Ключевые слова

Бухгалтерский учет, формы ведения, регистры, субъекты малого предпринимательства

Согласно Федеральному закону № 402 - ФЗ «О бухгалтерском учете» все экономические субъекты обязаны вести бухгалтерский учет. В упрощённом виде вправе применять субъекты малого бизнеса, некоммерческие организации, организации, получивший статус проекта «Сколково».

Варианты упрощенного ведения бухгалтерского учета проведены в двух документах:

– приказе Минфина России от 21.12.98 № 64н, указывающем на возможность организации учета: без использования регистров учета имущества СМП (простая форма) и с использованием регистров такого учета [1,64];

– рекомендациях, разработанные ИПБ РФ, предполагающие следующие формы ведения упрощенного бухгалтерского учета:

Полная форма – ведется посредством двойной записи с использованием регистров активов субъектов малого бизнеса. Она рекомендовано вести тем предприятиям, которые ведут разностороннюю деятельность, требующую отражения в учете всех ее аспектов, но допускающую достаточность укрупненных показателей для ее оценки, поскольку она позволяет рационально организовать учет предприятия, в который имеются большие затраты материальных ресурсов; имеются большое количество операций по движению материальных ценностей и расчетов.

Полная форма ведения бухгалтерского учета предполагает для регистрации фактов хозяйственной жизни субъекта малого предпринимательства использование комплекса ведомостей. Пример таких ведомостей проведены Типовых рекомендациях № 64н, а также в рекомендациях для субъектов малого предпринимательства, разработанные НП «ИПБ России»

Сокращенная форма – ведется посредством двойной записи с использованием Книги (журнала) учета фактов хозяйственной жизни в виде таблицы, но без способа двойной записи.

Кроме того, кроме Книги учета субъектам малого бизнеса для учета расчетов по оплате труда с работниками рекомендуется применять ведомость учета оплаты труда, форма которой может быть утверждена по примеру формы № 8МП.

В том случае, если указанные регистры (книга, ведомость) не могут обеспечить полноту информации фактов хозяйственной жизни малых субъектов, то рекомендуется применять отдельные ведомости, используемые при полной форме ведения бухгалтерского учета.

Простую систему ведения бухгалтерского учета – ведется без применения двойной записи. По такой системе могут вести только микропредприятия. Для учета фактов хозяйственной жизни используют Книга (журнал) учета фактов хозяйственной жизни [2].

Таким образом, упрощенные формы бухгалтерского учета направлены на рациональное ведение учета, исходя из условий хозяйствования и величины самого субъекта малого предпринимательства.

Список используемой литературы:

1. Н.В. Зылева, Ю.С. Сахно Учет на малых предприятиях: учебное пособие. Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2016.176 с.

2.Рекомендации для субъектов малого предпринимательства по применению упрощённых способов ведения бухгалтерского учёта и составления бухгалтерской (финансовой) отчётности [Электронный ресурс] // ИПБ РоссииURL:https://www/ipbr.org

/ developments / small - business - accounting recommendations / #3 (Дата обращения: 28.11.2019)

3. Лопастейская Л.Г. Роль информационных технологий в бухгалтерском учете // Электронное обучение в непрерывном образовании. 2016. № 1. С. 1177 - 1179.

© Лопастейская Л.Г., 2019 г

Мазурич А.Ю.

студент 2 курса БарГУ,

г. Барановичи, Республика Беларусь

Сычик П.В.

студент 2 курса БарГУ,

г. Барановичи, Республика Беларусь

Научный руководитель: **Громова И.Н.**

старший преподаватель, БарГУ,

г. Барановичи, Республика Беларусь

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Аннотация

В данной статье рассмотрены тенденции развития цифровой экономики в Республике Беларусь. Проанализировав развитие цифровой экономики в стране, выявлено, что цифровизация приводит к масштабным и глубоким трансформациям. Данные трансформации позволяют быстрее и проще получать доступ к услугам и продуктам.

Ключевые слова

Цифровая экономика, цифровизация, экономика, Республика Беларусь, тенденции, технологии, инновации

Введение. Сегодня в экономике Республики Беларусь все большее внимание уделяется процессу цифровизации, который постепенно захватывает все новые сферы бизнеса и жизни в целом, преобразовывает стандартные бизнес - процессы, бизнес - модели и целевые рынки. Развитие цифровой экономики в Беларуси находится в русле мировых тенденций. Данное утверждение подтверждает тот факт, что наша страна одна из первых в мире легализовала криптовалюты. В стране создается правовая, методологическая и технологическая база для цифровой трансформации экономики. Идеи данного направления постепенно вошли в политическую повестку правительств, которые стали разрабатывать и осуществлять национальные цифровые стратегии.

Возникают следующие вопросы: какие тенденции наблюдаются в цифровизации экономики страны, что предпринимает государство для развития данного направления и как она повлияет на экономическую сферу? Отсюда вытекает цель нашего исследования – выявить основные тенденции развития цифровой экономики в нашей стране.

Основная часть. Термин «цифровая экономика (реже — электронная экономика) — Digital Economy» появился в 1995 г. одновременно у канадского профессора менеджмента Дона Топскотта из университета Торонто (его бестселлер опубликован в 1997 г. и американского информатика Николаса Негропonte из Массачусетского технического университета и быстро получил распространение [1].

Итак, следует дать определение понятию «цифровой экономики». Под ней подразумевается экономическая деятельность, сфокусированная на цифровых и электронных технологиях. В том числе это электронный бизнес и коммерция, а также производимые ими товары и услуги. По сути, данное определение охватывает все деловые, культурные, экономические и социальные операции, совершаемые в Интернете и с помощью цифровых коммуникационных технологий.

Рост цифровой экономики оказывает огромное влияние на всю экономику в целом. С глобализацией и активным развитием инновационных технологий, таких как блокчейн, искусственный интеллект и облачные вычисления, электронная экономика стала неотъемлемой частью мировой и государственной экономики [2].

Развитие и внедрение компьютерной техники и цифровых технологий, в отличие от аналогичных этапов прошлого столетия, приводит к наиболее масштабным и глубоким трансформациям социальной действительности. Обусловлено это тем, что, во - первых, «происходит переход от внедрения отдельных технологий к комплексному построению цифровых экосистем». Во - вторых, в проектах строительства цифровой экономики, участвуют все социальные институты: от бизнеса до образования и культуры [3].

Необходимо выделить роль государства в данном процессе. В Беларуси значение внедрения и использования цифровых технологий осознается на высшем политическом уровне. Среди стран - участников СНГ Беларусь одна из первых на законодательном уровне утвердила соответствующую государственную программу (Государственная программа развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 годы). Целью данной Государственной программы является совершенствование условий, содействующих трансформации сфер человеческой деятельности под воздействием информационно - коммуникационных технологий, включая формирование цифровой экономики, развитие информационного общества и совершенствование электронного правительства.

Также в конце 2017 г. был принят декрет №8 Президента Республики Беларусь “О цифровой экономике”, который содержит несколько нововведений, которые расширяют возможности для развития цифровой экономики в нашей стране. Среди главных тезисов декрета можно выделить следующие:

- были определены некоторые права физических и юридических лиц в области использования токенов и криптовалют;
- физическим лицам разрешено накапливать токены, майнить, обменивать, покупать и продавать за валюту и электронные деньги;
- прибыль от операций над токенами и криптовалютами не подлежит обязательному декларированию в налоговых органах.

Этот закон определяет курс на цифровизацию страны. Предполагается, что IT - технологии должны стать основой новой экономической модели в Беларуси.

Именно экономика является основной сферой, где активно происходит цифровизация. В наибольшей степени это проявляется в онлайн - услугах, Интернет - торговле, электронных платежах, краудфандинге, Интернет - рекламе, электронном документообороте и безналичном расчете. Все это позволяет быстрее и проще получать доступ к услугам и продуктам.

Цифровизация в бизнес - сфере способствует технологическому сдвигу благодаря оптимизации и повышению точности и эффективности работы. Цифровизация процессов бизнеса – это перемещение предприятий на электронные платформы. Следует выделить следующие достоинства цифровизации бизнеса: легкость контроля за продукцией, персонализация клиентов, простота и удобство при осуществлении сделок, широкие возможности для анализирувания, отлаженность маркетинговой деятельности.

Заключение. Проанализировав состояние развития цифровой экономики в Республике Беларусь, можно с достаточной уверенностью сказать, что у нашей страны есть все возможности для дальнейшего развития данной области и ее внедрение во все сферы жизнедеятельности. Этому содействует поддержка государства, которая направлена на внедрение новейших технологий в бизнес - процессы, программное развитие и правовое регулирование цифровой деятельности. Как было отмечено ранее, впоследствии IT - технологии должны стать основой белорусской экономики.

Но также необходимо выделить основные плюсы и минусы цифровизации. Главные достоинства явления – простота и точность получения услуг и товаров, автоматизация рабочих процессов, сведение к минимуму влияния человеческого фактора. Цифровизация помогает избавиться от обилия бумажной документации, благодаря хранению данных в электронном формате.

Сложно недооценить ее преимущества в области образования, медицины, сельского хозяйства, научных разработок. К сожалению, цифровизация имеет и ряд минусов. Во - первых, благодаря внедрению технологий, многие люди останутся без работы, например, учителя, продавцы - кассиры, служащие банков и государственных учреждений. Хотя эксперты сходятся на том, что в ближайшие годы машины не заменят людей, в дальнейшей перспективе все меньше обязанностей под силу будет выполнять только человеку. Не все готовы изучать новые технологии, чтобы обеспечить их максимальную эффективность. При эффективном использовании существующих и новых технологий отечественная экономика сможет рассчитывать на положительный рост в долгосрочной перспективе.

Список использованной литературы

1. Цифровая экономика – шанс для Беларуси : моногр. / М. М. Ковалев, Г. Г. Головенчик. – Минск : Изд. центр БГУ, 2018. – 327. – С. 12.

2. Что такое цифровая экономика – описание термина [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://prostocoin.com/finance/digital-economy> - Дата доступа: 13.12.2019.

3. «IT - страна»: обратная сторона цифровизации Беларуси [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://news.rambler.ru/other/43114047-it-strana-obratnaya-storona-tsifrovizatsii-belarusi/?updated> - Дата доступа: 24.12.2019.

© Мазурин А.Ю., Сычик П.В., 2019

ИССЛЕДОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА НА БЮДЖЕТНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Бухгалтерский учет - основополагающее управленческое звено для непроизводственных организаций. Он способствует устранению уклонений от положенных норм. Чем же в бюджетных организациях отличен бухгалтер? Под бухгалтером в организациях бюджетной принадлежности подразумевается системный учет всех операций с бюджетным капиталом. Реализовывается процесс соответственно «Закону о бюджетной классификации», «Инструкции по бюджетному учету» и прочим нормативно - правовым актам.

На современном этапе формирования и развития экономической и социальной структур общества значительную роль играет государственное регулирование, которое осуществляется на основании политики, принимаемой на каждом этапе истории. Одним из наиболее важных механизмов, который позволяет государству проводить данную политику, предстает финансовая система общества и государственный бюджет, входящий в ее состав. Именно через него можно воздействовать как на само образование, так и на использование денежных средств государства. Кроме того, бухгалтерский учет государственных бюджетных организаций и учреждений имеет свои особенности, так как наряду с деятельностью, финансируемой из бюджета, эти учреждения занимаются хозрасчетной деятельностью, имеющую свою специфику отражения в системе бухгалтерского учета бюджетных учреждений.

Подходы к реализации данной системы:

1. Целевое использование средств – цели и результаты должны соответствовать. Бюджетные средства выделяются не в соответствии с планом, а в связи с определенными целями решения определенных производственно - хозяйственных программ и задач.

2. Конкуренция программ (нулевой бюджет). Достигать поставленные задачи необходимо на основе выбора определенных задач, которые отбираются на конкурсной основе.

3. Ведомственная и программная классификация. Реформирование бюджетной сферы ориентируется на автоматизированные системы бюджетного учета, одной из частей которых представляет собой План счетов бюджетного учета.

4. Мониторинг результатов. Данный подход может позволить получателю бюджетных средств в реальном времени отыскать поставщиков и заказчиков, а также исполнителей услуг [1, с.28].

Первичные документы бухгалтерского учета на бюджетном предприятии должны составляться в момент, когда совершается операция. Если же в данном случае это невозможно, необходимо их составить сразу же после того, как операция закончится. Все бухгалтерские документы, которые связаны с исполнением сметы по расходам по бюджету, подаются на подпись руководителю организации или его заместителю и главному бухгалтеру. Если же документы не были подписаны главным бухгалтером, то они считаются недействительными, и не будут приниматься к исполнению. Документы составляются на бланках по установленной форме. Заполняются все реквизиты. Если же, какие - либо реквизиты отсутствуют, тогда свободное место перечеркивают. Записи в

бухгалтерских документах делаются чернилами, шариковой ручкой или же с помощью средства автоматизации. В денежных документах сумма указывается цифрами и подписью.

Документы необходимо оформлять аккуратно, текст и цифры должны быть написаны четко и разборчивым почерком. Если же в тексте или цифрах всё - таки была допущена ошибка, тогда ее следует зачеркнуть (это необходимо сделать так, чтобы зачеркнутое можно было прочесть), а сверху написать правильный текст или сумму. Потом правильный текст или сумму необходимо повторить на полях документа и заверить подписью лица, которое оформляло документ [2,с.36]. К примеру, в кассовых и банковских документах исправления делать недопустимо. Бюджетные учреждения составляют и представляют отчетность в том порядке, который установил Минфин Российской Федерации. На Министерство финансов возложена функция, по которой данный федеральный орган исполнительной власти формирует отчетность об исполнении федерального бюджета и представляет в Правительство Требования о составе и содержании отчетности об исполнении бюджета. Бухгалтерская отчетность учреждения включает данные о показателях деятельности филиалов, всех представительств и других обособленных структурных подразделений. В тех случаях, если учреждение не предоставило бухгалтерскую отчетность в установленный срок, возникает большая вероятность приостановки финансирования. Поэтому подготовка и сдача бухгалтерской отчетности представляет собой актуальную задачу как для самих главных распорядителей, так и для получателей бюджетных средств.

Список источников:

1. Алексеева, Г.И. Бухгалтерский учет: Учебник / С.Р. Богомолец, Г.И. Алексеева, Т.П. Алавердова; - М.: МФПУ Синергия, 2016. - 720 с. 2. Бреславцева, Н.А. Бухгалтерский учет: Учебное пособие / Н.А. Бреславцева, Н.В. Михайлова - Рн / Д: Феникс, 2017. - 318 с. 3. Васильчук, О.И. Бухгалтерский учет и анализ: Учебное пособие / О.И. Васильчук, Д.Л. Савенков; - М.: Форум, НИЦ ИНФРА - М, 2016. - 496 с. 4. Кондраков, Н.П. Бухгалтерский учет: Учебное пособие / Н.П. Кондраков. - М.: ИНФРА - М, 2015. - 841 с.

© МАХМУДОВА М. Т. 2019

Мезяк А.И.

студент 2 курса БарГУ

г. Барановичи, Республика Беларусь

Дерман А.Д.

студент 2 курса БарГУ

г. Барановичи, Республика Беларусь

Гриц Е.Н.

магистр экономических наук, преподаватель БарГУ

г. Барановичи, Республика Беларусь

ВЛИЯНИЕ РАЗМЕРОВ ПОСОБИЙ НА СОЦИАЛЬНУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Аннотация

В данной статье рассмотрены такие понятия как социальная безопасность и социальное обеспечение. А также исследовано влияние размеров социальных пособий на социальную

безопасность страны. Актуальность обусловлена тем, что размер пособий в той или иной степени влияет на социальную безопасность граждан Республики Беларусь.

Ключевые слова

Социальное обеспечение, пособие, социальная безопасность.

Понятие социального обеспечения широко распространилось в течение 20 века вместе с понятиями о правах человека, общества, отдельной личности. В этот период стали признавать правом то, что в более ранние времена считалось данным свыше, удачей или плодом милосердия. На уровне государств существовали законы о материальной поддержке, которые в первую очередь обращали внимание на отдельные категории, обществу не ставилось в обязанность заботиться о каждом из его членов. На сегодняшний день вопрос социальной поддержки и защиты граждан остаётся всё так же актуальным, но в тоже время более развитым.

Социальное обеспечение – явление не уникальное, оно в какой-то форме существует в большинстве государств. В некоторых, экономически развитых, с высоким уровнем жизни, социальные программы предлагают весьма благополучное существование. В других социальная поддержка помогает не умереть от голода в особенно трудных ситуациях.

В 1948 году право на социальное обеспечение было закреплено во Всеобщей Декларации прав и свобод человека. 25 статья Декларации объявляла право каждого человека на общественную поддержку в трудной ситуации (старость, болезнь, инвалидность, вдовство, безработица, потеря дохода и др.). Примерно в это же время в конституциях разных государств и подобных законодательных актах стали прописываться такие нормы [1].

В концепции национальной безопасности Республики Беларусь определено понятие социальной безопасности, которая предусматривает перечень критериев, одним из которых является размер пособий.

Фонд социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь организует, осуществляет и контролирует большую часть всех мероприятий по социальной защите и поддержке. На данный момент в Республике Беларусь существует около 10 видов пособий, 7 видов пенсий, а также иные социальные выплаты.

К основным видам пособий относят: пособие на погребение; пособие в связи с рождением ребенка; пособие женщинам, ставшим на учет в организациях здравоохранения до 12 - недельного срока беременности; пособие на детей старше 3 лет из отдельных категорий семей; пособие на ребенка, инфицированного ВИЧ и т.д. На учете в территориальных центрах социального обслуживания населения области на 1 июля 2019 г. состоит 62480 семей, из них многодетных – 22995, воспитывающих ребенка - инвалида (детей - инвалидов) – 4940.

Пособие по уходу за ребенком в возрасте до 3 лет установлено на уровне 35 - 45 % среднего заработка по стране, причем для всех получателей, независимо от того, застрахованы они или нет.

К основным целям пособий можно отнести: восполнение утраченного заработка по уважительной причине; покрытие расходов граждан в тех случаях, когда это необходимо; предоставление средств для жизнедеятельности в связи с их утратой по причине безработицы.

В целом социальная политика государства должна быть нацелена сегодня на закрепление наметившихся позитивных тенденций в росте отдельных показателей уровня жизни народа, создание прочной основы для его повышения [2].

В конечном итоге можно резюмировать, что между размером социальных выплат и социальной безопасностью Республики Беларусь существует прямая взаимосвязь. Поддержание уровня жизни в Республике Беларусь, также посредством оказания социальной, материальной, духовной помощи в виде социальных выплат является составной частью социальной политики Республики Беларусь. Социальная политика регулирует социальные отношения, связанные с положением и неравенствами индивидов и социальных групп, её объектом является социальная сфера, она направлена на улучшение социального положения не только уязвимых, а всех групп и слоёв общества. При таком понимании сущности социальной политики можно отметить её неразрывную связь с социальной безопасностью как в теоретическом, так и в практическом аспектах.

Список использованной литературы:

1. Myfin.by [Электронный ресурс] / Право социального обеспечения Республики Беларусь. — 2012 - 2019. — Режим доступа: <https://myfin.by/wiki/term/pravo-socialnogo-obespecheniya-respubliki-belarus> — Дата доступа: 20.12.2019

2. Cyberleninka.ru [Электронный ресурс] / О взаимосвязи социальной политики и социальной безопасности. — 2019.— Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-vzaimosvyazi-sotsialnoy-politiki-i-sotsialnoy-bezopasnosti/viewer> — Дата доступа: 20.12.2019

© Мезяк А.И., Дерман А.Д., Гриц Е.Н., 2019

Мургазалиева М.Р.

студентка ИСТиД (филиал) СКФУ в г.Пятигорске
г. Пятигорск, РФ

РОЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация: Статья посвящена теоретическим вопросам образования в сфере экономической безопасности. Рассмотрены основные нормативно - правовые акты по обеспечению экономической безопасности в образовании. Также выявлены основные угрозы экономической безопасности в сфере образования и показаны приоритетные направления обеспечения эффективного роста и устойчивости данного сектора.

Ключевые слова: угрозы, экономическая безопасность, образование.

Annotation: The article is devoted to the theoretical issues of education in the field of economic security. The basic legal acts on economic security in education are considered. It also identifies the main threats to economic security in education and shows the priority areas for effective growth and sustainability of the sector.

Key words: threats, economic security, education.

За прошедшие годы человечество осознало необходимость сохранения образованной цивилизации как части моделей и порядков эволюции. Можно с уверенностью сказать, что без образования не может быть никакого прогресса в социальном, моральном и экономическом масштабе. Знания и культура являются основными элементами процветающего и процветающего общества.

Образование не только очищает путь к более светлому обществу, но также увеличивает возможности и шансы граждан найти стабильное рабочее место. Уровень безработицы ниже в развитых странах, чем в неграмотных, таких как африканские деревни.

Именно высокий уровень образовательных услуг и его соответствие требованиям рынка обеспечат устойчивый рост индикаторов экономической безопасности страны.

Экономическая безопасность образования представляет собой такое состояние отрасли образования, при котором осуществляется гарантированная защита национальных интересов в данной сфере и обеспечивается ее развитие в соответствии с долгосрочными потребностями социально - экономического развития страны [6, С. 49].

Основными нормативно – правовыми актами в сфере обеспечения экономической безопасности образовательной организации являются:

- Конституция Российской Федерации (ст. 43), которая гарантирует его бесплатность и доступность в государственных (муниципальных) учреждениях, тем самым возлагая на государство обязанность обеспечить реализацию данного права [1];

- Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 г. N145 - ФЗ, который устанавливает порядок финансирования и контроля за деятельностью бюджетной организацией [2];

- Федеральный закон от 29.12.2012 No 273 –ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» [3].

Абдулаева А.А. выделяет следующие уровни обеспечения безопасности в сфере образования [4, С. 90]:

- образование страны в целом;
- система образования субъектов Российской Федерации;
- образовательные учреждения и их инфраструктура;
- обучающиеся и работающие в системе образования.

Для российской системы образования больше всего представляют угрозы внутренние угрозы (факторы), потому что они имеют связь с интересами личности, семь и общества.

Наиболее важной угрозой в сложившейся экономической ситуации страны имеет финансирование образовательных организаций. В последнее время наметилась тенденция снижения расходов федерального бюджета на сферу образования.

Также немаловажными угрозами являются снижение бюджетных мест, текучесть персонала в образовательных организациях, низкая заработная плата, что оказывает существенное влияние на сферу образования России и тем самым снижает ее конкурентоспособность.

Во многом высшее образование в прошлом зависело не только от финансовых механизмов, но и от поведения потребителей рынка. На сегодняшний день большинство потребителей образовательных услуг ориентированы на получение диплома, а не знаний [6, С. 7].

Стратегические цели обеспечения экономической безопасности в сфере образования, науки и технологий направлены на:

- гражданское воспитание новых поколений в традициях престижа труда ученого и педагога;

- повышение социальной мобильности уровня общего и профессионального образования населения, профессиональных качеств кадров высшей квалификации за счет доступности конкурентоспособного образования;

- повышение уровня социальной защищенности инженерно - технического, профессорско - преподавательского и педагогического состава и качества общего среднего образования, профессионального среднего и высшего образования [4, С. 91]

Для обеспечения экономической безопасности образовательных услуг необходимо разрешение существующих противоречий в сфере законодательства, между требованиями законодательства и реальными возможностями государства по их исполнению и реализации.

Таким образом, достижение и реализация конкурентных преимуществ в образовательной сфере и выход на мировой уровень являются приоритетным направлением государства. Государству необходимо стремиться к устранению угроз экономической безопасности отечественной системы образования, ведь от этого зависит в конечном итоге экономическая безопасность страны.

Список использованной литературы:

1. Конституция Российской Федерации (принята на всенародном голосовании 12 декабря 1993 г.) // Собрание законодательства Российской Федерации от 4 августа 2014 г. N 31 ст. 4398

2. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 г. N 145 - ФЗ (ред. от 28 ноября 2018 г. N 457 - ФЗ) Собрание законодательства Российской Федерации от 30 ноября 2018 г. N 31 ст. 3823

3. Об образовании в Российской Федерации: Федеральный закон от 29.12.2012 г. N 273 - ФЗ (ред. от 3 августа 2018 г. N 337 - ФЗ) // Собрание законодательства Российской Федерации, 2018, N 27, ст. 3945

4. Абдулаева А.А. Качественное образование как фактор обеспечения экономической безопасности / А.А. Абдулаева // Педагогика. – 2017. – С. 90 - 92.

5. Бирюкова И.В. Оценка экономической безопасности в сфере образования / И.В. Бирюкова // Наука молодых – будущее России. – 2017. – Том 1. – С. 49 - 52.

6. Коренева А.С. Экономическая безопасность в сфере образования / А.С. Коренева // Форум молодых ученых. – 2018. - №5(9). – С. 4 - 9.

© Муртазалиева М.Р., 2019

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ АТОМНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ И СОСТОЯНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ

Аннотация:

Анализируется влияние и роль эмоционально - образных компонентов общественной психологии в выборе энергетических стратегий. Показана ядерная энергетика во взаимодействии с общественным сознанием. Российская концепция развития энергетики и энергетической безопасности.

Ключевые слова:

ядерная энергетика, энергетическая безопасность, культурный обмен, технаука, искусство, радиофобия, мифологема, Росатом

Базовым фактором развития страны, как и в предыдущие периоды, остаётся самодостаточная энерговооружённость экономики, которая, одновременно, создаёт благоприятные условия предсказуемости на внешнеэкономическом контуре. В структуре взаимозависимостей энергетического комплекса важное место занимает атомная составляющая, развитию которой уделяется огромное внимание. Именно ядерная энергетика представляет собой мощный и в значительной мере универсальный по своим возможностям развёртывания источник безопасности и стабильного развития. Причём всё большее значение будет предаваться параметру “устойчивости” развития - не только как ценности и цели внутри страны, но и применительно к методам результатам экспортной составляющей российской экономики. Параметры же “устойчивого развития”, как это следует из деклараций ООН, очень широки. Устойчивость развития включает не только, и даже не столько, собственно экономические показатели, но подразумевает под этим ликвидацию голода и нищеты, обеспечение здоровья и работы, получение образования, и, безусловно, сохранение и безопасность биоты. Влияние этих ценностей и ориентиров будет, безусловно нарастать во всех странах ,включая, естественно и Россию, принимая в каждом регионе свой конкретно - исторический облик.

Выделим ряд условий и обстоятельств, задающих значимые особенности психолого - ценностных процессов, влияющих на развитие атомной энергетики в современном мире.

Особенностями восприятия атомной энергетики, активно влияющими на многие принимаемые решения, является, во - первых, технологические и символические связи с опасностями военной компонентой экономики, мощным разрушительным потенциалом средств активного противоборства в возможном глобальном конфликте.

Во - вторых, подложка обыденного сознания связывает атомные процессы с традиционными мифологемами первоначальной стихии огня. Риски технологических катастроф воспринимаются (как и другие катастрофы подобной мощности) как события внезапные, то есть интерпретируются на эмоциональном уровне социальной психологи как стихийно - природные катаклизмы вне разумного контроля со стороны человека. Современные же ядерные технологии, восходящие к своим культурным пробразам,

воспринимаются гораздо более грозными, непредсказуемыми и неконтролируемыми, чем иные виды преобразованных энергий – воды, воздуха и т.п.

Такие традиционно настороженные коннотации деятельности «атомщиков», связанные с мифологическим нарративом огненного начала, - порождают феномены «негативной презумпции» всего, что может быть связано с субмолекулярными преобразованиями. Это состояние общественного сознания во многом предопределяет особенности и траекторию развития атомной энергетики и сопутствующих ядерных технологий. Развитие других видов технологий преобразованной энергии затрудняется ограниченностью наличных ресурсов – водных, солнечных и т.п. Для атомной энергетики характерно развитие в условиях негативистских предубеждений, радиофобских мифологем, постановке стереотипических барьеров недоверия обыденного сознания к информации, исходящей от представителей атомного профессионального сообщества.

В - третьих, наличие таких негативных (и результирующих в конечном итоге различные социальные унастроения) управленческих векторов решений, - мы можем наблюдать в очевидно существенно различных странах, регионах, социальных слоях. Ограничения на развитие атомных видов энергетики проявляются как в технологически высокоразвитых странах, так и в регионах, ставящих задачи достижения более мощных энергетических возможностей для импульсов модернизации. В ряде стран развитие ядерной энергетики осуществляется правящими слоями в противостоянии с общественными предубеждениями, но есть также страны, взявшие курс на отказ от атомной энергетической составляющей, причём эта «политика свёртывания» возглавляется и активно проводится именно самими властями. Оказывается, таким образом, наличие образования не является однозначным фактором для развития атомной промышленности. Отрицательное отношение к ядерной промышленности может исходить как от предубеждений слабообразованных слоёв, так и иметь свой источник в управленческих кругах с высшим образованием. Принятие (как положительных, так и отрицательных) решений может осуществляться как на основе всенародного референдума, в результате широких публичных дискуссий, так и лишь волевым решением правящей верхушки, с опорой на соцопросы или даже без них. Таким образом, мы наблюдаем достаточно пёструю, разновекторную картину состояния общественного сознания и, соответственно наличие различных стратегий по вопросу обоснованности функционирования и развития ядерной энергетической промышленности. Это, на наш взгляд свидетельствует о большом весе субъективного фактора в этой сфере, о том, что экономические необходимости в энергетической сфере не прокладывают себе дорогу всепобеждающей силой единственновозможной Хозяйственной Логики.

В - четвёртых, необходимо учитывать историю зарождения европейской науки, которая до сих пор транслирует своё влияние на современность. В период перехода к эпохе буржуазной промышленной и научной революции наука развивалась таким образом, что она сама начала формировать своё обособление, «огораживание», сначала - чтобы не быть захлестнутой религиозным негативизмом, а позднее – не допустить влияния обыденного общественного сознания, порождённого блиц - школьным экспресс образованием, которое склонно полагать, что номинальное знание терминов уже даёт возможность мыслить «научно». Нарастание подобных тенденций через техноэволюционные цепочки привело к проявлению негативных сторон изоляционистской политики науки. В настоящее время можно говорить уже о «башне из слоновой кости», откуда принимаются решения от имени

Науки как таковой. По крайней мере, в таких окрасках это представляется общественным мнением (См.: [2]). С двадцатого века усиливается тенденция перетекания влияния от науки в процессы, связанные с развитием различных техник. Уже не технологии следуют за научными открытиями, но сама техника, как особая, в значительной мере отчуждённая сфера, всё более активно подчиняет безличной техноэволюции выбор наукой сфер своего (уже как и не собственно своего) исследования. Естественно, что такая техника, (хотя и предлагающая человеку новые возможности в плане увеличения комфорта и т.п.), воспринимается как сила, организующая, диктующая, как ставящая человека перед предрешенными этой технологией фактами будущего существования.

Как отмечается в литературе (Соколова Ю.В.), на этапе «классической» науки существовала субъект - объектная демаркация между человеком и природой и, соответственно, между ним и техникой как систематизированной природой второй. Но уже «в условиях технонауки не всегда просто разделить человека и техносреду» [1, с 117]. Сама т.н. технонаука представляет собой не только гибрид технологий с наукой, но также и производства и бизнес - проекта, направленного на функционирование в конкурентной среде и прибыльность. Человек в этой сетке даже “может трактоваться как «социотехническое устройство», как бы шокирующее это не звучало” [1, с 113 - 117].

Таким образом, интеграция человека идёт преимущественно методом его переваривания и превращения в то, что было обозначено Хайдеггером как «постав».

Отмеченные обстоятельства ведут к вроде бы очевидным выводам, рекомендациям и стратегиям, которые повернули бы процессы расчеловечивания техники (и атомных технологий в том числе) в обратную сторону. Однако мы вынуждены оставить самое главное в процессе возвращения человеку его истинной субъектности и преодоления отчуждённого доминирования над ним технологического рационализма за скобками. В условиях добровольного делегирования решающего голоса в большинстве вопросов рыночным механизмам такая грандиозная проблематика возврата человеку самого себя представляется по крайней мере вынесенной в далёкое, вне горизонта планирования, будущее..

Рассмотрим лишь вторую, имиджевую составляющую, т.е. каким образом возможно повлиять на восприятие техники (и атомной промышленности, в частности,) в сознании сторонних, т.н. *простых* людей. В сфере атомной энергетики этим весьма энергично занимается Росатом. Отметим, (возможно и не то, что считается внутри этой госструктуры главным, но) то, с чем может наиболее вероятно встретиться обычный человек. Следует отметить в первую очередь усилия газеты «Страна Росатом» - в ней заинтересованно, талантливо представлены конкретные живые люди отрасли (а их более четверти миллиона), масштаб решаемых задач, история (и не только данной отрасли), перспективы для молодёжи и множество сопутствующих тем. Однако по понятным причинам газета (даже с активным интернет дублированием в сетях) не находится в зоне возможного широкого читательского интереса и ограничивается зоной непосредственного влияния корпорации. Росатом очень активно поддерживает различные конкурсы, премирует своих сотрудников и сторонних журналистов и т.п., популяризирующих то, что освещает деятельность этого коллектива в печатной продукции, репортажных фильмах и т.п.. Но, на наш взгляд, приоритет отдаётся всё же преимущественно именно информационно - просветительским

формам взаимодействия с общественностью, обращённых к рационально - познавательным сторонам человека.

В то же время, остаются практически незадействованными те формы взаимодействия с общественным сознанием, которые обращены к эмоционально - образным сферам общественного и индивидуального сознания. Для самой же т.н. «большой» науки и соответствующих стратегических секторов экономики весьма актуально и выгодно было бы гармонизировать свои отношения с другими формами отражения и преобразования мира, в том числе, и в первую очередь, реабилитировать себя в глазах искусства и с помощью искусства. Корпорация Росатом обращается, конечно, (как и многие богатые организации) к сфере искусства. Проводятся культурные мероприятия, транслируются по ТВ концерты, вечера по случаю отраслевых праздников... Однако эти традиционные формы не содержат в себе специфики собственной деятельности, её содержательных творческих моментов и, соответственно, эту сторону деятельности коллективов корпораций не видит и зритель. Как и другие профессиональные празднования и концерты, мероприятия Росатома не отличаются по своей художественно - эстетической наполненности от любых подобных мероприятий со стандартным комплектом участвующих «деятели культуры» и обкатанным репертуаром. Задачей же, как нам представляется, является возвращение в сферу общественного сознания, интереса и сопереживания концепции «мирного атома» в широком смысле. Это должны быть идеи модернистской мифологии, обращённые сфере в большей мере именно к эмоциональной, объединяющие людей вокруг “атома прогресса”, производительного атома, раскрывающего перспективы развития и реализации творческого потенциала человека. Решение таких задач возможно как раз именно такими, как Росатом, мощными корпорациями, которые способны принять программы прямого финансирования эмоционально значимых и правдивых художественных произведений, рисующих реальных людей в реальных обстоятельствах, где присутствуют проблемы научного и инженерного поиска и открытия, проблематика взаимодействия личного и коллективистского, психологические и этические коллизии отношений в процессе деятельности. То есть встаёт задача ренессанса тех аспектов художественного отражения, которые так заботливо выкорчёвывались либеральной общественностью в 90 - е, которая обозначала это как производственный роман, идеологический производственный кинематограф, рассматривая подобные термины как аргумент для выбраковки произведения из круга эстетического.

За последние годы появились фильмы, в том числе сериалы, где действие разворачивается на производственном фоне – спорт, медицина.. В ряде случаев это лишь некий фон для традиционных клише и поворотов сюжета, есть некоторое количество произведений более удачно вписывающих в поведение героев то, чем они занимаются и чем живут. Но сфера научного творчества, инженерного созидательного (или, наоборот, проблематика рутинного) труда – остаётся вне художественных изысканий. Появление минисериала «Чернобыль» (2019) лишь оттеняет состояние отечественного искусства постсоветских десятилетий и подтверждает, что при умении захватывающая фотографичностью деталей событийная канва вполне может быть проводником вполне однозначной (в данном случае, конечно, антисоветской) метаидеологии. В качестве альтернативного отечественного варианта только, к сожалению, прошлое может предложить нам удачные, художественно и эмоционально сильные примеры. Кинофильм «Девять дней одного года», при его малобюджетной камерности, и некоторой условной

мелодраматичности поворотов сюжета – воспринимается как в целом правдивое отражение человеческих эмоций и целей деятельности героев. Нарастание драматизма не ведёт, тем не менее, зрителей фильма к алармистским выводам, негативным, фобийным реакциям по отношению к этим профессиям и сфере деятельности в целом. Наоборот, в фильме очень силён заряд положительного, рационально - познавательного оптимизма, предлагающего проидентифицировать себя с этими небезопасными и романтическими профессиями.

Очень ценна, поэтому, деятельность немецких атомщиков из Грайфсвальда, которые привезли в Россию свой гуманистический вариант трактовки человека, связанного с атомной энергетикой. В июне 2019 года в Московском Энергетическом институте прошла встреча с гражданином Германии Пэтером Кроллем, выпускником МЭИ, инженером - атомщиком, работавшим на атомной станции имени "Бруно Лойшнера" ("АЭС Норд"). Вместе со своим коллегой Уве Дураком он представил свою книгу "Искусство и ядерная энергия. Вклад в историю культуры атомной энергии". В ходе своего визита в МЭИ немецкие гости встретились со студентами, посетили свои «выпускающие» кафедры, вспомнили обстановку и атмосферу обучения в лабораториях, встретились там со своими «мэишными» товарищами по учёбе в институте. И это был не единственный визит наших коллег в России. До этого Пэтер Кролль посетил «с товарищеским визитом» г. Обнинск, где также представил свою книгу в Музее истории Обнинска в рамках празднования 65 - летия пуска Первой в мире АЭС.

Ключевой темой книги Пэтера Кролля является исследование истории отражения взаимоотношения человека и одной из первоначальных мифологических стихий, огнелогоса, (и, в частности, атомной энергии), в мировой изобразительной культуре. В самой Германии господин Кролль развёртывал и представлял общественности художественную выставку, и его привезённая в Россию книга является концентратом основной идеи представить в произведениях различных эпох отношение, место человека и его образ во взаимодействии с огненным стихийным первоначалом в историкокультурной перспективе. Символически, отмечает г. Кролль, выставка находилась под покровительством богини Афродиты.

Представляется важным, что визит Пэтера Кролля и Уве Дурака, является их частной инициативой, рождённой в среде самоорганизовавшихся бывших сотрудников - специалистов атомной станции "АЭС Норд". За такими, пускай частными визитами (и, даже, именно потому, что эти визиты являются частной инициативой), просматривается глубинная тенденция, которая, (хоть и по разному), ощущается многими людьми, причастными к развитию науки и модернизации технических орудий в сфере энергетики. Представленные в книге Пэтера Кролля образы - от советских и немецких учёных до зарисовок самих инженеров - атомщиков, работавших на АЭС Норд – направлены против расчеловечивания этого вида деятельности и негативных предвзятых стереотипов, дают сложную, многогранную картину овладения человечеством ядерной энергией.

Здесь необходимо, конечно, положительно отметить важность влияния подобных усилий и конкретных мероприятий внутри атомной промышленности, направленных против влияний психокультурных клише, где действует отчуждённая от человека безличная экономическая технологическая необходимость.

Что касается отношения к атомной энергетике в нашей стране и роли Росатома, - то, конечно, сильные, художественно убедительные произведения не могут возникнуть по

заказу непосредственно. Однако без такого заказа их самозарождение крайне маловероятно. Поэтому роль Росатома крайне важна для создания благожелательной для произведений искусства среды, в которой могут возникнуть культурные продукты высокого качества.

Список использованной литературы:

1. Соколова Ю.В. Современные тенденции развития науки / Ю.В. Соколова // Наука, культура, техника: креативный потенциал России. Четвёртые Арефьевские чтения: материалы Всероссийской научно - практической конференции. – М., Изд - во МЭИ, 2018 / - С. 112 - 119

2. Уилсон, Роберт А. Новая инквизиция - Санкт - Петербург : Экслибрис, 2003. - 238 с.

© Мысливченко В. А. 2019

Наскина А.С.

Магистр 3 курса, кафедра Бух.учета, анализа и аудита УлГТУ, г.Ульяновск

Научный руководитель,

Мансурова Г.И.

кан.экономических наук, доцент УлГТУ, г.Ульяновск

УЧЁТ РАСЧЁТОВ С ПОКУПАТЕЛЯМИ И ЗАКАЗЧИКАМИ

Характеристику эффективности расчетно - кредитной политики, которая применяется с контрагентами предприятия, можно оценить по учету расчетов с покупателями и заказчиками. Была ли это отгрузка по предоплате или же по факту, с рассрочкой платежа или бартер. Т.к. варианты неденежных форм, наличные и безналичные расчеты с покупателями многообразны, они определенно закладывают в себе некоторые риски, связанные с нарушениями по срокам оплаты, возникновением долгов, которые просрочены либо безнадежны. В некоторых случаях это допускается, и тут требуется соответствующий платежно - финансовый контроль, в некоторых – этого не избежать, что приводит к отрицательным последствиям в виде судебных исков к недобросовестным партнерам. Финансовое положение и стабильность компании, напрямую зависящие от величины дебиторских и кредиторских обязательств, а совершенствовать учет расчетов с покупателями и заказчиками - это неотъемлемая часть управленческих задач.

Постоянный мониторинг долгов необходим для того, чтобы иметь четкую картину о положении дел в компании. Если имеется большая величина дебиторской задолженности, то это ведет к неразумному кредитованию покупателей, вследствие чего может быть причиной оттока средств. Это в свою очередь обуславливает невозможность организации рассчитываться перед кредиторами и обеспечивать своевременное погашение собственных долгов.

Наличие высокой доли кредиторской задолженности показывает то, что имеется регулярное невыполнение поставщиками своих обязательств по отгрузке товаров / продукции, выполнению услуг. Обобщение данных по расчетам с покупателями производится при помощи активно - пассивного счета 62 «Расчеты с покупателями и

заказчиками». Аналитика проводится в разрезе всех контрагентов, договоров, сделок. Также дополнительно возможно настроить классификацию по формам оплаты, сроку платежа, наличию вексельных обязательств и какому - либо другому критерию, которое является существенным для организации. По методике учета все будет зависеть от того, является ли сделка разовым доходом или постоянным.

При первом требуется отражение выручки в составе прочих доходов на счете 91, при втором формируются проводки по счету 90. При этом средства, которые поступили по текущим отгрузкам, – будут отражаться на счете 62.1; по авансам в части предоплаты – на счете 62.2. Отдельно необходимо выделить полученные в счет долгов векселя – на счете 62.3, а если имеет место быть случай отражения процентов, тогда будет задействован счет 91 для процентных выплат. Чтобы получить наиболее подробное освещение особенностей учета расчетов с покупателями и заказчиками, следует обратиться к Инструкции по применению Плана счетов. В бухгалтерском учете 62 счет, как правило, дебетуется на суммы предъявленных расчетных документов в корреспонденции с кредитом счетов 90 «Продажи», 91 «Прочие доходы и расходы», а по Кредиту на суммы полученной оплаты в дебет счетов 50 «Касса», 51 «Расчетные счета» и др. Аналитический учет по счету 62 следует вести по каждому предъявленному покупателям счету, а при расчетах плановыми платежами — по каждому покупателю и заказчику. Аналитический учет расчетов с покупателями и заказчиками должен быть организован так, чтобы была возможность получить данные о расчетах с такими контрагентами:

- по расчетным документам, срок оплаты которых не наступил;
- по расчетным документам, которые не были оплачены в срок;
- по авансам полученным;
- по векселям, срок поступления денежных средств по которым не наступил;
- по векселям, дисконтированным (учтенным) в банках;
- по векселям, по которым денежные средства не поступили в срок.

Документально оформить расчеты с покупателями и заказчиками необходимо наряду с особенностями и порядком расчетов с покупателями, от того, какой расчет производится: наличный или безналичный. Чаще всего такими документами являются накладные, акты, счета - фактуры, кассовые и товарные чеки. Например, правила расчета с покупателями за наличный расчет, как правило, требуют выдачи им только чеков ККТ, а при расчетах за поставленные товары организаций между собой составляются товарные накладные и, если операция облагается НДС, счета - фактуры.

Список источников:

1. Федеральный Закон РФ «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 N 402 - ФЗ (в ред. от 31.12.2018) [Электронный ресурс] / URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/
2. Алисенов А. С. Бухгалтерский финансовый учет [Текст] : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. С. Алисенов. – 2-е изд., пер. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2016
3. Бабаев, Ю.А. Бухгалтерский учет [Текст] / М.: ЮНИТИ, 2015
4. Дмитриева, И. М. Бухгалтерский учет : учебник и практикум [Текст] / И. М. Дмитриева. - 5-е изд., пер. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2018

Несевра Э. А.
студентка 2 курса БарГУ,
г. Барановичи, Республика Беларусь
Научный руководитель: **Лабейко О.А.**
старший преподаватель БарГУ,
г. Барановичи, Республика Беларусь

СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ БЕЗРАБОТИЦЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Аннотация

Безработица является одним из основных показателей для определения состояния экономики. Как социально - экономическое явление она оказывает влияние практически на все стороны общественной жизни государства. Безработица имеет серьезные социально - экономические последствия, проявляющиеся как в отрицательном влиянии на уровень жизни населения, так и в положительном.

Ключевые слова

Безработица, уровень жизни, социально - экономическое значение безработицы

Социально - экономическое значение безработицы в Республике Беларусь является актуальной темой для исследования, так как безработица представляет собой серьезную проблему, оказывающую сильное воздействие на социально - экономическую и политическую ситуацию в стране, а также на уровень и качество жизни населения. Безработица является одним из основных показателей для определения состояния экономики и требует пристального внимания со стороны любого государства.

Целью данной работы заключается описание социально - экономического значения безработицы в Республике Беларусь, а также определении положительных и отрицательных сторон этого социально - экономического явления.

Согласно Закону Республики Беларусь «О занятости населения Республики Беларусь» от 15 июня 2006 г., безработица – это явление в экономике, при котором часть трудоспособного населения, желающая работать на условиях трудового, гражданско - правового договоров или заниматься предпринимательской деятельностью, деятельностью по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма, ремесленной деятельностью, не может применить свою рабочую силу. Безработным считается трудоспособный гражданин, не имеющий работы и заработка, который зарегистрирован в комитете по труду, занятости и социальной защите Минского городского исполнительного комитета, управления (отделе) по труду, занятости и социальной защите городского, районного исполнительного комитета. [1]

В январе - октябре 2019 года численность зарегистрированных безработных составила 80,4 тыс. человек. Кроме того, в 2019 году на конец октября спрос на рабочую силу составил 92,4 тыс. вакансий, что составило 114,6 % к тому же периоду 2018 года. На конец сентября 2019 года численность безработных составила 11 215 человек, из них: женщин – 4005, мужчин – 7210, в то время как на конец сентября 2018 года было 15 000 человек, где женщин – 5564, мужчин – 9436. Эти данные свидетельствуют об уменьшении числа безработных за этот период. Средняя продолжительность безработицы на конец сентября 2018 года составила 3,4 месяцев, а на конец сентября 2019 года – 2,8 месяцев, что свидетельствует об уменьшении продолжительности безработицы по Республике Беларусь.[2]

Безработица как социально - экономическое явление оказывает влияние практически на все стороны общественной жизни государства. Безработица имеет серьезные социально - экономические последствия, проявляющиеся в следующем:

1) Происходит отставание объема ВВП по сравнению с тем объемом, которое общество могло бы иметь при своих потенциальных возможностях.

2) При длительной безработице работник теряет квалификацию, а получение другой и адаптация к новым условиям не всегда возможно и удачно.

3) Безработица ведет к прямому падению ранее достигнутого уровня жизни, так как пособие по безработице всегда меньше заработной платы и имеет временный характер.

4) Сам факт безработицы наносит человеку тяжелейшую психологическую травму и является большой личной трагедией.

5) Высокий уровень безработицы может привести к общественным и политическим беспорядкам, упадку моральных устоев и как результат – деградация общества.

6) Чем выше уровень безработицы, тем выше уровень таких асоциальных явлений как разводы, самоубийства, а также нарушение здоровья вследствие сердечно - сосудистых заболеваний на почве утраты уверенности в себе и чувства самоуважения.

Последствия от безработицы можно разделить на две большие группы: психологические (или социальные) и экономические. Безработица наносит людям, потерявшим работу, серьезную психологическую травму, поскольку они начинают ощущать себя ненужными обществу, в котором живут. Стресс, вызванный потерей работы, нарушает привычный уклад жизни людей и ведет к ухудшению их здоровья, возникновению заболеваний, на лечение которых у безработных порой не хватает денежных средств. Повышение уровня безработицы ведет к ухудшению материального положения семей, что негативно сказывается на психологическом климате семьи. Социально - психологические и экономические последствия безработицы свидетельствуют о том, что это явление является опасным как для отдельного человека, так и для общества, всего государства в целом.[3]

Но и в тоже время, помимо ряда отрицательных черт, у безработицы существуют и положительные стороны. К ним можно отнести:

1) фрикционная безработица способствует перераспределению рабочей силы в места ее наиболее эффективного использования с точки зрения как предпринимателей, так и работников;

2) структурная безработица предполагает реализацию различных форм повышения квалификации, переподготовки кадров, которые положительно влияют на качественное совершенствование совокупной рабочей силы общества;

3) наличие резервной армии труда оказывает стимулирующее воздействие на исполнение своих обязанностей занятыми на производстве. [4]

Исходя из всего вышеперечисленного, можно сделать вывод о том, что безработица непосредственно связана с определенными экономическими и социальными издержками. Её рост приводит к появлению социальных проблем и усилению социальной напряженности в стране, что в свою очередь плохо сказывается на экономике страны. Однако безработица также имеет черты, которые положительно влияют на уровень жизни и способствуют появлению возможности работнику переквалифицироваться или повысить уровень уже имеющейся квалификации.

Список используемой литературы:

1. Министерство труда и социальной защиты Республики Беларусь: Закон о занятости населения Республики Беларусь – Режим доступа: <http://mintrud.gov.by/ru/zakon> - Дата доступа: 01.12.2019.

2. Министерство труда и социальной защиты Республики Беларусь: Ситуация в сфере занятости и безработицы в Республике Беларусь – Режим доступа: <http://mintrud.gov.by/ru/sostojanie> - Дата доступа: 11.12.2019.

3. Запаненок А. А. Состояние безработицы в Республике Беларусь: экономические и социально - психологические последствия: статья / А. А. Запаненок, Е.М. Янкевич – Витебск ВГУ – Режим доступа: <http://step-science-bip.csrae.ru/pdf/1/125.PDF> - Дата доступа: 18.12.2019.

4. Гайдукова А. А. Безработица в Республике Беларусь, её структура и динамика: статья / А. А. Гайдукова, М. П. Лещиловская – Режим доступа: http://www.bseu.by/ket/EkonMozaika_5_1.pdf - Дата доступа: 18.12.2019.

© Несевра Э. А., 2019

Ополева Л.А., магистрант 2 курса
Тюменский индустриальный университет
г. Тюмень, Российская Федерация

ФИНАНСОВЫЙ КОНТРОЛЬ И БЮДЖЕТНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Аннотация

В статье рассматриваются методы и способы оценки реализации бюджетных программ финансирования развития бизнеса на региональном и местном уровне; подходы в методологии измерения результативности и эффективности на практике и в научной литературе

Ключевые слова

Финансовый контроль, государственный контроль, аудит, государственные программы, поддержка бизнеса, бюджетная эффективность, бюджетный контроль, бюджетный программы, бюджетные субсидии, инвестиции.

Финансовый контроль является эффективным и объективным исключительно в том случае, когда субъект контроля организационно является внешней структурой относительно подконтрольного объекта, а в иерархии административного подчинения занимает высшую ступень, чем объект. Иначе говоря, финансовый контроль является действенным лишь тогда, когда его субъект способен реально влиять на деятельность подконтрольного объекта. Финансовому контролю подлежат субъекты, получающие финансовые ресурсы от государства и иных субъектов, связанных с деятельностью государственных субъектов.

Как показывает финансовый контроль и аудит в сфере предпринимательства, слабым звеном программ поддержки субъектов предпринимательства называют расчет бюджетной эффективности этих программ. Следует различать результаты и эффективность, так как результаты оцениваются на основе анализа достижения целей, а эффективность измеряется в относительных величинах в виде соотношения результатов и затрат, направленных на соответствующие цели.

Обычно критерии эффективности обозначены следующим образом: рост количества предприятий; увеличение численности занятых в бизнесе; развитие налогооблагаемой базы; насыщение рынка товарами, и активизация деятельности бизнеса [1].

Но данные критерии необходимо отнести скорее к результативности, чем к эффективности, так как они оценивают развитие предпринимательства и не дают возможности оценить непосредственно сами программы поддержки бизнеса. Как показывает практика, что в настоящее время нет идеальной или оптимальной методики оценки эффективности системы государственной поддержки бизнеса.

Наиболее применяемым подходом к оценке эффективности государственной поддержки бизнеса является классический подход, в соответствии с которым применяются показатели, определяющие часть малых предприятий: в общем числе предприятий; в общем обороте; в налоговых поступлениях; в формировании ВРП; занятых на предприятиях в общей численности занятых.

В программах предусмотрено использовать для оценки эффективности данных программ целевые индикаторы и показатели реализации. В этом случае трудно выявить и оценить влияние именно программных мер поддержки на развитие бизнеса.

С развитием методологических подходов оценки эффективности государственной поддержки бизнеса стали модифицироваться методические подходы. В настоящий момент их можно разделить на основные группы:

- 1) подходы, основой оценки которых является установление результативности программных документов, сосредоточенных на поддержке и развитии предпринимательской деятельности;
- 2) подходы, основанные на оценке развития предпринимательства;
- 3) подходы, основанные на расчете вклада от предпринимательской деятельности в развитие экономики региона;
- 4) подходы, в основе которых методика с конечным результатом - интегральным показателем;
- 5) подходы, основанные на изучении снижения административных барьеров в области предпринимательства.

Подходы, опирающиеся на установление результативности программных документов, направленных на поддержку и развитие предпринимательской деятельности.

Данный подход является одним из первых и изначально его основой было измерение эффективности расходования средств бюджета. Так, М.В. Орлов считает показатели бюджетной эффективности государственного регулирования предпринимательской деятельности могут быть рассчитаны через соотношение бюджетных затрат и доходов в бюджет как следствие этих затрат [2]. По мнению М.В. Орлова, выявление бюджетной эффективности инвестиций в предпринимательство является одновременно показателем экономической эффективности регулирования предпринимательской деятельности.

Преимуществом данного методического подхода является возможность учета бюджетных, экономических, социальных и отраслевых особенностей. Т.П. Ярошенко считает, что оценка эффективности реализации долгосрочных и ведомственных целевых программ необходима в целях получения оптимального соотношения достигаемых в процессе реализации результатов и затрат, а также обеспечения таких принципов бюджетной системы РФ, как эффективность использования бюджетных средств, прозрачность, достоверность бюджета, адресность и целевой характер бюджетных средств [3].

По мнению В. А. Гражданкина эффективность расходования бюджетных средств любого уровня может быть выражена в достижении как бюджетного эффекта, так и экономического, и социального [4]. Для оценки эффектов от реализации программы поддержки предпринимательства автором метода предложен относительно небольшой перечень критериев, отражающих вклад в развитие региона: прирост численности работников, занятых в малом предпринимательстве; прирост оплаты труда; налоговые вычеты; норматив отчислений рассматриваемого налога в соответствующий бюджет в пропорции к объему выданных субсидий.

Список использованной литературы

1. Шмалый О.В. Оценка влияния государственного контроля (надзора) на деятельность хозяйствующих субъектов // Вопросы государственного и муниципального управления [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-vliyaniya-gosudarstvennogo-kontrolya-nadzora-na-deyatelnost> (дата обращения 21.12.2019)
2. Орлов, М. В. Эффективность государственного регулирования предпринимательской деятельности [Текст]: автореф. дис. к.э.н. / М. В. Орлов. - М., 2006. - 28 с.
3. Ярошенко, Т. П. Методика оценки эффективности реализации долгосрочных и ведомственных целевых программ [Электронный ресурс] / Т. П. Ярошенко // Режим доступа: <http://elibrary.ru/download>(дата обращения 21.12.2019)
4. Гражданкин, В. А. Формирование институтов инфраструктуры поддержки малого предпринимательства в Алтайском крае [Текст] / В. А. Гражданкин // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. - 2009. - № 93. - С. 117 - 122.

© Ополева Л.А., 2019

Павленко А.В.
студентка 4 курса НГУЭУ
г. Новосибирск, РФ
Научный руководитель: **Щербак О.Д.**
канд. экон. наук, доцент
г. Новосибирск, РФ

АНАЛИЗ ВЗАИМОСВЯЗИ ПЛАТЁЖЕСПОСОБНОСТИ И ЛИКВИДНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация

В настоящее время каждая организация имеет определённые обязательства, по которым она несёт ответственность за погашение. Для оценки финансового положения предприятия используется ряд признаков, ключевым из которых является платёжеспособность. Именно она позволяет определить способность субъекта экономической деятельности расплачиваться по своим обязательствам полностью и в срок. В нестабильных условиях рыночной экономики у организации повышается риск невозможности быстрого обращения своих активов в денежные средства с целью своевременного погашения кредиторской задолженности. В статье рассмотрены варианты совершенствования платёжеспособности организации и её взаимосвязь с ликвидностью.

Ключевые слова

Платёжеспособность, предприятие, ликвидность активов, обязательства, коэффициент ликвидности.

Каждое предприятие представляет собой совокупность элементов, которые взаимосвязаны между собой. Слаженное взаимодействие этих элементов обеспечивает бесперебойную деятельность организации, а также эффективное управление всеми финансовыми и хозяйственными процессами. Одним из основных признаков успешной деятельности организации является платёжеспособность, снижение которой сигнализирует о неблагоприятном финансовом состоянии.

Если предприятие демонстрирует готовность своевременно производить оплату труда персонала, вносить платежи во внебюджетные и бюджетные фонды, возвращать кредиты и удовлетворять, возникающие в соответствии с хозяйственными договорами, платёжные требования поставщиков, то это означает что оно платёжеспособно. Иными словами, можно сказать, что организация обладает способностью погашать кредиторскую задолженность без нарушения сроков и в полном объёме [4, с. 101].

Платёжеспособность определяется наличием двух основных признаков:

Признак 1. Отсутствие просроченной кредиторской задолженности.

Признак 2. Наличие на расчётном счёте средств в достаточном объёме.

Существует возможность выделить текущую и ожидаемую платёжеспособность. Первая определяется на дату составления баланса, т.е. предприятие считается платёжеспособным при отсутствии просроченной перед поставщиками задолженности, а также по банковским судам и прочим расчётам [2, с. 98].

Для определения ожидаемой платёжеспособности необходимо выделить конкретную предстоящую дату и сопоставить платёжные средства и обязательства, которые являются

первоочередными, на эту дату. Понятие платежеспособность тесно связано с ликвидностью баланса, но при этом они не равны между собой. Для определения платежеспособности организации анализируется ликвидность, а именно ее коэффициенты [1].

В таблице 1 приведены формулы расчета коэффициентов ликвидности.

Таблица 1 – Коэффициенты ликвидности

Показатель	Нормальное значение	Формула для расчета	Пояснение
Коэффициент текущей ликвидности (Ктл)	[2; + ∞)	$K_{тл} = \frac{A1 + A2 + A3}{(П1 + П2)}$	Показывает степень покрытия краткосрочных обязательств оборотными активами;
Коэффициент быстрой ликвидности (Кбл)	[1; + ∞)	$K_{бл} = \frac{(A1 + A2)}{(П1 + П2)}$	Отражает способность погашения предприятием краткосрочных обязательств в случае его критического положения, когда не будет возможности продать запасы;
Коэффициент абсолютной ликвидности (Кал)	[0,2; + ∞)	$K_{ал} = \frac{A1}{(П1 + П2)}$	Характеризует способность предприятия погашать текущие (краткосрочные) обязательства за счет наиболее ликвидных активов.

Степень покрытия организацией обязательств, срок погашения которых соответствует сроку превращения в деньги активов, используемых для данной цели и есть ликвидность баланса. Платёжеспособность и ликвидность вместе показывают, может ли предприятие ровно с срок погасить свою задолженность по краткосрочным обязательствам перед контрагентами. В свою очередь, ликвидность имеет несколько уровней: нормальная, низкая и ограниченная. Каждый уровень характеризует степень наличия оборотных средств в количестве, достаточном для погашения обязательств.

Ликвидность можно назвать одним из методов поддержания платёжеспособности. Так называемой базой для ликвидности предприятия и платёжеспособности является ликвидность баланса. Без взаимосвязи это элементов финансовое состояние предприятия не будет иметь положительную динамику. Это значит, что платёжеспособность организации будет иметь низкий уровень, который будет выражаться в недостатке денежной наличности и существованием просроченных платежей. Данная ситуация способна носить длительный временной период и может быть чревато потерей инвестиционной привлекательности, а также снижением качества управлением активами [3, с. 87].

Причинами снижения платёжеспособности или же вообще неплатёжеспособности организации могут быть неправильное использование оборотного капитала, повышение себестоимости продукции и невыполнение плана по её реализации. А также недостаток или отсутствие источников самофинансирования, невыполнение плана по ожидаемой прибыли. Еще одной причиной снижения платёжеспособности могут быть вложения, которые временно источников финансирования не имеют, например, вложения в сверхплановые запасы [5, с. 57].

Таким образом, платёжеспособность и ликвидность организации являются одними из важнейших элементов финансовой устойчивости. Несвоевременное предотвращение

снижения платёжеспособности может понести за собой тяжёлые последствия, включая даже банкротство для компании.

Прежде всего, для контроля платёжеспособности предприятию необходимо анализировать своевременно свою финансовую деятельность и отслеживать основные финансовые показатели. В качестве мероприятий по повышению платёжеспособности предприятие должно постоянно повышать технологичность изготовления продукции, быстро реагировать на изменения условий рынка, совершенствовать систему учета ресурсов и сокращать издержки в соответствии с сокращением объёмов продаж.

Для повышения эффективности работы предприятия необходимо постоянно поддерживать качество продукции, внедрять инновации, а также заручиться долгосрочными отношениями с поставщиками. Взаимодействие всех вышеперечисленных мер позволит поддерживать высокий уровень платёжеспособности организации, а также обеспечит снижение затрат и высокое качество продукции.

Список использованной литературы

1. Приказ Минфина России от 29.07.1998 № 34н (ред. от 29.03.2017) Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учёта и бухгалтерской отчётности в Российской Федерации (зарегистрировано в Минюсте России 27.08.1998 №1598)
2. Алексеева Н.А. Обоснование показателей ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости организации на основе анализа денежных потоков / Н.А. Алексеева // Перспективы науки. 2011. №16. С. 98 - 103
3. Бабаев Ю.А. Бухгалтерский финансовый учет / под ред. проф. Ю.А.Бабаева. - 2 - е изд., перераб. и доп. - М.: Вузовский учебник, 2008г. - 650 с.
4. Грачев А. В. Анализ финансово - экономического состояния предприятия в современных условиях., 2011 г. - 101 с.
5. Решетникова А.И., Роженцова И.А. Финансовая устойчивость и платежеспособность компании / Решетникова А.И., Роженцова И.А. // Аудиторские ведомости. – 2010. – 57 с.

© Павленко А.В., 2019

Пименова Е.Д.

студентка 5 курса ЧОУ ВО «СПбУТУиЭ»,
специалист отдела благоустройства местной Администрации
муниципального образования МО Адмиралтейский округ,
г. Санкт - Петербург, РФ

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ БЛАГОУСТРОЙСТВА ТЕРРИТОРИИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК ОДНОГО ИЗ ГЛАВНЫХ ФАКТОРОВ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ГОРОДА ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ

Аннотация. Благоустройство территории муниципального образования является одной из актуальных проблем инновационного развития города федерального значения, которое призвано решать проблемы создания благоприятной жизненной среды, обеспечивающей

комфортные условия для жизнедеятельности населения. Новизна представленной научной статьи заключается в том, что автором выделены ключевых проблемы благоустройства территории муниципального образования с учетом особенностей развитие города федерального значения в условиях инновационной среды. Целью данной статьи стала систематизация проблем благоустройства территории на примере муниципального образования МО Адмиралтейский округ города Санкт - Петербурга. Для достижения поставленной цели был решен ряд задач, направленный на раскрытие понятия «благоустройство территории», определение основных направлений благоустройства территорий и выделение проблем, стоящих перед муниципальным образованием МО Адмиралтейский округ города Санкт - Петербурга в области благоустройства. В результате проведенного исследования автором были достигнуты поставленные цели и задачи, а также сделаны обоснованные выводы о необходимости скорейшего решения выявленных проблем, имеющих важнейшую общественную ценность.

Ключевые слова: благоустройство, территория, развитие, муниципальное образование, территория муниципального образования, проблемы благоустройства территории муниципального образования, город федерального значения.

Сегодня не вызывает сомнения тот факт, что в городах федерального значения, к которым относится и Санкт - Петербург, сложилась неблагоприятная ситуация, связанная с условиями проживания. Именно поэтому данная тема является предметом особого внимания официальных властей всех уровней, политических партий и общественных движений, средств массовой информации и широких слоев населения. Благоустроенность территорий в муниципальных образованиях отражает уровень социально - экономического развития не только города, но и всей страны, поэтому данный вопрос занимает одно из самых важных мест в жизни общества.

Понятие «благоустройство территории» появилось в российском законодательстве с момента принятия Федерального закона №131-ФЗ от 06 октября 2003 года «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» [1].

В указанном федеральном законе определено, что под благоустройством территории понимается комплекс мероприятий по содержанию территории, а также по проектированию и размещению объектов благоустройства, направленных на обеспечение и повышение комфортности условий проживания граждан, поддержание и улучшение санитарного и эстетического состояния территории [1].

При этом органы власти должны способствовать значительному улучшению экологического состояния и внешнего облика территории, созданию более комфортных микроклиматических, санитарно - гигиенические и эстетических условий на улицах, в жилых кварталах, общественных местах [6].

Отметим, что в Санкт - Петербурге в данном направлении реализуется городская адресная программа благоустройства Санкт - Петербурга в рамках реализации приоритетного проекта «Формирование комфортной городской среды», получившая старт 17 ноября 2016 года и рассчитанная на 4 года (до конца 2020 года) [2]. Ее приоритетной целью является создание условий для системного повышения качества и комфорта городской среды на основании обращений и инициатив жителей. Санкт - Петербург

осуществляет указанный проект за счет средств городского бюджета и местного самоуправления.

В целом можно сказать, что система благоустройства муниципального образования города состоит в принятии решений, направленных на социально - экономическое, экологическое, инженерное и архитектурно - планировочное улучшение территории муниципального образования [4].

Для осуществления полного комплексного благоустройства территорий муниципальных образований города федерального значения органы местного самоуправления наделены целым рядом полномочий в законодательной, социально - экономической и градостроительной сферах [3].

Так, например, в комплекс полномочий по благоустройству внутриквартальных территорий входят шесть основных блоков: ремонт и замена покрытия внутриквартальных территорий, установка и содержание детского игрового и спортивного оборудования, установка малых архитектурных форм, внутриквартальное озеленение, уход за зелеными насаждениями и компенсационное озеленение, а также установка и содержание газонных ограждений [5].

Исходя из практического опыта деятельности отдела благоустройства муниципального образования МО Адмиралтейский округ города Санкт - Петербург, можно выделить ряд ключевых проблем в области благоустройства.

Одна из главных проблем это сокращение бюджета. Так при формировании бюджета 2019 года, правительством Санкт - Петербурга, было принято решение о сокращении бюджета муниципального образования МО Адмиралтейский округ на четверть (около 15 млн. руб.). В этой связи муниципалитет был вынужден отказаться от масштабных и социально значимых работ по благоустройству, запланированных на основе заявок поступивших от жителей (работ по установке детского игрового и спортивного оборудования по четырем адресам и работ по замене асфальто - бетонного покрытия на плиточное по пяти адресам). При этом стоит отметить, что установка новых детских игровых и спортивных площадок, выполненная с соблюдением всех норм, зон безопасности и сроков положительно влияет на отношение к власти жителей среднего трудоспособного возраста, имеющих детей – вопрос детских площадок остро стоит в центральных районах города. Так же, затрагиваются физически активные люди, ведущие здоровый образ жизни, число которых неуклонно растет. Работы в сфере благоустройства являются фундаментальными для формирования положительного общественного мнения об органах государственной власти. Отказ даже от малой их части может негативно сказаться на репутации муниципалитета в глазах жителей.

Далее можно выделить низкое качество работ управляющих компаний:

1. Некачественное содержание общедомового имущества, уборка лестничных клеток, текущий и капитальный ремонт. В муниципалитет постоянно обращаются жители с жалобами на работу управляющих компаний.

2. Содержание коммуникаций и сетей подведомственных ЖКС. Некачественное и несвоевременное обслуживание сетей находящихся под землей влечет за собой просадку грунта и разрушение имеющегося покрытия. Без устранения этой причины ремонтировать покрытие внутридворовой территории не является целесообразным.

3. Проведение плановых и аварийных работ без ордера ГАТИ. Отсутствует контроль за качеством и сроками производимых работ.

Еще одной существенной проблемой является ненадлежащая уборка территорий. На территории муниципального образования МО Адмиралтейский округ зачастую не проводится уборка. Так в зимний период наблюдается скопление снега на улицах, тротуары и проезжая часть покрываются наледью, парковочные места не доступны из-за сугробов, на зданиях висеющая наледь (сосульки). Все это приводит к повышению уровня социального напряжения в обществе и снижению доверия населения к компетенции органов власти.

Также жителей волнует низкий уровень благоустройства дворовых территорий. На территории муниципального образования МО Адмиралтейский округ 289 домов, из которых 239 имеют внутривдворовую территорию. По данным региональной информационной системы на территории муниципального образования 120 некадастрированных внутривдворовых территорий и 119 прошли кадастровый учет. При этом основная масса адресов, прошедших кадастровый учет, являются в неудовлетворительном состоянии.

Приоритетными проблемами являются и отсутствие парковок для личного автотранспорта; отсутствие механизмов вовлечения населения в процессы благоустройства; отсутствие регулярного мониторинга общественного мнения относительно благоустройства.

Все указанные проблемы негативно влияют на мнение жителей о действующей власти.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что благоустройство территории округа – одна из самых главных задач муниципалитетов Санкт - Петербурга. Особенно остро этот вопрос стоит в исторической части города, где находится большое количество памятников архитектуры. Кроме того, в условиях плотной застройки, наличии инженерных сетей и разнообразного мнения жителей задача эта становится далеко не простой.

Наша позиция по проблемам благоустройства территорий муниципальных образований города федерального значения, однозначна и заключается в том, что необходимо осуществлять заблаговременное планирование, а также проводить тесное сотрудничество всех органов власти, балансодержателей инженерных сетей и вести постоянный двусторонний диалог с жителями.

Сегодня органы местного самоуправления должны совместно с населением выработать стратегию развития муниципального образования в сфере благоустройства территории. Только лишь в этом случае будет достигнут необходимый результат – красивая и комфортная городская среда муниципального образования, доступная для всех категорий жителей.

Список использованной литературы:

1. Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 06 октября 2003 г. №131-ФЗ. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_44571 (дата обращения 20.12.2019).

2. Постановление Правительства Санкт - Петербурга «О государственной программе Санкт - Петербурга "Благоустройство и охрана окружающей среды в Санкт - Петербурге"» от 17 июня 2014 г. №487. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/822403594> (дата обращения 20.12.2019).

3. Максимовская А. А. Роль управления благоустройством в развитии территории // Символ науки. – 2017. – №5. – С. 201–203.
4. Пешин Н.Л. Местное самоуправление: реформа ЖКХ и задачи благоустройства территории // Вестник Московского университета. Серия 11. Право. – 2018. – №1. – С. 54–73.
5. Свиридова Е.С., Скопинский А.И. Система управления благоустройством территории муниципального образования // Научные записки молодых исследователей. – 2014. – №5. – С. 46–49.
6. Секу Р.В., Барышева М.А., Чугусов Д.А. Комплексное благоустройство дворовых территорий на примере г. Москвы // Международный журнал прикладных наук и технологий «Integral». – 2019. – №1. – С.31–40.

© Пименова Е.Д., 2019

Плотникова П.А.
магистрант УлГТУ

Мансурова Г.И.
к. э. н., доцент, доцент УлГТУ
г. Ульяновск, РФ

НОРМАТИВНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДВИЖЕНИЯ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ

Нормативно - правовые документы первого и второго уровней, регулирующие прямо или косвенно деятельность в сфере бухгалтерского учета денежных средств:

Глава 46 Гражданского кодекса РФ устанавливает основы расчетов денежными средствами. Так, статья 861 ГК РФ устанавливает правила расчетов в безналичной и наличной форме с юридическими и физическими лицами:

Расчеты с физическими лицами могут осуществляться в форме наличной оплаты без ограничений, а также в безналичной форме.

Расчеты с юридическими лицами осуществляются в безналичном порядке, или в наличной форме с ограничением – в размере, не превышающим 100 тыс. руб. Данное ограничение установлено Указанием Банка России № 3073 - У от 07.10.2013.

Иные формы безналичных расчетов между юридическими лицами установлены статьей 862 ГК РФ: платежное поручение, аккредитив, инкассо, чеки и др.

Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 № 402 - ФЗ определяет правовые основы бухгалтерского учета – содержание, принципы, организацию бухгалтерского учета, состав хозяйствующих субъектов, обязанных вести бухгалтерский учет и предоставлять финансовую отчетность, а также требования к составлению первичной документации и учетных регистров.

Федеральный закон от 22 мая 2003 г. № 54 - ФЗ "О применении контрольно - кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации" определяет правила

применения контрольно - кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации.

Контрольно - кассовая техника в обязательном порядке применяется всеми организациями и индивидуальными предпринимателями на территории Российской Федерации при осуществлении ими расчетов, за исключением случаев, установленных ст. 2 Федерального закона № 54 - ФЗ.

Федеральный закон "О валютном регулировании и валютном контроле" от 10.12.2003 № 173 - ФЗ контролирует валютные операции между резидентами и нерезидентами, счета резидентов в банках за пределами Российской Федерации, счета нерезидентов в банках на территории Российской Федерации, операции купли - продажи иностранной валюты и пр.

Второй уровень системы нормативного регулирования составляют положения (стандарты) по бухгалтерскому учету.

Документы второго уровня утверждаются Министерством финансов РФ, на которое возложено методологическое руководство бухгалтерским учетом и отчетностью в народном хозяйстве в целом по стране.

Положение по ведению бухгалтерского учета и отчетности в РФ, утвержденное приказом Минфина РФ от 29 июля 1998 года № 34н регулирует общие вопросы организации и ведения бухгалтерского учета, составления первичных документов и организации документооборота.

"Учет активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте". ПБУ 3 / 2006 Утверждено приказом Минфина РФ от 27.11.2006 № 154н. Данный норматив устанавливает правила отражения информации об активах и обязательствах, выраженных в иностранной валюте на счетах бухгалтерского учета.

Следующим документом выступает «Бухгалтерская отчетность организации». ПБУ 4 / 99 Утверждено приказом Минфина РФ от 06 июля 1999 года № 43н. Данное Положение устанавливает состав, содержание и методические основы формирования бухгалтерской отчетности юридических лиц (кроме кредитных организаций и муниципальных учреждений).

Статья 29 ПБУ 4 / 99 «Бухгалтерская отчетность организации» указывает на то, что бухгалтерская отчетность должна содержать информацию о движении денежных средств в отчетном периоде: наличие, поступление и расходование денежных средств.

Список использованной литературы:

1. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации (введен в действие Федеральным законом РФ от 26 января 1996 года № 14 - ФЗ [часть вторая]) (в ред. от 18.03.2019) // СПС Консультант Плюс.
2. Российская Федерация. Законы. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402 - ФЗ «О бухгалтерском учете» (ред. от 26.07.2019) // СПС Консультант Плюс.
3. Приказ Минфина РФ от 29.07.1998 № 34н «Положение по ведению бухгалтерского учета и отчетности в РФ» (ред. от 11.04.2018) // СПС Консультант Плюс.
4. Указание Банка России от 11.03.2014 № 3210 - У «О порядке ведения кассовых операций юридическими лицами и упрощенном порядке ведения кассовых операций индивидуальными предпринимателями и субъектами малого предпринимательства» (ред. от 19.06.2017) // СПС Консультант Плюс.

Прохоренко В.С.

Магистрант 2 курса

Экология и природопользование

Косенко Т.Г.

Научный руководитель

к. с. - х. н., доцент

ДГАУ,

п. Персиановский, Российская Федерация

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация

Раскрыта сущность рационального природопользования. Дана характеристика принципов природоохранного ведения хозяйствования. Названы основные задачи экономического механизма охраны окружающей среды и устойчивого развития.

Ключевые слова

Условия, окружающая среда, деятельность, ресурсы, эффективность, устойчивость.

Устойчивое развитие человека и среды предполагает гармоничное состояние, сбалансированное развитие за счет экономических и социальных изменений, при котором эксплуатация природных ресурсов, направление инвестиций, ориентация научно - технического развития, развитие личности и институциональные изменения согласованы друг с другом. Необходимо укрепление нынешнего и будущего потенциала для удовлетворения человеческих потребностей и устремлений для обеспечения качества жизни людей.

При осуществлении хозяйственной, управленческой и иной деятельности, оказывающей отрицательное воздействие на состояние окружающей природной среды, предприятия и граждане Российской Федерации обязаны руководствоваться принципами научно обоснованного сочетания экологических и экономических интересов общества, обеспечивающих реальные гарантии прав человека на здоровую и благоприятную для жизни окружающую природную среду; обеспечения благоприятных экологических условий для жизни, труда и отдыха населения.

Рациональное использование природных ресурсов должно вестись с учетом законов природы, потенциальных возможностей окружающей природной среды[2,с.92]. Необходимо воспроизводство природных ресурсов и недопущение необратимых последствий для окружающей природной среды и здоровья человека[3,с.132].

Требования природоохранительного законодательства, неотвратимость наступления ответственности за их нарушение должны проходить при гласности в работе и тесной связи

с общественными организациями и населением в решении природоохранительных задач; международным сотрудничеством в охране окружающей природной среды.

Экономический механизм охраны окружающей природной среды имеет своими задачами: планирование и финансирование природоохранительных мероприятий; установление лимитов использования природных ресурсов, выбросов и сбросов загрязняющих веществ в окружающую природную среду и размещения отходов.

Необходимо установление нормативов платы и размеров платежей за использование природных ресурсов, выбросы и сбросы загрязняющих веществ в окружающую природную среду, размещение отходов и другие виды вредного воздействия.

Рассматривается предоставление предприятиям, а также гражданам налоговых, кредитных и иных льгот при внедрении ими малоотходных и ресурсосберегающих технологий и нетрадиционных видов энергии, осуществлении эффективных мер по охране окружающей природной среды, возмещении в установленном порядке вреда, причиненного окружающей природной среде и здоровью человека.

Для определения экономической эффективности использования природных ресурсов необходима выработка единых методологических подходов к их оценке[1,с.680].

Экономический подход к концепции устойчивости развития основан на теории максимального потока совокупного дохода при условии сохранения совокупного капитала, с помощью которого и производится этот доход. Это обеспечивает оптимальное использование ограниченных ресурсов и применение экологических, природосберегающих, материалосберегающих, энергосберегающих технологий, создание экологически приемлемой продукции, минимизацию, переработку и уничтожение отходов.

При слабой устойчивости наблюдается неумножаемый во времени природный и произведенный капитал. При сильной устойчивости часть прибыли от продажи невозобновимых ресурсов направляется на увеличение ценности возобновимого природного капитала.

Список использованной литературы

1.Громаков А.А., Скуратов Н.С. Рельеф, плодородие чернозёма обыкновенного и продуктивность ярового ячменя. Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2011. № 10.с.680.

2.Драгалева О.А., Луганская И.А. Оценка антропогенного воздействия на сельскохозяйственные районы Ростовской области В сборнике: Мелиорация антропогенных ландшафтов Межвузовский сборник научных трудов. Новочеркасская государственная мелиоративная академия. Новочеркасск, 2007. С. 91 - 97.

3.Косенко Т.Г., Бершаккая И.И., Спичак И.В., Халабурдина Е.Ю. Земельные отношения в сельскохозяйственном предприятии В сборнике: Актуальные проблемы современной экономики и систем управления Материалы VIII Международной научно - практической конференции. 2016. С. 131 - 134.

© Прохоренко В.С., 2019

Пугачева Д.Д.
Студентка 3 курса ТУСУР
г. Томск, РФ

Научный руководитель: **Богданова О.П.**
канд. экон. наук, доцент ТУСУР
г. Томск, РФ

ЭССЕНЦИАЛИЗМ КАК ОСНОВА УСПЕХА СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖЕРА

Аннотация

В статье рассмотрены возможности применения философии эссенциализма в качестве инструмента успешности современного менеджера. А также разработаны рекомендации по практическому применению данной философской концепции.

Ключевые слова

Эссенциализм, менеджер, успех, менеджер - эссенциалист

Каждый менеджер, начиная свой профессиональный путь, задается главными вопросами: «Кто такой идеальный менеджер?», «Что делать для того, чтобы стать успешным в мире бизнеса и как добиться высоких результатов?». В современном мире существует множество пособий, статей и литературы, дающих перечень качеств, которыми должен обладать успешный менеджер, а также советы и рекомендации по их применению. Но что, если рассмотреть философию эссенциализма, как один из инструментов успешности менеджера?

Чтобы ответить на этот вопрос, необходимо разобраться в сущности и основных понятиях этой философской концепции.

Эссенциализм – философия, образ жизни, который помогает достигать главного, отказываясь от всего, что этому мешает. [1]

Путь эссенциализма – это постоянный поиск меньшего, но лучшего. Этот путь учит человека видеть, что действительно важно, то есть рассматривать все существующие варианты и выбирать только самые ценные.

Если применить этот образ жизни к работе менеджера, то можно сделать вывод, что менеджер - эссенциалист видит в общем объеме работы только то, что действительно важно, то есть он рассматривает все существующие варианты и выбирает из них только самые ценные. Такой менеджер отказывается от убеждения, что можно успеть всё и концентрирует своё внимание только на главных вещах, например, конкретных задачах или важных проектах. Такой человек принимает тяжелые решения, но во многих случаях одно такое решение избавляет от необходимости решения более локальных проблем в дальнейшем будущем. Менеджер–эссенциалист не учится на собственных ошибках, а тщательно планирует свою жизнь и время, чтобы избежать их. Он не выбирает решения инстинктивно. Из нескольких задач он выбирает главные и стремится к их выполнению.

Такой перечень качеств для менеджера звучит очень вдохновляюще, и, если бы можно было всё это разом вложить в голову, и уже применять на практике, то успешных людей в сфере менеджмента стало бы намного больше. Однако успешных менеджеров не так много, ведь чтобы стать профессионалом своего дела, необходимо постоянно повышать свои навыки и развивать различные компетенции, а на это способны не все.

Почему же современные менеджеры отказываются от эссенциализма в своей работе? На это существует несколько причин. Слишком большой выбор: менеджеры не могут определиться, что действительно важно среди ряда альтернатив. Большое социальное давление: помимо количества доступных вариантов, возросла и сила, с которой давят внешние обстоятельства и другие люди на менеджера. Перегрузка не только фактами, но и частными мнениями. Установка, что можно получить всё, если захотеть - менеджеры хватаются за всё и сразу (несколько проектов, несколько задач) в надежде получить большую выгоду, но за этим теряют качество и время, расплываясь на все дела сразу. [2, с.98]

Эссенциализм – это, прежде всего путь, который нужно пройти, затрачивая определенные усилия. Но, если менеджер достигнет основные понятия этой концепции и научиться применять их на практике, то может достичь определенных успехов.

Для того чтобы стать менеджером–эссенциалистом, необходимо следовать определенным принципам и применять их на практике.

Во - первых, менеджер–эссенциалист должен уметь делать личный выбор, а значит самостоятельно решать, как и на что тратить своё время и энергию.

Во - вторых, такой специалист должен осознавать, что почти всё вокруг представляет собой шум и только некоторые вещи имеют настоящее значение. Поэтому он тратит время на то, чтобы определить важное. Здесь хорошо применим принцип Вильфредо Парето, который утверждал, что 20 % усилий обеспечивают 80 % результата. Затем эту мысль развил Джозеф Джуран в своей книге, назвав ее законом «жизненно важного малого».

В - третьих, важность компромиссов. Менеджер - это тоже человек, и у него есть предел возможностей. Нужно понимать, что успеть абсолютно всё, просто невозможно. Признав важность компромиссов, менеджер–эссенциалист перестает задаваться вопросом: «Как мне это сделать?». Он начинает спрашивать себя: «А что именно я хочу сделать?».

Менеджер–эссенциалист обладает способностью отказываться от ненужного. Многие из людей соглашаются на какие - либо предложения, потому что им нравится приносить пользу, делать людям приятно. Но иногда наилучшим вкладом в продуктивность своей деятельности может быть слово «Нет». Как писал Питер Друкер, «люди эффективны, когда говорят: “нет, мне это не подходит”». Чтобы избавиться от лишнего шума и от дел, которые не приносят пользы, менеджеру придется отказывать людям довольно часто, то есть идти против социальных норм. Поэтому необходимо отделять решения от отношений.

Такому менеджеру необходимо устанавливать свои границы. Он рассматривает их, как источник своей силы. Границы защищают его время и позволяют избегать предложений, которые не соответствуют поставленным целям. У такого менеджера всё четко спланировано и имеется «буфер» в случае возникновения форс - мажорных обстоятельств. Он заранее готов к нестандартным ситуациям и неожиданностям. Такой специалист живёт настоящим моментом и радуется даже «мелким» результатам, ведь именно они приведут его к большой победе.

Эссенциализм позволяет нам более избирательно подходить к своим действиям и решениям, а значит, дает возможность подняться на новый уровень. Умение отбросить ненужное даёт менеджеру–эссенциалисту возможность невероятной свободы, чётких действий в планировании и управлении. Такой специалист становится максимально

эффективным в работе, а значит возрастает его востребованность на рынке труда, а значит, эссенциализм можно смело отнести к инструментам успешного менеджера.

Список используемой литературы

1. Меньше, но лучше: 9 заповедей эссенциалиста. [Электронный ресурс] - URL: [https://vk.com/away.php?to=https % 3A % 2F % 2Fnewtonew.com % 2Fopinon % 2Fmenshe - no - luchshe - 9 - zapovedey - essencialista&cc_key](https://vk.com/away.php?to=https%3A%2F%2Fnewtonew.com%2Fopinon%2Fmenshe-no-luchshe-9-zapovedey-essencialista&cc_key) (дата обращения: 01.12.2019)

2. Эссенциализм. Путь к простоте / Г.Маккеон ; пер. с англ. И.Айзятуловой. – 4 - е изд. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 256с.

© Д.Д. Пугачева, 2019

Субботин А.В.,

Студент, 2 - й курс магистратуры
институт экономики и предпринимательства
Национальный исследовательский Нижегородский государственный
университет им. Н.И. Лобачевского,
г. Нижний Новгород, Российская Федерация

Рукавишников А.А.,

Студент, 2 - й курс магистратуры
институт экономики и предпринимательства
Национальный исследовательский Нижегородский государственный
университет им. Н.И. Лобачевского,
г. Нижний Новгород, Российская Федерация

Корчемный П. В.,

Студент, 2 - й курс магистратуры
институт экономики и предпринимательства
Национальный исследовательский Нижегородский государственный
университет им. Н.И. Лобачевского,
г. Нижний Новгород, Российская Федерация

НЕЙРОННЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛИЗА ТЕРРИТОРИЙ

Аннотация:

Данная статья посвящена изучению нейросетевых технологий с возможностью их применения в маркетинге территорий.

Ключевые слова

Маркетинг территорий, искусственные нейронные сети, моделирование, управленческие решения, прогнозирование.

Территории постепенно трансформируются в полноценных участников рынка: становятся продавцом товаров и услуг, имеющих свою ценность и цену. В условиях быстроменяющейся экономической и социальной ситуации, как в территориальной

единице, так и за ее пределами, все более актуальной задачей для успешной разработки и осуществления маркетинговой стратегии территории становится принятие обоснованных и своевременных управленческих решений, направленных на повышение привлекательности территории, укрепление и развитие положительной инвестиционной динамики [1]. Для решения таких задач целесообразно использовать технологии нейросетевого моделирования. Данный подход обладает рядом неоспоримых достоинств:

Во - первых, решение задач при неизвестных закономерностях. Так как в алгоритме заложено обучение на множестве примеров, нейронная сеть способна решать задачи, в которых неизвестны закономерности развития ситуации и зависимости между входными и выходными данными [2]. В таких случаях традиционные математические методы и экспертные системы для построения прогноза оказываются неэффективными.

Во - вторых, нейросетевой анализ позволяет воспроизводить чрезвычайно сложные зависимости, работает при наличии большого числа неинформативных, шумовых входных сигналов [2]. Нет необходимости делать их предварительный отсев, нейронная сеть сама определит их непригодность или малоэффективность для решения задачи и отбросит их.

В - третьих, нейронные сети обладают способностью адаптироваться к изменениям окружающей среды. В частности, нейросети, обученные действовать в определенной среде, могут быть легко переучены для работы в условиях незначительных колебаний параметров среды. А также, способны находить оптимальные для инструмента индикаторы и строить по ним оптимальную для данного ряда стратегию предсказания.

В - четвертых, нейронные сети обладают сверхвысоким быстродействием и потенциальной отказоустойчивостью, что несомненно, играет важную роль при составлении качественного прогноза.

Для маркетинга территории важную роль играют объективные условия: природно - ресурсный потенциал и климатические условия, геополитическое положение, инфраструктурный потенциал, финансовые, трудовые, организационные и другие ресурсы, которые в сумме составляют экономический эффект для территориальной единицы от мероприятий маркетинга. Благодаря обширным возможностям искусственного интеллекта данные факторы могут быть использованы для маркетингового анализа [3]. Результаты применения нейротехнологий могут представлять практический интерес для принятия управленческих решений с целью реализации комплекса мер, способствующих экономическому развитию территорий и дальнейшему прогнозированию инвестиционной динамики регионов РФ.

Список литературы

1. Маркетинг территорий: учебное пособие по направлению под -готовки 21.04.02. «Землеустройство и кадастры» / Н.Ю. Улицкая. – Пенза: ПГУАС, 2016. – 132 с.
2. Перова В.И. Нейронные сети: Учебное пособие. Нижний Новгород: Изд - во Нижегородского госуниверситета, 2012. Ч. 1. 155 с.; Ч. 2. 111 с.
3. Сухов, В.Д. Основы менеджмента и маркетинга в земельно - имущественных отношениях: учеб. для студ. сред. проф. образования / В.Д.Сухов. – М.: Издательский центр «Академия», 2013. – 240 с.

© Субботин А.В., Рукавишников А. А., Корчемный П.В. 2019

Рыбалкина Ю.А.
студентка 3 курса УлГТУ,
г. Ульяновск, РФ
Научный руководитель: **Лопастейская Л.Г.**
канд. экон. наук, доцент УлГТУ,
г. Ульяновск, РФ

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Аннотация:

Статья приурочена организации эффективной концепции управления затратами в фирмах. В статье приведены проблемы управления затратами с которыми сталкиваются в организациях при нынешних условиях и методы их устранения с целью увеличения экономических результатов.

Ключевые слова:

управление затратами, себестоимость продукции, оптимизация затрат.

В рыночной экономике одним из наиболее сложных и значимых считается вопрос управления затратами. На данной стадии, при обстоятельствах жестокой рыночной конкурентной борьбы абсолютно во всех секторах экономики управление себестоимостью является одним из основных инструментов компании в конкурентоспособной борьбе, так как целенаправленное управление затратами дает возможность понижать цены на продукцию, что при прочих равных обстоятельствах предоставляет вероятность компании сохранить и укрепить свои позиции на рынке.

Каждая предпринимательская сфера в ходе функционирования использует ресурсы – трудовые, материальные, финансовые и другие. Израсходованные средства формируют затраты организации, что является главным экономическим показателем ее деятельности [2].

С целью максимизации прибыли любому предприятию следует, в числе первостепенных вопросов, снизить уровень затрат. Верная организация концепции управления затратами в современных фирмах даст возможность не только сократить затраты организации, но и своевременно управлять издержками и прибылью компании, что, в окончательном результате, повысит результативность ее деятельности [3].

На практике многочисленным компаниям приходится сталкиваться с некоторыми трудностями в решении разных проблем управления, что не предоставляет возможности разработать успешную концепцию управления затратами на производство [1].

Первую проблему можно связать с большим количеством разнообразных видов расходов, по этой причине необходимо дополнительное исследование их систематизации с целью последующего обобщения и оптимизации.

Вторая проблема, имеющая место при формировании результативной концепции управления затратами, состоит непосредственно в трудности точного измерения состава затрат, что выражает значительное воздействие реализации учетных операций.

Третья проблема, обуславливается разноплановым воздействием затрат на финансовый результат экономического субъекта в целом, выражаемый бухгалтерской прибылью (убытком). Непосредственно от используемой концепции учета затрат зависит, в каком отчетном периоде эта либо другая затратная статья скажется на величине бухгалтерской прибыли, то есть станет расходом.

Сокращение себестоимости продукции считается значимой задачей в деятельности компаний и фирм. Оно выступает одним из критериев увеличения конкурентоспособности продукции, орудием повышения объема производства при постоянной стоимости трудовых и материальных ресурсов.

Себестоимость продукции считается главным показателем оценки работы компаний, в котором аккумулируются итоги применения всех разновидностей производственных ресурсов. Себестоимость продукции представляет собой затраты предприятия на производство, обращение и предназначается основой соизмерения доходов и расходов. Финансово - экономические результаты деятельности и финансовое состояние субъектов хозяйствования зависят от уровня себестоимости.

Анализ себестоимости продукции, работ и услуг имеет огромную значимость в концепции управления затратами. Он дает возможность выяснить тенденции перемены показателя, осуществление плана согласно его уровню, установить воздействие условий на его прирост, определить резервы и дать оценку деятельности компании по использованию возможностей сокращения себестоимости продукта [3].

Основными факторами снижения себестоимости являются: повышение технического уровня производства, улучшение организации труда, изменение объема и структуры выпускаемой продукции, повышение доли кооперированных поставок.

Резервы снижения себестоимости представляют собой элементы затрат, за счет экономии которых могут быть снижены издержки производства. Основными источниками снижения себестоимости являются: 1) снижение расхода сырья, материалов, энергии, топлива; 2) сокращение размера амортизационных отчислений; 3) уменьшение расхода заработной платы; 4) сокращение административно - управленческих расходов.

В результате эффективного управления затратами организация получит следующие преимущества:

1. Производство конкурентоспособной продукции за счет более низких издержек и, следовательно, цен.
2. Возможность использования гибкого ценообразования.
3. Предоставление объективных данных для составления бюджета предприятия.
4. Возможность оценки деятельности каждого подразделения предприятия с финансовой точки зрения.
5. Принятие обоснованных и эффективных управленческих решений.

Таким образом, управление затратами считается довольно сложным сектором в компаниях, так как оно включает в себя огромное количество информации, которое необходимо получить, верно обработать и объединить полученные итоги в единое целое. А на базе полученных сведений осуществить оптимизацию и планирование с целью извлечения наибольшей прибыли с наименьшими затратами.

Список использованной литературы:

1. Лапыгин О.П. Управление затратами на предприятии: планирование и прогнозирование, анализ и минимизация затрат: практическое руководство; М. : Эксмо, 2016.

2. Чая, В.Т. Управленческий учет: учебник и практикум для академического бакалавриата; Люберцы: Юрайт, 2016.

3. Бухгалтерский учет финансовых результатов Лопастейская Л.Г. В сборнике: Бухгалтерский учет в современной экономической науке и практике международная заочная научно - практическая конференция: Сборник научных трудов. 2015. С. 35 - 40.

© Рыбалкина Ю.А., 2019

© Лопастейская Л.Г., 2019

Савчук П.В.

студентка 2 курса БарГУ,

г. Барановичи, Республика Беларусь

Научный руководитель: **Лабейко О.А.**

старший преподаватель БарГУ,

г. Барановичи, Республика Беларусь

ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ

Аннотация

В данной статье рассмотрена динамика показателей, характеризующих демографическую ситуацию в Республике Беларусь за 2013 - 2018 годы. Также конкретизированы основные проблемы, определены тенденции и возможности. Демографическая ситуация является одним из основных показателей для определения уровня жизни государства. Как социально - экономическое явление она оказывает влияние практически на все стороны общественной жизни государства. Основная цель исследования — выявление демографических проблем в Республике Беларусь и поиск возможных путей предупреждения ухудшения демографической ситуации в стране.

Ключевые слова

Демография, уровень жизни, население, рождаемость, смертность.

В настоящее время исследование демографической ситуации в Республики Беларусь является наиболее актуальной. Демографическая ситуация никогда не носит постоянного поступательного характера. Её развитие протекает волнообразно и отмечается резкими скачками от благоприятного положения к ухудшению и наоборот. Такое движение обусловлено сильной зависимостью демографического развития от общего социально - экономического положения государства и уровня жизни, а в последнем столетии и от экологической обстановки, которая влияет на здоровье людей [1].

Для изучения динамики уровня жизни в Республике Беларусь на современном этапе рассмотрен один из основных показателей социально - экономического развития государства и его изменение за последние 6 лет (2013 - 2018), а именно показатель демографического развития Республики Беларусь. Основным источником данных, необходимых для оценки демографической ситуации в Республике Беларусь является сборник Национального статистического комитета Республики Беларусь. Для исследования рассмотрим показатели, отражающие показатели демографического развития, представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели демографического развития Республики Беларусь в 2013–2018 гг. [2].

Показатели	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Численность населения (на конец года), тыс. человек	9468,2	9480,9	9498,4	9504,7	9491,8	9475,2
Общий коэффициент рождаемости (на 1000 чел. населения)	12,5	12,5	12,5	12,4	10,8	9,9
Общий коэффициент смертности (на 1000 чел. населения)	13,2	12,8	12,6	12,6	12,6	12,7
Естественный прирост, убыль (-) населения, тыс. чел.	- 7,3	- 3,0	- 0,1	- 1,6	- 16,7	- 26,0

Анализ данных таблицы 1 показал, что одним из ключевых показателей демографического развития Республики Беларусь является рождаемость, которая начиная с 2016 года, начала стремительно уменьшаться. Естественная убыль наблюдается на протяжении всего исследуемого периода, причем в 2017 и 2018 годах её значение увеличилось в десятки раз в сравнении с предыдущими периодами, а именно с 1,6 тыс. человек до 16,7 тыс. человек.

Уровень социально - экономического развития общества и социальных изменений, происходящих в обществе, оказывает огромное влияние на снижение уровня рождаемости. Не менее важную роль, в снижении рождаемости играют так называемые, гендерные роли. Существует мнение, что женское желание стать более независимыми и самостоятельными устойчиво ведет к уменьшению рождаемости. Более ранние научные модели предполагали, что женщины, участвующие на рынке труда, выбирают между рождением ребенком и карьерой. Как показало исследование, именно большее гендерное равенство, как в социальной сфере, так и в экономической, а также улучшение условий на рынке труда для женщин способствует снижению уровня рождаемости [3].

Следует обратить внимание и на постоянное увеличение среднего возраста матери при рождении ребенка. Исходя из данных Национального статистического комитета Республики Беларусь, видно, что средний возраст матери при рождении ребенка в 2018 г. составляет 29,4 лет. При сравнении с 2000 годом, когда средний возраст матери при

рождении ребенка насчитывал 25,6 лет, можно заметить тенденцию увеличения возраста у матерей.

Таким образом, на современном этапе следует отметить тенденцию, при которой белорусское население предпочитает откладывать рождение детей на более поздний срок, предпочитая сосредоточиться на карьере и жизни для себя. Однако данная тенденция негативно сказывается на уровне рождаемости, так как это приводит к снижению вероятности рождения детей в семье, в том числе вероятности появления второго ребенка и последующих детей из-за имеющихся объективных возрастных ограничений. Данная тенденция характерна для развитых и развивающихся стран [4]. Это подтверждается и тем, что суммарный коэффициент рождаемости в Беларуси в 2018 г. снизился до 1,7, для сравнения в 1990 г. он составлял 1,913, а в 1958 - 1959 гг. – 2,764. Анализируя представленные данные, следует отметить динамику снижения суммарного коэффициента рождаемости в Республике Беларусь.

Что касается дальнейшего развития демографических процессов в Беларуси, то можно отметить, что сокращение численности населения страны будет происходить вследствие отрицательного естественного прироста. Согласно прогнозным оценкам, наибольшие демографические потери понесет сельская местность, тогда как ситуация в городах будет более благоприятной. К 2030 году городское население увеличится на 2,6 % (с 7,22 млн до 7,41 млн человек), а его доля достигнет 80 %. В то же время ожидается, что численность сельского населения сократится в прогнозируемом периоде почти на 400 тыс. человек и составит в 2030 году 1,85 млн человек. Причем численность населения уменьшится во всех регионах, за исключением Минска, население которого будет увеличиваться медленными темпами [4].

Подводя итог проведенного исследования демографической ситуации в Республике Беларусь, можно утверждать о тенденции снижения показателей демографического развития в стране на современном этапе. Необходимо срочное вмешательство государственного сектора в решении выявленных проблем. Поэтому с точки зрения возможного улучшения демографической ситуации в Беларуси наряду с внесением изменений и дополнений в действующее семейное законодательство и другими мерами демографической политики целесообразным выглядит повышение уровня жизни и доходов населения.

Список используемой литературы:

1. Ковалева, Е. И. Анализ динамики показателей уровня и качества жизни населения Белгородской области / Ковалева Е. И., Полякова В. А. // Молодой ученый. – 2016. – №28. – С. 441–446.
2. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://belstat.gov.by/homepage/ru/indicators/main2.php> - Дата доступа: 14.11.2019.
3. Тенденции рождаемости в Беларуси и мире и гендерные роли [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://genderperspectives.by/novosti/22-tendentsii-rozhdaemosti-v-belarusi-i-mire-i-gendernye-rol-i> - Дата доступа: 28.11.2019.

4. Демографический кризис в Беларуси: новый антирекорд [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://udf.by/news/main_news/200710-demograficheskiy-krizis-v-belarusi-novuj-antirekord.html - Дата доступа: 01.12.2019.

© Савчук П.В., 2019

Сейт - Абла М.И.

магистрант группы 581зм (Крым)

ЧОУ ВПО «Казанский инновационный университет

им. В.Г. Тимирязова (ИУЭП)

г.Казань

Чернышева Т.Н.

научный руководитель

к.г.н., доцент

ЧОУ ВПО «Казанский инновационный университет

им. В.Г. Тимирязова (ИУЭП)

г.Казань

АКТУАЛЬНЫЕ ЗАДАЧИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

Аннотация

В статье рассматриваются основные задачи информационной политики на территории Республики Крым.

Ключевые слова

Республика Крым, информационная политика, средства массовой информации, культура, информационные технологии, информационное общество, информационное пространство

Республика Крым – это один из самых многонациональных субъектов Российской Федерации, на территории которого проживают представители более 170 национальностей. Исходя из этого, важно отметить, что информационная политика, которая реализуется в регионе, представляет собой совокупность целей, отражающие важнейшие национальные интересы Республики Крым в информационном пространстве, стратегических направлений или задач их достижения и систему мер, способная их реализовать.

Следует выделить, что в Концепции Государственной информационной политики Российской Федерации отмечено, что «долгосрочной стратегической целью информационной политики является обеспечение перехода к новому этапу развития России – построению демократического информационного общества и вхождению страны в мировое информационное сообщество».

Безусловно, информационная политика Республики Крым тесно взаимосвязана с государственной информационной политикой России. Таким образом, создание единого информационного пространства в республике, будет способствовать влиянию на решение

актуальных проблем в сфере политики, экономики, культуры и образования, а также вносить весомый вклад в обеспечение информационной безопасности в целом.

Согласно Распоряжению Совета министров Республики Крым от 3 июня 2015 года № 492 - р «Об утверждении Концепции информатизации Республики Крым» основными задачами развития информационного общества являются:

- повышение доступности для граждан информации о деятельности исполнительных органов государственной власти Республики Крым и органов местного самоуправления муниципальных образований в Республике Крым;
- формирование и развитие единой информационно - телекоммуникационной инфраструктуры Республики Крым, необходимой для информационного взаимодействия;
- обеспечение комплексного управления внедрением информационно - коммуникационных технологий в Республике Крым.

Для обеспечения реализации этих задач необходимо наладить систему массового информирования населения, которая будет являться эффективным и оперативным каналом информирования общества о деятельности государственных учреждений в Республике Крым, распространения единых политических, экономических, образовательных, культурных идей, способствующих построению демократически информационного общества.

Учитывая вышесказанное можно сделать вывод, что одним из самых действенных каналов информирования общества о деятельности государственных органов власти и власти о взглядах и интересах общества являются средства массовой информации.

Таким образом, мы определили, что в Республике Крым как на всей территории Российской Федерации главной целью информационной политики является построение демократически единого информационного общества, а также выделили основные задачи информационной политики

Кроме этого мы определили роль средств массовой информации в построении информационного общества в Республике Крым.

Список использованной литературы

1. <http://www.consultant.ru/> - Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]: принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года.: (с учетом поправок, внесенных Законами Российской Федерации о поправках к Конституции Российской Федерации от 30.12.2008 N 6 - ФКЗ, от 30.12.2008 N 7 - ФКЗ, от 05.02.2014 N 2 - ФКЗ, от 21.07.2014 N 11 - ФКЗ) 30 декабря 2008 № 6 - ФКЗ и № 8 – ФКЗ) // СПС «Консультант плюс». – [электронный ресурс] – Режим доступа: свободный – дата обращения 26.11.2019 г.;
2. www.rk.gov.ru – Официальный портал Правительства Республики Крым - [электронный ресурс] – Режим доступа: свободный – дата обращения 23.10.2019 г.;
3. www.gkmp.rk.gov.ru– Официальный портал Государственного комитета по делам межнациональных отношений и депортированных граждан Республики Крым - [электронный ресурс] – Режим доступа: свободный – дата обращения 25.10.2019 г.;
4. [https://digital.gov.ru/ru/](https://digital.gov.ru/) - Официальный сайт Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации [электронный ресурс] – Режим доступа: свободный – дата обращения 25.11.2019 г.;

© Сейт - Абла М.И. 2019

Сидакова В.А.
студентка 3 курса СКФУ,
г. Ставрополь, РФ
Научный руководитель: **Горячева А.Е.**
старший преподаватель кафедры эконом. безопасности, учета и аудита
г. Ставрополь, РФ

СУЩНОСТЬ РИСКА В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация

В данной статье автор раскрывает сущность риска в предпринимательской деятельности, раскрывает его понятие, стандарты риск - менеджмента, классификацию риска, его преимущества и недостатки.

Ключевые слова

Риск в предпринимательской деятельности, факторы риска, положительные и отрицательные стороны предпринимательского риска

Согласно ст.2 п.1 ГК РФ предпринимательская деятельность – это самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение, прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг [2].

Стоит отметить, что в России нет собственных стандартов риск - менеджмента. Все стандарты, которые применяются в управлении рисками – международные (FERMA, COSO, Стандарт управления рисками Австралии и Новой Зеландии ISO 31000:2009), за исключением профессионального стандарта. Целью стандартов риск - менеджмента является установление контекста как мероприятия в начале общего процесса управления рисками.

Осуществление любой предпринимательской деятельности сопровождается рисками (время, труд, репутация, средства), которые являются стимулами для успешной работы. По нашему мнению, управление предпринимательскими рисками должно быть направлено на достижение баланса между прибылью и сокращением убытков хозяйственной деятельности. Должна создаваться инфраструктура для выявления факторов возникновения рисков, осуществляться их анализ и принятие соответствующих решений. Данные действия позволят улучшить положение предприятия, стабилизировать его.

Предприятие сталкивается с совокупностью рисков, поэтому управление рисками должно представлять собой единую систему эффективных мер по преодолению негативных последствий. Одним из самых распространенных способов минимизации предпринимательских рисков в настоящее время является страхование, диверсификация производства, лимитирование (установление системы ограничений для уменьшения степени риска) [1].

Следует привести развернутую классификацию:

1. Внешние факторы риска: политические (нестабильность, противоречивость законодательства); научно - технические (разработка нового товара, разработка

новейших технологий); общеэкономические (изменение налоговых нормативов, процентных ставок по кредитам); отраслевые (уровень конкуренции, промышленный шпионаж); социальные (нестабильность социальных условий жизни населения); природно - естественные (изменение региональной экологической обстановки; влияние стихийных сил).

2. Внутренние факторы риска: факторы риска в сфере управления: выбытие ключевых сотрудников предприятия, недостатки информационного обеспечения); коммерческие (потери или ухудшение качества товара); в сфере управления персоналом (недостаточная квалификация персонала); риск в производственной деятельности (длительность производственного цикла, новизна технологий); риски финансовой деятельности и упущенной выгоды (ухудшение основных показателей эффективности деятельности); риски инвестиционной и инновационной политики предприятия [3].

Идентификация факторов риска предполагает риск - диагностику, то есть процесс выявления факторов риска, которые могут оказать негативное влияние на деятельность предприятия. Информационные источники для диагностики: документы предприятия и внешние; интервью с сотрудниками; результаты «мозгового штурма»; пресса и другое.

У предпринимательского риска есть положительные и отрицательные стороны. К положительным можно отнести то, что благодаря риску можно обеспечить конкурентоспособность, качественную репутацию, расширение производства, повысить прибыль. Но при этом есть вероятность того, что предприниматель может потерять все (при неправильной идентификации), также он может привести к авантюрным решениям, может замедлить социальный прогресс, привести к возникновению различных социально - экономических и моральных издержек. Противоречивая природа риска обнаруживается в столкновении объективно существующих рискованных действий с их субъективной оценкой [1].

Таким образом, процесс управления рисками должен быть гибким, инициативным, а также должен работать в направлении обеспечения условий для эффективного принятия решений.

Список использованной литературы:

1. Гончарова Е. В., Кульпина Д. В. Совершенствование управления предпринимательскими рисками как фактор формирования инновационного потенциала // Научно - методический электронный журнал «Концепт». 2018 - № 10.

2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51 - ФЗ (ред. от 18.07.2019) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2019) Статья 2. Отношения, регулируемые гражданским законодательством // СПС КонсультантПлюс.

3. Управление предпринимательскими рисками на промышленном предприятии // Cyberleninka. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-predprinimatelskimi-riskami-na-promyshlennom-predpriyatii> (Дата обращения: 06.11.2019).

© Сидакова В.А., 2019

Сляднев В. С.

Студент:

Сляднева Е.А.

Студентка:

Научный руководитель: Адамчук А.С.

СОЗДАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО - АНАЛИТИЧЕСКОГО РЕСУРСА ПО УСТРАНЕНИЮ РИСКОВ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ NO - TILL, И УМЕНЬШЕНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗАТРАТ

Аннотация: Любая сельскохозяйственная отрасль не сможет добиться стабильного успеха, если не будет четко планировать свою деятельность и использовать современные технологии, поэтому ей необходимо постоянно собирать и систематизировать информацию. В данной статье показан пример разработки соответствующего информационно - аналитического ресурса. Показаны специфика и особенности разработки данного ресурса.

Annotation: Any agricultural industry will not be able to achieve stable success if it does not clearly plan its activities and use modern technologies, so it needs to constantly collect and systematize information. This article shows an example of the development of information and analytical resource. The specificity and features of the development of this resource are shown.

Ключевые слова: информационно - аналитический ресурс, потенциальные потребители, инвестиции, объем возделывания почвы, экономическая эффективность проекта.

Keywords: information and analytical resource, potential consumers, investments, amount of soil cultivation, economic efficiency of the project.

Введение

В современном сельском хозяйстве основным фактором, определяющим успех ведения предприятия, является экономическая эффективность производства продукции. Общеизвестно, что главный энергоемкий прием в технологии возделывания любой культуры — основная и предпосевная обработки почвы, на долю которых в структуре прямых затрат приходится от 17,4 до 35 % . Чтобы снизить эти затраты, предлагается применять минимальные и поверхностные обработки, используя комбинированные почвообрабатывающие и посевные машины и орудия [1].

Многолетние исследования ученых Ставропольского НИИСХ показали, что замена вспашки поверхностными и мелкими обработками после занятых паров, зернобобовых культур и поздно убираемых пропашных предшественников позволяет экономить до 20 кг / га дизельного топлива.

Положительный опыт применения минимальной и нулевой технологий возделывания сельскохозяйственных культур накоплен в ряде хозяйств Ставропольского края. Так, ООО «Красносельское» Грачевского, ООО «Доб -

ровольное» и 000 СХП «Урожайное» Ипатовского районов в течение семи лет применяют нулевую технологию выращивания полевых культур.

Урожайность их при применении такой технологии в сравнении с традиционной в отдельные годы несколько ниже, однако, обеспечивается при значительно меньших энергетических затратах [2].

В наших исследованиях мы определяли экономическую эффективность технологий возделывания сельскохозяйственных культур при отвальной, минимальной обработках почвы и прямом посеве в различных почвенно - климатических зонах Ставропольского края.

В Ставропольском крае в силу большого разнообразия природных условий выделено четыре почвенно - климатические зоны. Первая, край — не засушливая, расположена в сухих степях. Среднегодовая сумма осадков здесь - 260 - 396 мм, ГТК 0,35 - 0,50. Вторая — засушливая (среднегодовая сумма осадков - 370 - 450 мм, ГПК 0,5 - 0,3), третья – неустойчивого увлажнения (среднегодовая сумма осадков — от 450 до 530 мм, ГТК 0,7 - 1,1), четвертая — достаточного увлажнения (среднегодовая сумма осадков — более 600 мм, ГТК 0,9 - 1,5).

В зависимости от почвенно - климатических условий технологии возделывания сельскохозяйственных культур в разных зонах края различаются приемами основной обработки почвы и другими элементами. В наших исследованиях для технологий с отвальной и минимальной обработками почвы подбор и чередование культур в полевых севооборотах осуществлены в соответствии с зональными рекомендациями научных учреждений.

Экономическая эффективность – это сложное, многомерное явление, характеризующее целесообразность, экономическую и коммерческую успешность производства. Для объективной оценки такого процесса одного показателя, даже самого совершенного, недостаточно, необходим системный подход.

Однако, несмотря на значительное количество исследований по проблемам развития сельского хозяйства, многие теоретические и методические вопросы, связанные с инновационным развитием отрасли и повышением эффективности управления обработкой почвы в современных условиях, остаются не до конца изученными, а ряд положений носит дискуссионный характер, что и предопределило актуальность темы исследования.

Для качественной и современной обработки почвы и уменьшения экономических затрат, был разработан информационно - аналитический ресурс.

Разработка программных продуктов осуществляется на основании технического задания.

На первом этапе необходимо определить сущности, которые будут использоваться, а точнее построить инфологическую модель.

Для построения инфологической модели используется программное решение для проектирования интерфейсов web - ресурсов - Balsamiq Mockups. Ресурс позволяет разместить на листе окна приложений: простые фигуры, текстовые блоки, таблицы, картинки, кнопки, стрелки и многое другое. Любой из элементов можно отредактировать.

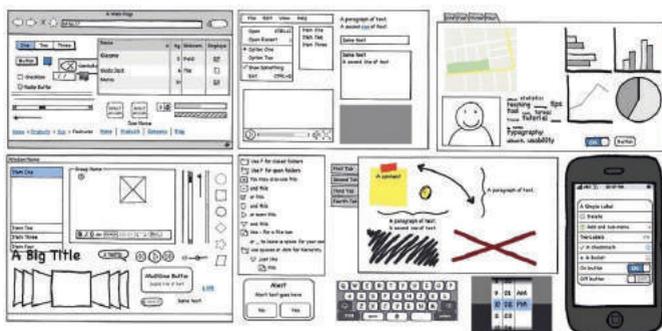


Рисунок 1 – Макеты Balsamiq Mockups

Для разработки расчетного модуля ресурса понадобятся 4 сущности: пользователь, культуры, расчетные данные для технических карт и экономической эффективности.

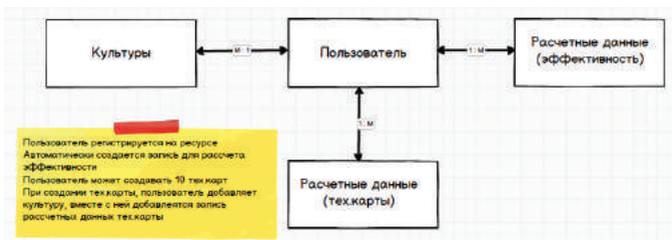


Рисунок 2 – Инфологическая модель в Balsamiq Mockups

Каждый пользователь ресурса для осуществления экономических расчётов должен пройти регистрацию. После чего у него должна быть возможность редактирования данных, добавление технологических карт, распечатка данных.

Для спроектированной выше инфологической модели создаются аналогичные объекты, но уже с более детальным указанием свойств, а также связей. Посредством IDE, визуально создаются таблицы, каждая из которых соответствует сущности, а также указываются поля и их свойства. На рисунке представлена дана логическая модель ресурса с указанием специфики программного решения, которое будет использоваться при разработке.

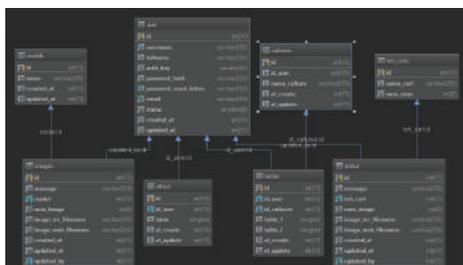


Рисунок 3 –Логическая модель в Balsamiq Mockups

Разработка макета начинается со структуры основных страниц, которые имеются в любом сайте, начиная со стартовой страницы, заканчивая контактными данными. Как правило, создаются несколько вариантов страниц, из которых выбирается наиболее подходящая и удобная для пользователя[17].

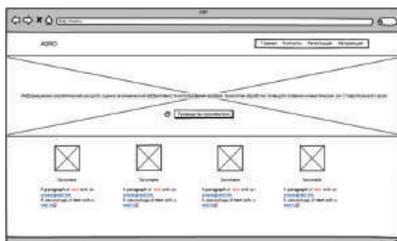


Рисунок 4 – Макет главной страницы, вариант 1

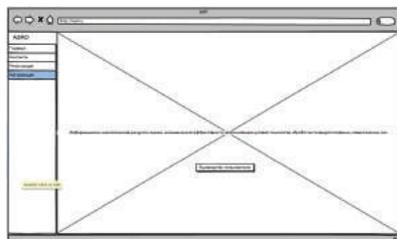


Рисунок 5 – Макет главной страницы, вариант 2

На основании данных макетов, в последующем верстальщик делает html - макет сайта. Таким образом, проектирование макетов, позволяет на начальном уровне определить и выявить потребности заказчика при разработке ресурса.

Для установки проекта в консоли следует набрать следующую команду: `composer create -project --prefer-dist yiisoft/yii2 --app=basic yii-shop`

Данная команда устанавливает последнюю стабильную версию Yii в директорию yii-shop. После установки необходимо провести базовую настройку, а именно:

Настроить серверный файл - `.htaccess`:

```
← → .htaccess X
1 AddDefaultCharset UTF-8
2
3 Options +FollowSymLinks
4 IndexIgnore /*
5 RewriteEngine On
6
7 RewriteCond %{REQUEST_URI} !^(web)
8 RewriteRule ^assets/(.*)$ /web/assets/$1 [L]
9 RewriteRule ^css/(.*)$ web/css/$1 [L]
10 RewriteRule ^fonts/(.*)$ web/fonts/$1 [L]
11 RewriteRule ^js/(.*)$ web/js/$1 [L]
12 RewriteRule ^images/(.*)$ web/images/$1 [L]
13 RewriteRule (.*?) /web/$1
14
15 RewriteCond %{REQUEST_FILENAME} !-f
16 RewriteCond %{REQUEST_FILENAME} !-d
17 RewriteRule . /web/index.php
```

Рисунок 8 — Файл `.htaccess` в каталоге сайта

разработке backend стороны проекта, то в большей части будет описание php скриптов, реализованных во фреймворке Yii2 [19].

MVC является преимущественно парадигмой архитектуры веб - разработки, которая рекомендует, чтобы в каждом приложении бизнес - логика отделялась от визуальной части – представления. Этот подход делит приложение на три функциональные части: Модель, Представление и Контроллер.

На рисунке 12 представлен фрагмент кода модели User. Данное решение реализует интерфейс IdentityInterface, который в свою очередь выполняет авторизацию пользователя.

```
1 <?php
2
3 namespace app\models;
4
5 use Yii;
6 use yii\base\Model;
7 use yii\behaviors\TimestampBehavior;
8 use yii\identity\IdentityInterface;
9
10 class User extends ActiveRecord implements IdentityInterface
11 {
12     public static function tableName()
13     {
14         return 'user';
15     }
16
17     public static function findIdentity($id)
18     {
19         return static::findOne($id);
20     }
21
22     public static function findIdentityByAccessToken($token, $type = null)
23     {
24         return null;
25     }
26
27     public static function findByUsername($username)
28     {
29         return static::findOne(['username' => $username]);
30     }
31
32     public function getID()
33     {
34         return $this->id;
35     }
36
37     public function getAuthKey()
38     {
39         return $this->auth_key;
40     }
41
42     public function validateAuthKey($authKey)
43     {
44         return $this->auth_key === $authKey;
45     }
46
47     public function validateEmail($email)
48     {
49         return Yii::$app->security->validateEmail($email, $this->password);
50     }
51
52     public function generateEmailCode()
53     {
54         $token = Yii::$app->security->generateEmailCode($email, $this->password);
55     }
56 }
57
```

Рисунок 12 – Модель «User»

Таким образом, было создано довольно мощное небольшое веб - приложение. По своей природе Yii2 довольно просто расширить, как для решения вышеуказанных проблем, так и для добавления новых функций, таких как редактирование записей. Также в ходе практики была использована концепция MVC. Просто скорректировав модели в приложении, возможно, представить БД в виде удобных таблиц. Меняя представления возможно редактировать весь внешний вид без нарушения функциональности.

Проведенные исследования показали, что для обеспечения устойчивой конкурентоспособности по обработке почвы по технологии NO - TILL необходимо делать ставку на высокотехнологическое производство, для чего существенно модернизировать агротехнические машины отечественного производства. Действующие меры господдержки и дополнительно привлеченные инвестиции в данном случае станут значительным толчком к развитию этого важного для региона направления обработки почвы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Российская Федерация. Министерство образования. Положение об итоговой государственной аттестации выпускников высших учебных заведений
2. Российской Федерации: утв. приказом Минобрнауки России от 25.03.03 N 1155 // www.quality.kstu.kursk.ru/dok_smq/vnd/moin/prikaz/pr_1155 (25.03.03).
3. Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по специальности 080502.65 «Экономика и управление на предприятии АПК»:

утв. приказом Государственного комитета Российской Федерации по высшему образованию от 5 марта 1994 г. N180. // www.bgsha.ru/modules.php?name.

4. ГОСТ 2.105 - 95 ЕСКД Общие требования к текстовым документам и

5. ГОСТ 2.106 - 96 ЕСКД Текстовые документы // www.skonline.ru/doc/3441.html (09 Апр 2002).

6. ГОСТ 7.1 - 2003 «Библиографическое описание документа. Общие требования и правила составления» // www.skonline.ru/doc/41088.html (31 Март 2005).

7. Издания. Международная стандартная нумерация книг : ГОСТ 7.32 - 2001. Взамен ГОСТ 7.32 - 91. 2002 - 01 - 01. – Минск : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации ; М. : Изд - во стандартов, 2002. – 3 с.

8. ГОСТ 2.316 - 68 ЕСКД. Правила нанесения на чертежах надписей, технических требований и таблиц // www.skonline.ru/doc/3471.html (09 Апр 2002).

9. ГОСТ 8.430 - 88 ГСИ. Обозначения единиц физических величин для печатающих устройств с ограниченным набором знаков. - Взамен ГОСТ 8.417 - // www.skonline.ru/doc/32873.html (19 Июнь 2006).

© Сляднев В. С., Сляднева Е.А. 2019

Титова О.В., к.э.н., доцент

Попова А.В., студентка 4 курса

Липецкий государственный технический университет

ЛГТУ,

г. Липецк, Российская Федерация

БАНКОВСКИЕ И НЕБАНКОВСКИЕ КРЕДИТНЫЕ ИНСТИТУТЫ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ФИНАНСОВО - КРЕДИТНОЙ СИСТЕМЕ РОССИИ

Аннотация

В статье рассматриваются перспективные направления развития отечественного кредитного рынка. Раскрываются роль и значение банковского и небанковского сегментов на современном этапе.

Ключевые слова

Банковские и небанковские кредитные организации, кредитные ресурсы.

Устойчивость функционирования национальных финансовых систем развитых стран в значительной степени зависит от эффективного функционирования финансово - кредитных институтов. Институциональная структура банковской сферы состоит из совокупности банковских и небанковских кредитных организаций. Под банком понимают финансово - кредитную организацию, которая производит разнообразные виды операций с деньгами и ценными бумагами и оказывает финансовые услуги правительству, а также физическим и юридическим лицам. ФЗ №395 - 1 определяет небанковскую кредитную организацию как кредитную организацию, имеющую право осуществлять отдельные банковские операции, установленные ЦБ РФ [4].

Число банков и небанковских кредитных организаций в период с 1.11.2013 по 1.11.2019 гг. имеют стабильную тенденцию к сокращению, что показано на рисунке 1. Число банков за анализируемый период сократилось на 59 %, а число НКО - на 45 % .



Рисунок 1. Количество банков и небанковских кредитных организаций по годам [3]

Наряду с банками, небанковские кредитные организации являются жизнеспособными финансовыми институтами чье присутствие необходимо на рынке финансовых товаров и услуг для поддержания здоровой конкуренции. На 1.12.2019 г. в Российской Федерации осуществляет деятельность 39 кредитных организаций небанковского типа, что составляет 8,78 % от общей доли кредитных организаций.

Инструкция ЦБ РФ №135 - И и последние поправки в ФЗ №395 - 1 (от 26.07.2019) устанавливают разделение небанковских кредитных организаций (НКО) на 4 типа:

- 1) расчетные НКО, которые являются самым популярным типом НКО в России;
- 2) платежные НКО, которые характеризуются ограниченным кругом операций по сравнению с расчетными НКО;
- 3) депозитно - кредитные НКО;
- 4) НКО - центральный контрагент [1, с.7].

Как следует из ФЗ № 395 - 1 от 2 декабря 1990 г. «О банках и банковской деятельности» небанковские кредитные организации, в отличие от банков, в кредитной системе РФ довольно узко специализированы: они существуют лишь в сфере расчетов. Также необходимо отметить, НКО запрещено заниматься производственной, торговой и страховой деятельностью. Небанковские кредитные организации не могут в достаточной мере раскрыть свой потенциал и составить конкуренцию банковским институтам на финансово - кредитном рынке, так как у них одинаковые условия формирования и функционирования. К таким условиям можно отнести структуру требований к управленческому персоналу и вопросы организации, ликвидации или реорганизации.

Однако существуют и отличия от банков, которые влияют на привлекательность создания данных небанковских организаций, а именно уставный капитал и требования к резервному капиталу. Статья 11 ФЗ № 395 - 1 устанавливает минимальный размер уставного капитала для банков с универсальной лицензией в размере 1 миллиарда рублей, а для небанковских кредитных организаций - 90 миллионов рублей.

Потребность в кредитных ресурсах в настоящее время стало неотъемлемой частью нашего общества, которая возникает в соответствии с потребностями в улучшении жизнедеятельности населения. Однако отсутствие возможности получить кредиты в банке привело к появлению альтернативных источников выдачи кредитных средств и в большом количестве стали возникать небанковские кредитные организации, которые оказывают услуги на краткосрочный период: «Быстроденьги», «До зарплату», «Займер», «Деньги сразу» и т.д., но такие организации в полной мере не решают вопросы обеспечения общества кредитными средствами. У организаций такого типа существует целый ряд недостатков.

Во - первых, такие организации выдают кредиты на очень короткий период времени и под большую процентную ставку, используя аннуитетную систему. Во - вторых, большинство данных организаций не проверяют заемщика, используя стандартный пакет методов и методик оценок, что в дальнейшем вызывает огромное количество судебных разбирательств. В - третьих, они занимают определенную нишу, которая не включает долгосрочное кредитование. Хотя именно долгосрочное кредитование является приоритетной целью и задачей социального развития государства на данный момент.

Из выше перечисленных недостатков можно сделать вывод о сложности погашения такого кредита и появлении просроченной задолженности. Российские семьи тратят на обслуживание кредитов большую часть своих доходов. Это приводит к тому, что заемщики вынуждены брать новые кредиты под большие проценты, чтобы погасить имеющийся кредит. Учитывая застой в росте реальных доходов населения, риск просроченной задолженности будет возрастать с каждым днём всё больше и больше. На рисунке 2 видно, что после кризисного 2014 года объем просроченной задолженности физических лиц в рублях возрос в 2 раза из - за девальвации рубля и снижения уровня доходов [2].

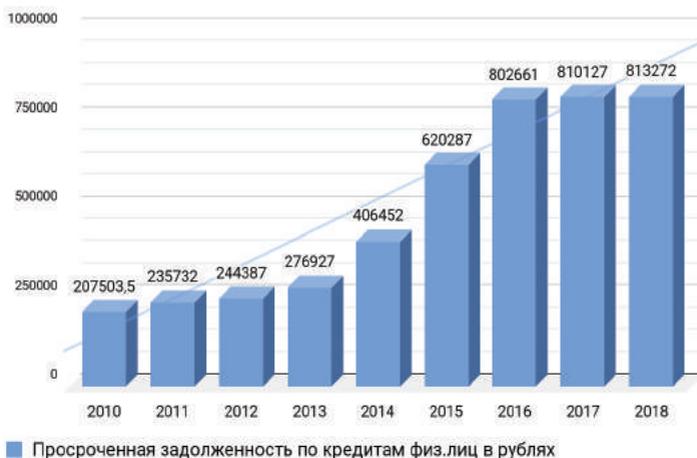


Рисунок 2. Объем просроченной задолженности физ.лиц в рублях (2010 - 2018 гг.), в млн.рублей [3]

Возникает целый ряд теоретических и практических вопросов, связанных с процессом кредитования, а именно: необходимость кредитных ресурсов; срок, на который предоставляются кредитные ресурсы; источники и способы погашения кредита; залоговое обеспечение кредита; возможности долгосрочного погашения кредита.

Приобретение краткосрочного среднесрочного и долгосрочного кредита помогает удовлетворить потребности общества в настоящее время и рассчитываться с возникшими обязательствами в последующем.

При кредитовании гражданам необходимо учитывать источники погашения кредита. Стоимость кредита порождает конкуренцию и поднимает значимость небанковских кредитных организаций в обществе. Как уже было отмечено ранее, залоговое обеспечение является важной частью предоставления кредитных услуг, рассматриваемой через призму эффективной методики оценки результативности заемщиков. Учитывая определенную специализацию небанковских кредитных организации, становится понятно, что они становятся конкурентоспособным институциональным составом.

Способы погашения и возможности долгосрочного погашения многими банковскими институтами осуществляется приблизительно на одинаковых условиях, однако банки стараются использовать аннуитетные платежи, что является политикой краткосрочном кредитовании и порождает целый ряд второстепенных вопросов, являющихся особо важными в современных условиях.

Из всего вышеизложенного можно сделать вывод о том, что банки и небанковские кредитные организации занимают определенную нишу на рынке размещение финансовых ресурсов, удовлетворяя нужды потребителей за счет предоставления заемных средств на разных условиях при разнообразных комбинациях принципов кредитования. Однако необходимо совершенствование финансового механизма деятельности банковских и небанковских организаций, основанное на комплексном подходе к оценке эффективности кредитной, инвестиционной и операционной деятельности.

Список использованной литературы

1. Афанасьева О.Н. Институциональные особенности развития небанковских кредитных организаций в России // Экономика.Бизнес.Банки. 2018. №3(24). С. 5 - 14.
2. Иванова Т.И., Дубова С.Е. Проблема просроченной задолженности в кредитном портфеле банковского сектора и пути ее решения // Научный журнал «Студенческий». 2018. №24(44).
3. Статистический бюллетень ЦБ РФ за 2010 - 2019 гг. [Электронный ресурс] URL: <https://cbr.ru/publ/bbs/>.
4. О банках и банковской деятельности [Электронный ресурс] : федер. закон от 2 декабря 1990 № 395 - 1 (ред. от 26.07.2019) URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5842/

© Титова О.В., Попова А.В. , 2019

Хаваева Д.И.,
Магистрант 1 года обучения
Раджабова М. Г. - М.,
К.э.н., доцент
Экономический Факультет ДГУ
г. Махачкала, Российская Федерация

РОЛЬ АНАЛИЗА В ОЦЕНКЕ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: В данной статье рассматриваются понятия доходов и расходов организации; факторы, влияющие на эти два показателя, исследуются цели и направления анализа доходов и расходов организации.

Annotation: This article examines the concepts of income and expenses of an organization, factors affecting these two indicators, explores the goals and directions of the analysis of income and expenses of an organization.

Ключевые слова: доходы, расходы, анализ доходов и расходов, внешние факторы, внутренние факторы.

Keywords: income, expenses, analysis of income and expenses, external factors, internal factors.

В современных рыночных отношениях предприятия различных организационно - правовых форм проводят политику, направленную на поддержание и укрепление финансового состояния платежеспособности этого предприятия и ее финансовой устойчивости.

К основной части финансового анализа можно отнести оценку финансовых результатов организации, которая позволяет определить эффективность выполнения плана прибыли предприятия. Финансовый результат любой коммерческой организации определяется уровнем полученных доходов и расходов в текущем периоде.

Доходами признаются денежные средства, поступления, материальные ценности, приводящие к увеличению экономических выгод предприятия. Соответственно, расходами признаются затраты, возникшие в производственной или прочей деятельности организации, приводящие к уменьшению денежных средств предприятия или увеличению его долговых обязательств. [1]

Целью анализа является изучение состава, структуры доходов и расходов в динамике за ряд лет, а также путей увеличения доходов и, соответственно, сокращения расходов предприятия.

В процессе анализа необходимо, прежде всего, исследовать укрупненную структуру доходов и расходов и ее изменение в отчетном периоде по сравнению с предыдущим. Такой анализ проводится по данным Отчета о финансовых результатах.

Затем на основе пояснений к отчету о финансовых результатах следует провести анализ детализированной структуры доходов и расходов. Этот анализ позволяет выяснить, что в большей мере повлияло на изменение сальдо этих доходов и расходов: изменение совокупных доходов или изменение совокупных расходов, а также определяются элементы

доходов и расходов, наиболее существенно повлиявшие на указанные изменения. Данный вид анализа является сравнительным анализом. Он не может существенно раскрыть влияние каждого фактора, а лишь показывает динамику показателей прочих доходов и расходов за ряд лет.

Для определения влияния каждого из факторов в организации могут применяться и другие, более сложные, виды анализа. Такие как, методы абсолютных и относительных разниц, метод цепных подстановок и другие.

Следует указать что, эти факторы могут быть как внутренними, так и внешними. Первые, в свою очередь, зависят от производственно - финансовой деятельности предприятия, а внешние – не зависят.

Например, к внутренним факторам можно отнести объем товарооборота организации. Чем больше объем реализуемой продукции, тем выше будут доходы в отчетном периоде.

Также, такой внешний фактор как уровень закупочных цен материалов и сырья может оказывать значительное влияние на изменение доходов и расходов. Понимаем, что чем больше данный фактор, тем больше будут расходы в отчетном периоде.

Таким образом, анализу нужно подвергать как укрупненную структуру доходов и расходов, так и детализированную. И на основе анализа динамики доходов и расходов за несколько лет принять рациональное и эффективное управленческое решение. Для выявления влияния различных факторов на суммы прочих доходов и расходов в экономике используют методы относительных и абсолютных разниц, метод цепных подстановок, каждый из которых будет подходить для определенной экономической модели.

Список литературы:

1. Ширяева, Н.В. Особенности анализа доходности организаций / Н.В. Ширяева, А.С. Васильева // Глобальный научный потенциал. - 2017. - №3(36).
2. Либерман, И.А. Анализ и диагностика финансово - хозяйственной деятельности учебное пособие / И.А. Либерман; - 4 - е изд. – М.: РИОР, 2014.
3. Кравченко, Л.И. Анализ финансового состояния предприятия / Л.И. Кравченко. – Минск: ПКФ «Экаунт», 2016

© Хаваева Д.И., Раджабова М. Г. - М., 2019

Харькова Н.В.

к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

Ахметова Л. Р.

Студентка гр. БАмз - 11

ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный технический университет»

СТАТИСТИЧЕСКИЙ МЕТОД ПРОГНОЗИРОВАНИЯ

Аннотация. В настоящее время необходимо учитывать потребность в прогнозах, так как в современном мире прогнозирование играет особую роль, в следствии чего, мы

используем его во всех сферах повседневной жизни. Под прогнозом понимается научное обоснованное суждение о предполагаемом состоянии объекта.

Ключевые слова. Метод, прогноз, прогнозирование, альтернатива, методология.

Каждый прогноз разрабатывается с целью добиться ускоренного развития объекта прогнозирования в желательном направлении и избежать нежелательных результатов. Прогноз, как новое направление в науке включает в себя, знание о различных свойствах объектов, существующих в действительности, видимых и не видимых в период прогнозирования, а так же знание о свойствах объекта, которых в период прогноза еще в действительности нет.

Метод социального прогнозирования позволяет представить объект как динамическую систему, выявить суждения определенной достоверности касаясь его будущего развития.

В настоящее время существует более 20 методов прогнозирования, но базовых всего 15 - 20. Одни учитывают нюансы объекта прогнозирования, другие представляют набор приемов, отличающихся последовательностью применения.

Имеет смысл классифицировать методы прогнозирования по признаку «информационное основание метода».

Сюда относят 3 класса:

- фактографические;
- комбинированные;
- экспертные.

Статистический метод.

Выделяют три вида деятельности в данном методе.

1. разработка и исследование методов общего назначения без учета области применения.
2. разработка статистических моделей реальных явлений в соответствии с потребностями.
3. использование статистических методов для анализа конкретных данных

Если возникает потребность описать данные, то тут применяют как детерминированные, так и вероятностные методы.

Принято выделять две категории статистических данных - числовые (числа, вектора, функции) и нечисловые (вектора разнотипных признаков).

Выделяют методы прикладной статистики, которые могут применяться во всех областях научных исследований и любых отраслях национальной экономики, и другие статистические методы, применимость которых ограничена той или иной сферой. Имеются в виду такие методы, как статистический приемочный контроль, статистическое регулирование технологических процессов, надежность и испытания, планирование экспериментов.

Список использованных источников

1. Ниворожкина, Л.И. статистические методы анализа данных: Учебник - Л.И. Ниворожкина, С.В. Арженовский, А.А. Рудяга. – М.: Риор, 2018г.– 320 с.
2. Киселева, Н.П. Специально - экономическая статистика / Н.П.Киселева. - М.:Русайнс, 2017г. - 80с.
3. Мелкумов, Я.С. Социально - экономическая статистика: Учебное пособие / Я.С. Мелкумов. - М.: Инфра - М, 2018г. - 127с.

4. Долгов, В.Н. Социально - экономическая статистика: Учебник и практикум для академического бакалавриата / В.Н.Долгова, Т.Ю.Медведева. - Люберцы:Юрайт,2017г. - 269с.

© Харькова Н.В., Ахметова Л. Р. 2019

Харькова Н.В.

к.э.н., доцент УлГТУ

г. Ульяновск

Дубок К.И.

ст.гр. БАМз - 11 УлГТУ

КОНФЛИКТ В СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ

Аннотация

Социально - экономические конфликты постоянно сопровождают нашу жизнь, поскольку в обществе субъекты ежедневно взаимодействуют друг с другом, откуда и протекают конфликты. Стоит отметить, что конфликты играют важную роль в обеспечении развития общества

Ключевые слова

Общество, социальные изменения, противоречия, социальный конфликт

Поскольку человеческая деятельность складывается из действий людей, объединенных в группы, у которых есть свои интересы и потребности, возникают противоречия, которые в обществе принимают форму конфликтов.

Конфликт – взаимно осознанное стремление двух или более сторон в противодействии друг другу с применением различных инструментов достичь определенного результата: подчинения, нейтрализации, территориями и т.п. Другими словами, конфликт представляет собой стремление обеспечить идеологическое, религиозное, этнополитическое доминирование.

В зависимости от сфер общественной жизни конфликты классифицируют на экономические, социальные, политические, религиозные и т.п. В зависимости от уровня организации социальной жизни конфликты могут быть между индивидами, социальными группами, слоями, классами. По масштабам охвата конфликты разделяют на глобальные, региональные и локальные. Критериями классификации конфликтов могут быть источник конфликта, его продолжительность, значимость, направленность, социальный результат.

Анализ причин социальных конфликтов позволяет выделить следующие их типы:

– социальное неравенство. Поскольку в обществе всегда существует дефицит жизненных благ, становится неизбежной борьба за лучшие позиции в обществе – за собственность, высокие доходы, власть и т.п., против дискриминации и ущемления прав;

– наличие противоположных ориентаций. Конфликты этой категории могут возникать из - за различного отношения к манере поведения, к семье и браку, к политическим институтам;

– идеологические причины. Катализатором противоречий в данном случае выступают элементы веры, религиозные, социально - политические устремления и т.п.;

– несовершенство человеческой психики. Конфликты этой категории возникают в связи с чрезмерными эмоциями, которые искажают взаимоотношение и затрудняют взаимопонимание людей, в ненависти, зависти, расовой национальной розни и т.п.

Обобщая все названные причины конфликтов, можно выделить их универсальный источник – несовместимость интересов, целей, желаний и претензий конфликтующих сторон [1, с.7].

В настоящее время во многих странах таких как, Германия, США, Япония господствует экономическая формация, поскольку базисом выступает экономика, которая определяет и форму государства, и форму идеологий. Социально - экономические конфликты возникают между государством и предпринимателями, предпринимателями и физическими лицами, между самими предпринимателями.

Формой проявления и разрешения конфликтов является рынок товаров, работ, услуг, поскольку в результате спроса и предложения тех или иных товаров одни предприниматели остаются в «плюсе», а другие в «минусе» или даже разоряются. Это и называется конкуренцией.

Стоит отметить борьбу «классов» за улучшение их экономического положения. Со стороны предпринимателей, она выражается в совершенствовании организации труда, усовершенствования технологий для производства, повышение эффективности названных позиций, увеличение инвестиций и пр. Со стороны простых людей она выражается в совершенствовании условий труда, изменение форм собственности, форм и размеров получаемого дохода и т.п.

Таким образом, главный источник всех конфликтов является несовместимость интересов, целей, желаний и претензий конфликтующих сторон. Для того чтобы эти конфликты имели положительное влияние на развитие всех субъектов хозяйствования, следует наладить эффективный диалог между сторонами конфликта(к примеру, между предприятиями или предприятием и органами местного самоуправления), который бы способствовал достижению «баланса интересов» этих сторон. Это возможно сделать при условии соблюдения принципов корпоративной социальной ответственности обеих сторон.

Список использованной литературы:

1. Карпова М. К. Факторы социальных изменений в современном обществе / М. К. Карпова // Наука. Общество. Государство. – 2015. – №2. – С. 1 - 8.
2. Овчаров А.О. Методология научного исследования: учебник / А.О. Овчаров, Т.Н. Овчарова. - М.: ИНФРА - М, 2014. - 304 с.

© Харьковская Н.В., 2019 г

Sarabkhanova V.I.,
1th grade student of Economics,
Scientific advisers: **Tkachenko A.E.**
PhD in political science, associate professor
Husainova E.N.
PhD in juridical science, associate professor
Stavropol, Russia

STAFF MOTIVATION

Annotation

The article discusses the conceptual foundations of the modern practice of motivation. The urgency of motivation theory of Maslow, outlined the specifics of its implementation in the current conditions.

Keyword

Staff motivation, motivate, productivity, company, Maslow's ideological

The presence of an effective system of motivation of personnel increases productivity, reduces staff turnover, leads to the success and prosperity of the organization. To build an effective system of staff motivation, it is necessary first of all to identify the real needs of employees, then to form a differentiated system of remuneration.

It is fair to say that motivation is a specific state focused on the resolution of needs. However, motivation can be seen as the conscious creation of specific motivational States in other people.

In this context, motivation is directly correlated with the mechanisms of management, and these processes are based on the presence of a complex of needs and the need for their full and timely satisfaction [2, p. 269]. It is permissible to note that motivation is detected as a consequence, not a cause of insufficient satisfaction of needs, while the process of internal motivation is a conscious and controlled process caused by a state of conscious lack of satisfaction of needs.

Since there is no one person who is completely satisfied, every person has motivation. Thus, any person in his daily, including work activities is motivated. At the same time, there are differences in the level and degree of motivation, as well as in its focus on the selected range of targets.

In the practice of modern business entities, material motivation can be called the basis, the basis on which the entire system of motivation of top management, top management is "built". People whose occupation, skill level determines the current level of their material well - being are interested in ensuring that the activities of the organization headed by them not only remain profitable, but also consistently expanded. Money, dividends, profit - this is a material factor, of course, is extremely important in the analysis of the specifics of management motivation.

In fact, in his daily activities - making strategic, tactical, operational decisions, stimulating employees, creating favorable conditions for creative high - performance work - the head is motivated by the need to achieve and maintain a certain level of material well - being.

Having reached a certain position, the return to the "previous level" is undesirable and destructive to the top management itself. Top management, in most cases, is represented by people who have long and consistently realized their career aspirations, which allowed them, ultimately, allowed them to take a leading position in a particular business, in a particular case. Such people understand their business, their team as something more than a stable income - generating business.

Motivation of the personnel of the modern company there is a phenomenon of syncretic, complex, and difficult hierarchically organized.

On the one hand, the material side of the issue is extremely important - the activity should bring a constant and consistently expanding income; on the other hand, there are motivators of a certain "spiritual spectrum", when people understand their business as a matter of life, and, as a consequence, are given to it without a trace, completely and entirely.

Such an approach is fair to consider in the framework of the theory of motivation, formulated by A. Maslow. He understands and analyzes the human personality as a complete dynamic complex, which is in constant self - improvement, focused on qualitative positive personal growth, determined by such an understanding of freedom, where it is only an external limiter, determined by a variety of external physical and social influences.

Maslow understands this sequence conditional, when have different individuals mutual location needs can vary, together with those has place unconditional mechanism: realization needs lowest level actualizes needs next, more high rank. Is Maslow's ideological and theoretical concept relevant today?

It is actively used in the practice of motivation in the United States as a basis. This can be confirmed by the fact that the theoretical and methodological postulates put forward by Maslow, to some extent served as the basis for further progress in the context of psychological and motivational research.

At the same time, this «American» approach cannot be directly "extrapolated" to domestic realities; the reason for this is some mental differences in the "East - West" system.

However, some of the above theses are not in doubt and can be implemented in practice.

Staff motivation is an area that does not have some single mechanism, the implementation of which in practice would guarantee efficiency and success.

It seems fair that the system of motivation in the practice of any business entity should be hierarchically organized, structured.

The motivation system - objectively - can not be static: the dynamics of the internal and external environment of the enterprise must necessarily be taken into account.

References:

1. Abraham Maslow Motivation and personality. — SPb.: Peter, 2008.
2. Bazarov T. Yu., Eremin B. L. personnel Management [Text] / T. Yu. Bazarov. - Moscow: 2012

© Sarabkhanova V.I., Tkachenko A.E., Husainova E.N. 2019

Шкиль А.О.

студент 3 курса ТУСУР г. Томск, РФ

Научный руководитель: **Богданова О.П.**

канд. экон. наук, доцент ТУСУР, г. Томск, РФ

СЛОГАН КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТОВ

Аннотация

В данной статье рассмотрена специфика создания и функционирования рекламных слоганов, а также разработаны некоторые принципы и рекомендации по созданию идеального слогана.

Ключевые слова

Слоган, клиент, уникальность, реклама, эмоции

Многие думают, что может быть проще, чем придумать запоминающийся рекламный слоган, которой привлечёт новых клиентов. Однако на практике связать несколько слов в запоминающуюся фразу, передающую специфику товара и мотивирующую его приобрести, невероятно сложно. Необходим креативный взгляд на вещи, умение выделять главное и использовать силу слов.

Считается, что первые слоганы зародились по необходимости. В середине XIX века в газетах еще не было большого объема печатной площади, поэтому каждому желающему разместить в ней объявление, выделялось не более трех строк. Большинство указывали свой продукт и название фирмы, а более творческие бизнесмены искали нестандартные пути, чтобы заинтересовать читателей. Так, в компании Pears Transparent Soap приняли решение использовать в отведенном ей газетой месте повторяющуюся фразу: «Have you used Pears today?» Замечая эти слова в каждом новом выпуске газеты, читатель машинально запоминал название фирмы и, не задумываясь, отдавал своё предпочтение именно Pears.

Уникальность любого слогана заключается в нескольких словах, передающих имидж и стратегию развития компании. Рекламные лозунги выполняют ряд функций:

- продвигать бренд и продукт;
- привлекать новых клиентов;
- повышать уровень продаж;
- объединять членов коллектива.

Основные типы формирования слоганов:

- лозунги с наименованием бренда;
- лозунги, отражающие вид деятельности;
- лозунги, рассказывающие о назначении товара;
- лозунги, подчеркивающие высокое качество исходных компонентов;
- лозунги, которые предлагают эффективное решение проблемы [1].

Секрет успешного слогана, который будет привлекать клиентов заключается в том, что он рассчитан не на рациональное восприятие, а адресован подсознанию, апеллирует к чувствам. В памяти людей надолго задерживаются те рекламные фразы, которые вызывают нужные эмоции, ассоциации, настраивают на позитивное восприятие бренда компании.

Таким образом, автор гениального рекламного лозунга должен руководствоваться пятью основными принципами:

- ощущение чувства приятного шока от прямого попадания в цель;
- понимание, что это гораздо лучше, чем вы планировали сделать;
- отсутствие аналогичных идей в истории рекламы;
- полное соответствие стратегии компании;
- сохранение актуальности слогана на ближайшие 20–30 лет.

Соблюдение данных условий гарантирует, что рекламный призыв будет запоминающимся, «бьющим в цель». В последнее время слоганы все чаще копируют друг друга, не вызывая стойкой ассоциации с конкретным брендом.

Сегодня маркетологи используют сокровища мировой литературы для поиска вдохновения при создании уникальных и запоминающихся слоганов.

Изучение афоризмов поможет понять, как устроена короткая фраза, побуждающая к действию. Для копирайтера такие сборники могут стать кладом полезных идей, в высказываниях выдающихся людей несложно почерпнуть примеры того, как несколько удачно соединенных слов становятся концентрацией глубокой мысли.

Также в работе можно использовать труды народного творчества. В поговорках и пословицах хранится мудрость многих поколений, а при правильном подходе можно получить креативные рекламные слоганы. Так, «Береженого Бог бережет» может быть использовано для продвижения средств защиты, от подушек безопасности до презервативов.

Основной источник вдохновения – философия и поэзия Востока. Навык японских и китайских авторов кратко и ясно формулировать глубокие мысли поможет тем, кто собирается достичь мастерства в написании рекламных лозунгов. Уровень культуры, начитанность, широкая эрудиция, достаточная осведомленность во всех сферах жизни общества – все это необходимо для профессионального развития копирайтера.

Принципы создания рекламного слогана (лозунга):

- краткость;
- эмоциональность;
- запоминаемость;
- простота;
- смысловая нагрузка;
- убедительность;
- уникальность;
- направленность на потребителя;
- попадание в тренд;
- цифровая конкретика;
- эмоциональность обращения подчеркивается восклицательным знаком.

Каждый рекламный слоган имеет свою эмоциональную окраску, которая может восприниматься потенциальным покупателем спокойно или бурными эмоциями. Они привлекают внимание и остаются в памяти. Данный эффект достигается различными путями:

- простота слогана;
- игра слов;
- вкус и насыщенность;
- юмор, ирония или сарказм;
- обращение и призыв;
- контраст и противоречия;
- убеждение и цифры.

Процесс создания идеального слогана долгий и изнурительный. Он требует сплочённой работы всей команды – маркетологов, копирайтеров, рекламистов. Из-за одной короткой фразы им приходится отбирать из тысячи различных вариантов, пока не будет найдено единственно верное решение. Цель будет достигнута, когда каждый прохожий сможет не задумываясь продолжить начатую фразу. Цель маркетингового воздействия заключается в том, чтобы вызвать желание купить товар или услугу. Слоганы либо полностью совпадают с потребностями клиента, либо помогают иначе взглянуть на товар.

Для этого необходимо придумать нестандартное использование продукта, разрушать стереотипы, обозначить конкурентные преимущества и удовлетворять потребности аудитории.

Таким образом, главная задача маркетолога заключается в том, чтобы создать простой рекламный лозунг, который будет понятен и в тоже время будет вызывать позитивные эмоции у потребителя товара или услуги.

Список использованной литературы:

1. Слоган защита вашего бизнеса. [Электронный ресурс] - URL: <https://jugblag.ru/dolgovoie-pravo/slogan-zashita-vashego-biznesa.php> (дата обращения: 10.11.2019).

© А.О. Шкиль, 2019

Яковчик Д. В.,

студент 2 курса БарГУ,

г. Барановичи, Республика Беларусь

Разорина А. И.,

студент 2 курса БарГУ,

г. Барановичи, Республика Беларусь

Научный руководитель: **Громова И. В.,**

старший преподаватель БарГУ,

г. Барановичи, Республика Беларусь

ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Аннотация

В данной статье представлены особенности ведения собственного бизнеса в социальных сетях.

Ключевые слова

Бизнес, социальные сети, онлайн - сервисы, развитие бизнеса

В наше время социальные сети играют очень важную роль. Социальная сеть - это сайт или онлайн - сервис, который предназначен для того, чтобы организовать социальные взаимодействия между разными людьми. Каждый человек в социальной сети указывает о себе какую - либо личную информации (город, интересы, хобби и др.), с помощью которой другие пользователи социальной сети могут отыскать данную учетную запись. По данным, опубликованным на различных аналитических сайтах, каждый второй пользователь Интернета зарегистрирован в какой - либо социальной сети. Поэтому большинство компаний используют социальные сети в качестве площадки для продвижения товаров и услуг или ведения собственного бизнеса. Ведь именно здесь возможно с минимальными денежными затратами охватить большое количество заинтересованных в продукте людей и расширить сферы влияния собственной компании или бизнеса.

У ведения бизнеса посредством социальных сетей есть множество преимуществ:

1. Широкие возможности использования глубокого таргетинга при продвижении своих товаров и услуг, который позволяет выделить целевую аудиторию, изучить реальных клиентов, их предпочтения, и сфокусировать внимание на определенном контингенте.

2. Низкая стоимость рекламной кампании, которая при этом направлена на заинтересованных в приобретении рекламируемого продукта людей.

3. Реклама в социальных сетях более лояльная, по сравнению с другими видами рекламы. Это играет на руку брендам, которые прикладывают минимум усилий и затрат на нахождение своих новых потенциальных покупателей.

4. Возможность наблюдать за действиями конкурентов, анализировать и корректировать на их основе стратегию продвижения своего бизнеса.

5. Удобная коммуникация с покупателями. С помощью социальных сетей можно оперативно отвечать своим покупателям на самые разные вопросы по поводу предлагаемых товаров или услуг.

6. И, конечно же, одним из главных преимуществ является возможность получить внимание миллионов людей [1].

Необходимо знать, как вести себя и какие публикации делать в социальных медиа, поскольку это формирует образ вашего бренда и, как следствие, стимулирует пользователей покупать ваши продукты или наоборот отписываться от ваших групп. Социальные сети все больше используют как платформы для работы с клиентами, где клиенты, существующие и потенциальные, хотят получить ответы на свои вопросы в режиме реального времени. Поэтому для охвата и вовлечения ваших потенциальных клиентов так важно публиковать релевантные и интересные материалы, которые находят отклик у вашей целевой аудитории. Важным фактором является уровень вовлеченности аудитории. Выбор площадок для присутствия бизнеса — ключевой момент в разработке стратегии продвижения компании в социальных сетях. В странах СНГ доминирует сервис ВКонтакте, где наблюдается самая высокая активность среди пользователей (рис 1.).

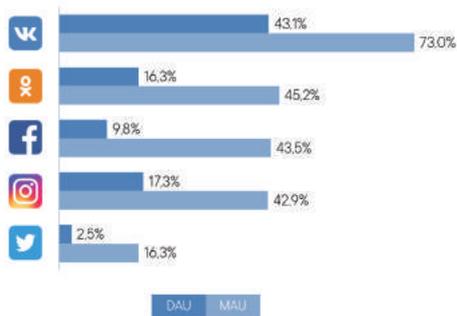


Рисунок 1. Самые охватываемые социальные сервисы по данным Mediascope, 2019 г.

DAU — количество уникальных пользователей в день. MAU — количество уникальных пользователей за месяц (зашли хотя бы 1 раз).

Таким образом, фирмы вынуждены создавать страницы в социальных сетях, чтобы оставаться конкурентоспособными. Не важно, какие услуги или товары она предлагает. Если фирма не будет иметь страницу ни в одной из популярных социальных сетей, не потребуется долго ждать того момента, когда её превзойдут конкуренты. Поэтому, год за годом борьба за клиентов во всех областях бизнеса переходит в Интернет.

Список использованной литературы

1. Социальные сети и их значение в интернет - маркетинге. SMM и SMO [Электронный ресурс]. URL: <https://pr-cy.ru/lib/seo/Sotsial-nye-seti-i-ikh-znachenie-v-internet-marketinge-SMM-i-SMO/> (дата обращения: 19.12.2019).

2. Сайт или страница в социальной сети: преимущества и недостатки [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sayt-ili-stranitsa-v-sotsialnoy-seti-preimuschestva-i-nedostatki/viewer/> (дата обращения: 19.12.2019).

© Яковчик Д.В. , Разорина А.И. , 2019

Якубова Д.А.,

студентка кафедры

«Бухгалтерский учёт, анализ и аудит»

e - mail: din.yakubova@mail.ru

Научный руководитель: Омарова О.Ф., к.э.н., профессор

Дагестанский государственный университет

Россия, Махачкала

МЕТОДИКА АНАЛИЗА БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЁТНОСТИ

Аннотация: В данной статье раскрываются основные вопросы анализа бухгалтерской (финансовой) отчётности.

Ключевые слова: бухгалтерская отчётность, финансовое состояние, финансовая устойчивость, методы анализа.

В современных экономических условиях залогом успешной работы каждого предприятия является его финансовая устойчивость. Для её оценки необходимо анализировать финансовое состояние организации, которое представляет собой совокупность показателей движения и использования ресурсов предприятия. Данная информация отражается в бухгалтерской отчётности, являющимся важным звеном в деятельности экономического субъекта.

Основными нормативными документами по ведению бухгалтерской отчётности являются:

– Федеральный закон РФ № 402 - ФЗ «О бухгалтерском учёте»; [1]

– Положение по ведению бухгалтерского учёта и бухгалтерской отчётности в РФ; [2]

– Положение по бухгалтерскому учёту «Бухгалтерская отчётность организации» (ПБУ 4 /99). [3]

Бухгалтерская (финансовая) отчетность - информация о финансовом положении экономического субъекта на отчетную дату, финансовом результате его деятельности и движении денежных средств за отчетный период, систематизированная в соответствии с требованиями, установленными настоящим Федеральным законом. [1]

Как внешним, так и внутренним пользователям для объективной и точной оценки финансового состояния и результатов финансовой деятельности организации необходим качественный анализ бухгалтерской отчетности, так как на основании полученных данных принимаются различные экономические решения, которые в будущем могут оказать на деятельность организации большое влияние. [4]

Анализ финансовой отчетности – это процесс, с помощью которого оцениваются прошлые и текущие результаты хозяйственной деятельности организации и ее финансовое положение. Аналитическая работа, в основном, проводится посредством применения различных приёмов и способов оценки финансовых показателей. [4]

Существуют следующие стандартные методы анализа бухгалтерской (финансовой) отчетности. (рис. 1)

Применение всех методов в комплексе обеспечивает аналитика информацией, необходимой для сформирования выводов о деятельности организации и объективной оценки ее финансового состояния. [6]

Кроме того, на основании полученных данных, оценивается степень выполнения плана по поступлению и использованию ресурсов организации, разрабатывается прогноз возможных финансовых результатов исходя из реальных условий хозяйственной деятельности, определяются возможные модели финансового состояния при разнообразных вариантах использования ресурсов.



Рисунок 1. Методы анализа бухгалтерской (финансовой) отчетности

Таким образом, можно отметить, на основании результатов анализа бухгалтерской отчётности предприятия разрабатываются мероприятия, направленные на более эффективное использование финансовых ресурсов и укрепление финансового состояния организации.

Список литературы:

1. Федеральный закон "О бухгалтерском учете" от 06.12.2011 N 402 - ФЗ (последняя редакция)
2. Приказ Минфина России от 29.07.1998 N 34н (ред. от 11.04.2018) "Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации" (Зарегистрировано в Минюсте России 27.08.1998 N 1598)
3. Приказ Минфина РФ от 06.07.1999 N 43н (ред. от 08.11.2010, с изм. от 29.01.2018) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" (ПБУ 4/99)"
4. Пятов М. Л., Соколова Н. А. Анализ финансовой отчетности; Бухгалтерский учет - М., 2017
5. Камысовская С. В., Захарова Т. В. Бухгалтерская финансовая отчетность. Формирование и анализ показателей. Учебное пособие; Форум, Инфра - М - М., 2014
6. Домбровская Е. Н. Бухгалтерская (финансовая) отчетность; ИНФРА - М - М., 2013
© Якубова Д.А., 2019

СОДЕРЖАНИЕ

Авездурдыева Г.Т., Трубникова В.В. СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ И ОЦЕНКЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ КОМПАНИИ	3
Апанасенко С.Р., Гартованная О. В. СИСТЕМА ЛОГИСТИЧЕСКОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ ИНТЕРНЕТ – МАГАЗИНОВ	5
Астапович О.Г. ТЕНДЕРНЫЕ ЗАКУПКИ В ГОССЕКТОРЕ: СПЕЦИФИКА МЕЖДУНАРОДНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ	7
Атнагулова Д.М., Сандркина М.А. МЕТОДЫ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТРАНСПОРТА	9
Бабылкина В.Д. ВЛИЯНИЕ РЕКЛАМЫ НА ПСИХОЛОГИЮ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	11
Батычко К.С., Рашмаджян С.Т. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КРАСНОДАРСКОГО И СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ	14
Бекиш А. В., Берестевич Я. А. ЦИФРОВИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБЩЕСТВА	18
Белоногова К.В., Кузин В.И. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РОЗНИЧНОМ РЫНКЕ ЭЛЕКТРИЧЕСКОЙ ЭНЕРГИИ	21
Боев А. Г. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ПОДДЕРЖКИ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ	27
Бойцов А. И. ПРИМЕНЕНИЕ МОДЕЛЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ ДЛЯ АНАЛИЗА ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЬНОЙ ОТРАСЛИ В МИРЕ	29
Боробов В.Н. Vorobov V. N. УПРАВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЯМИ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ CHANGE MANAGEMENT IN A MODERN ORGANIZATION	35
Ваняева В.Э. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ПАО «ЛУКОЙЛ»	41
Варывдина А.В. АНАЛИЗ ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА, ПОКАЗАТЕЛЕЙ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ И ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ	44

Василевская А.Э. ВЛИЯНИЕ ИЗМЕНЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ НА СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ	47
Вытягова А.С. МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЫБОРА ИНОСТРАННОГО ПАРТНЕРА РОССИЙСКИМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ	50
Gadjieva N.A., Gadjieva S.A. THE ROLE OF FINANCIAL PERFORMANCE ANALYSIS FOR THE ORGANIZATION	52
Горскова М.К., Мансурова Г.И. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И АУДИТ ПРИБЫЛИ ОРГАНИЗАЦИИ	54
Горшков Д.С. ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА	56
Гришина С.А., Савина И.В., Быкова М.В. К ВОПРОСУ АНАЛИЗА ФАКТОРОВ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ	58
Дегтярёв Д.Д. ЗНАЧЕНИЕ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УЛУЧШЕНИИ СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОЛОЖЕНИЯ ОТСТАЮЩИХ РЕГИОНОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	60
Дракина В.В. ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ	62
Дудзинский А.С. БЕРЕЖЛИВОЕ ПРОИЗВОДСТВО	65
Ермак Р.Г., Жук Е.В., Гриц Е.Н. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ФРАНЧАЙЗИНГА КАК ВИДА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	68
Ершов А. Л. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	70
Зверева Е.В. АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ООО «XXXXXXX»)	74
Калюжная Ю.А., Лешко К.О. ПОНЯТИЕ И РОЛЬ САМОЗАНЯТОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	79

V. Kamalov, A.A. Benevskaya TOPICAL ISSUES OF THE RESEARCH OF KEY PROBLEMS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ECONOMY IN MODERN CONDITIONS	82
Камалов А. В., Суржикова Е.М., Раскина С.А. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА - ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ	84
Капыток Н.В., Алекса Ю.Г. АРЕНДА ИЛИ ЛИЗИНГ: ЧТО ВЫГОДНЕЕ?	87
Касьяник А.А. РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	90
Колчина Н.А. АНАЛИЗ КОНФЛИКТОВ В ПРОЕКТЕ	93
Коровкина М.А. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПАО «СОЛЛЕРС»	97
Косенко Т.Г. СИСТЕМА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	99
Круглик Е.Д., Филонович М.Г., Гриц Е.Н. РЫНОК ТРУДА МОЛОДЕЖИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ	101
Кубарев В.А. РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В РОССИИ	103
Кузнецов В.В. ФИНАНСОВЫЙ КОНТРОЛЬ ПОСТАВЩИКОВ КАК ЭЛЕМЕНТ ИННОВАЦИОННОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ЗАКУПКАМИ КОМПЛЕКТУЮЩИХ ИЗДЕЛИЙ И УЗЛОВ	105
Лабенский А. В., Трубников В. Г., Басеев А. С. ЦИФРОВИЗАЦИЯ АПК В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ	107
Левина А.А. КАК ИННОВАЦИИ И ЦИФРОВИЗАЦИЯ ВЛИЯЮТ НА БАНКОВСКИЙ СЕКТОР РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	109
Лешко К.О., Калюжная Ю.А. ПОНЯТИЕ ОБОРОТНЫХ СРЕДСТВ НА ПРЕДПРИЯТИИ	113
Лопастейская Л.Г., Ахметова Л.Р. ПОНЯТИЕ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ЕГО ПОДДЕРЖКА РОССИЙСКИМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВОМ	115

Лопастейская Л. Г., Борисова Д. А. ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА РСЧЕТОВ С ВНЕБЮДЖЕТНЫМИ ФОНДАМИ	117
Лопастейская Л.Г., Дубок К.И. ВАРИАНТЫ УПРОЩЕННОГО ВЕДЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ДЛЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	120
Мазурин А.Ю., Сычик П.В. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	122
МАХМУДОВА М. Т. ИССЛЕДОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА НА БЮДЖЕТНОМ ПРЕДПРИЯТИИ	125
Мезяк А.И., Дерман А.Д., Гриц Е.Н. ВЛИЯНИЕ РАЗМЕРОВ ПОСОБИЙ НА СОЦИАЛЬНУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	126
Муртазалиева М.Р. РОЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ	128
Мысливченко В. А. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ АТОМНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ И СОСТОЯНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ	131
Наскина А.С. УЧЁТ РАСЧЁТОВ С ПОКУПАТЕЛЯМИ И ЗАКАЗЧИКАМИ	136
Несевра Э. А. СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ БЕЗРАБОТИЦЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	138
Ополева Л.А. ФИНАНСОВЫЙ КОНТРОЛЬ И БЮДЖЕТНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	140
Павленко А.В. АНАЛИЗ ВЗАИМОСВЯЗИ ПЛАТЁЖЕСПОСОБНОСТИ И ЛИКВИДНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	143
Пименова Е.Д. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ БЛАГОУСТРОЙСТВА ТЕРРИТОРИИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК ОДНОГО ИЗ ГЛАВНЫХ ФАКТОРОВ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ГОРОДА ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ	145
Плотникова П.А., Мансурова Г.И. НОРМАТИВНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДВИЖЕНИЯ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ	149

Прохоренко В.С. УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	151
Пугачева Д.Д. ЭССЕНЦИАЛИЗМ КАК ОСНОВА УСПЕХА СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖЕРА	153
Субботин А.В., Рукавишников А.А., Корчемный П. В. НЕЙРОННЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛИЗА ТЕРРИТОРИЙ	155
Рыбалкина Ю.А. ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	157
Савчук П.В. ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ	159
Сейт - Абла М.И., Чернышева Т.Н. АКТУАЛЬНЫЕ ЗАДАЧИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ	162
Сидакова В.А. СУЩНОСТЬ РИСКА В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	164
Сляднев В. С., Сляднева Е.А. СОЗДАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО - АНАЛИТИЧЕСКОГО РЕСУРСА ПО УСТРАНЕНИЮ РИСКОВ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ NO - TILL, И УМЕНЬШЕНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗАТРАТ	166
Титова О.В., Попова А.В. БАНКОВСКИЕ И НЕБАНКОВСКИЕ КРЕДИТНЫЕ ИНСТИТУТЫ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ФИНАНСОВО - КРЕДИТНОЙ СИСТЕМЕ РОССИИ	172
Хаваева Д.И., Раджабова М. Г. - М. РОЛЬ АНАЛИЗА В ОЦЕНКЕ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОРГАНИЗАЦИИ	176
Харькова Н.В., Ахметова Л. Р. СТАТИСТИЧЕСКИЙ МЕТОД ПРОГНОЗИРОВАНИЯ	177
Харькова Н.В., Дубок К.И. КОНФЛИКТ В СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ	179
Sarabkhanova V.I., Tkachenko A.E., Husainova E.N. STAFF MOTIVATION	181
Шкиль А.О. СЛОГАН КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТОВ	182

Яковчик Д. В., Разорина А. И. ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	185
Якубова Д.А. МЕТОДИКА АНАЛИЗА БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЁТНОСТИ	187

Уважаемые коллеги!

Приглашаем докторов и кандидатов наук, преподавателей вузов, докторантов, аспирантов, магистрантов, практикующих специалистов, студентов учебных заведений (только с научным руководителем, либо в соавторстве с преподавателем), а также всех, проявляющих интерес к рассматриваемым проблематикам принять участие в Международных и Всероссийских научно-практических конференциях и опубликовать результаты научных исследований в сборниках по их итогам.

Все участники конференций получают индивидуальные ДИПЛОМЫ формата А4, которые высылаются в печатном виде заказной бандеролью, а так же в электронном формате размещаются в открытом доступе на сайте <https://ami.im>

**Организационный взнос составляет 90 руб. за страницу.
Минимальный объем статьи, принимаемой к публикации 3 страницы.**

По итогам конференций издаются сборники:

- которым присваиваются библиотечные индексы УДК, ББК и ISBN;
- которые размещаются в открытом доступе на сайте <https://ami.im>;
- которые постатейно размещаются в Научной электронной библиотеке elibrary.ru по договору № 1152-04/2015К от 2 апреля 2015г.

Сборник (в электронном виде) и диплом (в электронном и печатном виде) предоставляются участникам бесплатно.

Публикация итогов (издание сборников и изготовление дипломов) осуществляется в течение 5 дней после проведения конференции.

График Международных и Всероссийских научно-практических конференций, проводимых Агентством международных исследований представлен на сайте <https://ami.im>



С уважением, Оргкомитет
<https://ami.im> || conf@ami.im || +7 967 7 883 883 || +7 347 29 88 999

Научное издание

Сборник статей по итогам
Международной научно-практической конференции

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА – ЭКОНОМИКА ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА

В авторской редакции

Издательство не несет ответственности за опубликованные материалы.

Все материалы отображают персональную позицию авторов.

Мнение Издательства может не совпадать с мнением авторов

Подписано в печать 28.12.2019 г. Формат 60x84/16.

Печать: цифровая. Гарнитура: Times New Roman

Усл. печ. л. 11,63. Тираж 500. Заказ 399.



АГЕНТСТВО МЕЖДУНАРОДНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

АГЕНТСТВО МЕЖДУНАРОДНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

453000, г. Стерлитамак, ул. С. Щедрина 1г.

<https://ami.im> || e-mail: info@ami.im || +7 347 29 88 999

Отпечатано в редакционно-издательском отделе
АГЕНТСТВА МЕЖДУНАРОДНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ
450076, г. Уфа, ул. М. Гафури 27/2



<https://ami.im> || +7 347 29 88 999 || info@ami.im

Исх. N 29-11/18 | 20.11.2018

РЕШЕНИЕ

о проведении
26 декабря 2019 г.

Международной научно-практической конференции ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА – ЭКОНОМИКА ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА

В соответствии с планом проведения
Международных научно-практических конференций
Агентства международных исследований

1. Цель конференции - развитие научно-исследовательской деятельности на территории РФ, ближнего и дальнего зарубежья, представление научных и практических достижений в различных областях науки, а также апробация результатов научно-практической деятельности
2. Для подготовки и проведения Конференций утвердить состав организационного комитета в лице:
 - 1) Алиев Закир Гусейн оглы, доктор философии аграрных наук, профессор РАЕ, академик РАПВХН и МАЭП
 - 2) Агафонов Юрий Алексеевич, доктор медицинских наук, доцент
 - 3) Алдакушева Алла Брониславовна, кандидат экономических наук, доцент
 - 4) Алейникова Елена Владимировна, доктор государственного управления, профессор
 - 5) Бабаян Анжела Владиславовна, доктор педагогических наук, профессор
 - 6) Баишева Зилия Вагизовна, доктор филологических наук, профессор
 - 7) Байгузина Люза Закиевна, кандидат экономических наук, доцент
 - 8) Ванесян Ашот Саркисович, доктор медицинских наук, профессор
 - 9) Васильев Федор Петрович, доктор юридических наук, доцент, член РАЮН
 - 10) Виневская Анна Вячеславовна, кандидат педагогических наук, доцент
 - 11) Вельчинская Елена Васильевна, профессор, доктор фармацевтических наук, академик Академии Наук Высшего Образования Украины, академик Международной академии науки и образования
 - 12) Габрусь Андрей Александрович, кандидат экономических наук
 - 13) Галимова Гузалия Абкадировна, кандидат экономических наук, доцент
 - 14) Гетманская Елена Валентиновна, доктор педагогических наук, доцент
 - 15) Грузинская Екатерина Игоревна, кандидат юридических наук, доцент
 - 16) Гулиев Игбал Адилевич, кандидат экономических наук, доцент
 - 17) Датий Алексей Васильевич, доктор медицинских наук, профессор
 - 18) Долгов Дмитрий Иванович, кандидат экономических наук, доцент, академик Международной академии социальных технологий (МАС), профессор РАЕ, заслуженный работник науки и образования РАЕ
 - 19) Екшикеев Тагер Кадырович, кандидат экономических наук,
 - 20) Епхиева Марина Константиновна, кандидат педагогических наук, доцент, профессор РАЕ, Заслуженный работник науки и образования РАЕ
 - 21) Закиров Мунавир Закиевич, кандидат технических наук, профессор
 - 22) Иванова Нионила Ивановна, доктор сельскохозяйственных наук, профессор,
 - 23) Калужина Светлана Анатольевна, доктор химических наук, профессор
 - 24) Куликова Татьяна Ивановна, кандидат психологических наук, доцент
 - 25) Курманова Лилия Рашидовна, доктор экономических наук, профессор
 - 26) Киракосян Сусана Арсеновна, кандидат юридических наук, доцент
 - 27) Киркимбаева Жумагуль Слямбековна, доктор ветеринарных наук, профессор
 - 28) Кленина Елена Анатольевна, кандидат философских наук, доцент
 - 29) Козлов Юрий Павлович, доктор биологических наук, профессор, президент РЭО, действительный член РАЕН и РЭА, заслуженный эколог РФ, почетный работник высшей школы МО РФ



АГЕНТСТВО МЕЖДУНАРОДНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

ИНН 0274 900 966 || КПП 0274 01 001
ОГРН 115 028 000 06 50

<https://ami.im> || +7 347 29 88 999 || info@ami.im

- 30) Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент
- 31) Кондрашихин Андрей Борисович, доктор экономических наук, кандидат технических наук, профессор
- 32) Конопацкова Ольга Михайловна, доктор медицинских наук, профессор
- 33) Ларионов Максим Викторович, доктор биологических наук, профессор
- 34) Маркова Надежда Григорьевна, доктор педагогических наук, профессор
- 35) Мухамадеева Зинфира Фанисовна, кандидат социологических наук, доцент
- 36) Песков Аркадий Евгеньевич, кандидат политических наук, доцент
- 37) Половня Сергей Иванович, кандидат технических наук, доцент
- 38) Пономарева Лариса Николаевна, кандидат экономических наук, доцент
- 39) Почивалов Александр Владимирович, доктор медицинских наук, профессор
- 40) Прошин Иван Александрович, доктор технических наук, доцент
- 41) Симонович Надежда Николаевна, кандидат психологических наук
- 42) Симонович Николай Евгеньевич, доктор психологических наук, профессор, академик РАЕН
- 43) Сирик Марина Сергеевна, кандидат юридических наук, доцент
- 44) Смирнов Павел Геннадьевич, кандидат педагогических наук, профессор
- 45) Старцев Андрей Васильевич, доктор технических наук, профессор
- 46) Сукасян Асатур Альбертович, кандидат экономических наук.
- 47) Танаева Замфира Рафисовна, доктор педагогических наук, доцент
- 48) Терзиев Венелин Кръстев, доктор экономических наук, доктор военных наук профессор
- 49) Чиладзе Георгий Бидзинович, доктор экономических наук, доктор юридических наук, профессор, член-корреспондент РАЕ
- 50) Шилкина Елена Леонидовна, доктор социологических наук, профессор
- 51) Шляхов Станислав Михайлович, доктор физико-математических наук, профессор
- 52) Шошин Сергей Владимирович, кандидат юридических наук, доцент
- 53) Юрова Ксения Игоревна, кандидат исторических наук, доцент
- 54) Юсупов Рахимьян Галимьянович, доктор исторических наук, профессор
- 55) Янгиров Азат Вазирович, доктор экономических наук, профессор
- 56) Яруллин Рауль Рафаэлович, доктор экономических наук, профессор, член-корреспондент РАЕ

3. Для подготовки и проведения конференции утвердить состав секретариата конференции в лице:

- 1) Киреева Мария Владимировна
- 2) Джабаров Артур Ильшатович
- 3) Зырянова Мария Александровна
- 4) Носков Олег Николаевич
- 5) Габдуллина Карина Рафаиловна
- 6) Ганеева Гузель Венеровна
- 7) Тюрина Наиля Рашидовна

4. Подготовить и разослать информационное письмо всем заинтересованным лицам

5. В недельный срок после конференции подготовить отчет о ее проведении.

6. Опубликовать сборник по итогам Международной научно-практической конференции, разместить электронный вариант сборника на официальном сайте в течение 3 рабочих дней после конференции.

7. Подготовить дипломы участникам Международной научно-практической конференции, разместить электронные версии дипломов на официальном сайте в течение 5 рабочих дней после конференции.

8. Осуществить почтовую рассылку сборников и дипломов в течение 7 рабочих дней.

Директор ООО «АМИ»
Пилипчук И.Н.





**АГЕНТСТВО МЕЖДУНАРОДНЫХ
ИССЛЕДОВАНИЙ**

ИНН 0274 900 966 || КПП 0274 01 001
ОГРН 115 028 000 06 50

<https://ami.im> || +7 347 29 88 999 || info@ami.im

Исх. N 399-12/19 | 28.12.2019

ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЙ АКТ

по итогам Международной научно-практической конференции

**«ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА – ЭКОНОМИКА
ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА»,**

состоявшейся 26 декабря 2019 г.

1. 26 декабря 2019 г. в г. Новосибирск состоялась Международная научно-практическая конференция «ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА – ЭКОНОМИКА ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА».

Цель конференции: развитие научно-исследовательской деятельности на территории РФ, ближнего и дальнего зарубежья, представление научных и практических достижений в различных областях науки, а также апробация результатов научно-практической деятельности.

2. Международная научно-практическая конференция признана состоявшейся, цель достигнутой, а результаты положительными.

3. На конференцию было прислано 88 статей, из них в результате проверки материалов, было отобрано 70 статей.

4. Участниками конференции стали 105 делегатов из России, Казахстана, Узбекистана, Киргизии, Армении, Грузии и Азербайджана.

5. Рекомендовано наладить более тесный контакт с иностранными учеными с целью развития международных интеграционных процессов и обмена опытом научной деятельности по изучаемой проблематике

6. Сборники и дипломы размещены на официальном сайте и разосланы участникам конференции.

7. Выражена благодарность всем участникам Международной научно-практической конференции за активное участие, конструктивное и содержательное обсуждение ее материалов

Директор ООО «АМИ»
Пилипчук И.Н.

