

# **LXXXVIII СТУДЕНЧЕСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ**

Nº4(88)



# НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ



# НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Электронный сборник статей по материалам LXXXVIII студенческой международной научно-практической конференции

№ 4 (88) Апрель 2020 г.

Издается с октября 2012 года

Новосибирск 2020

#### Председатель редколлегии:

**Дмитриева Наталья Витальевна** — д-р психол. наук, канд. мед. наук, проф., академик Международной академии наук педагогического образования, врач-психотерапевт, член профессиональной психотерапевтической лиги.

#### Редакционная коллегия:

*Елисеев Дмитрий Викторович* — канд. техн. наук, доцент, бизнес-консультант Академии менеджмента и рынка, ведущий консультант по стратегии и бизнеспроцессам, «Консалтинговая фирма «Партнеры и Боровков»;

**Ковнер Владимир Леонидович** – канд. экон. наук, консультант бизнес проектов по экономике, планированию, рискам и менеджменту;

**Сальникова Кристина Владимировна** — канд. экон. наук, доц. кафедры Менеджмента Ижевского Государственного Технического Университета им. М.Т. Калашникова.

Н34 «Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки»: Электронный сборник статей по материалам LXXXVIII студенческой международной научно-практической конференции. — Новосибирск: Изд. ООО «СибАК». — 2020. — № 4(88) / [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: https://sibac.info/archive/economy/4% 2888% 29.pdf.

Электронный сборник статей по материалам LXXXVIII студенческой международной научно-практической конференции «Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной науки.

Данное издание будет полезно магистрам, студентам, исследователям и всем интересующимся актуальным состоянием и тенденциями развития современной науки.

Статьи сборника «Научное сообщество студентов. Экономические науки»: размещаются на сайте научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU.

ББК 65.050

# Оглавление

Секция «Маркетинг»	5
ФАНДРАЙЗИНГ - ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА Лозгачева Александра Андреевна	5
РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ САНАТОРНО-КУРОРТНОЙ СФЕРЫ Тосунова Мариам Эдуардовна Долгова Ирина Владимировна	10
ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ Четина Юлия Петровна Яркова Татьяна Михайловна	17
Секция «Менеджмент»	22
НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДОКУМЕНТАЛЬНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ Блохина Александра Алексеевна	22
Тариков Владимир Савельевич,	
ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА ПО Г. ФОРДУ Живодворов Иван Дмитриевич	27
ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ И ПРИНЦИПЫ ГРАДОСТРОИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РФ Литвинова Александра Андреевна Тариков Владимир Савельевич	35
Секция «Регионоведение»	40
ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ Коротаева Софья Андреевна Алевров Владимир Юрьевич	40
Секция «Экономика»	45
МОДЕЛЬ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ Артюгина Елена Владимировна Васильева Елена Викторовна	45
ОПТИМИЗАЦИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ (НА ПРИМЕРЕ ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ) Бармина Анна Вячеславовна	53

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РЕГИОНА КАК ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА И ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ Вдовина Екатерина Денисовна Куницын Дмитрий Валерьевич	58
ПРОБЛЕМЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПРЕСТУПНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Верещака Никита Витальевич Яненко Евгения Николаевна,	64
ФАКТОР ВРЕМЕНИ КАК КЛЮЧЕВОЙ ЭЛЕМЕНТ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ Данилова Анастасия Дмитриевна	69
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ Дулаев Валерий Аланович Михеева Дария Георгиевна	74
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА ПОКАЗАТЕЛЕЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ Ещенко Виолетта Евгеньевна Ладченко Галина Михайловна	77
РОЛЬ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ Караханян Ашот Рудикович Медведев Александр Борисович Ферова Ирина Сергеевна	83
ВЛИЯНИЕ МЕТОДОВ ОБОСНОВАНИЯ НАЧАЛЬНОЙ (МАКСИМАЛЬНОЙ) ЦЕНЫ КОНТРАКТА НА СТОИМОСТЬ ЗАКЛЮЧАЕМЫХ КОНТРАКТОВ Михайлова Екатерина Сергеевна Черепкова Татьяна Николаевна	89
ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ Прокопченко Иван Леонидович Золотова Елена Алексеевна	96
ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В СТРОИТЕЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ Станина Юлия Павловна	102
УПРАВЛЕНИЕ РИСКОМ В ЛИЗИНГОВОЙ КОМПАНИИ Хайрутдинова Виктория Анатольевна Корнилова Елена Валерьевна	107
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ПЕРЕВОЗКИ: СРАВНЕНИЕ АЛЬТЕРНАТИВ Шишкин Роман Александрович	114

# СЕКЦИЯ

#### «МАРКЕТИНГ»

# ФАНДРАЙЗИНГ - ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

#### Лозгачева Александра Андреевна

студент, Институт промышленных технологий и машиностроения, Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева,

РФ, г. Нижний Новгород E-mail: <u>lexieloz@yandex.ru</u>

# FUNDRAISING - A TOOL TO ENSURE THE IMPLEMENTATION OF THE PROJECT

### Alexandra Lozgacheva

student, Institute of industrial technologies and mechanical engineering, Nizhny Novgorod state technical University. R.E. Alekseeva, Russia, Nizhny Novgorod

#### **АННОТАЦИЯ**

В статье рассматривается фандрайзинг как действующий инструмент реализации молодежных проектов.

#### **ABSTRACT**

The article considers fundraising as an effective tool for implementing youth projects.

Ключевые слова: фандрайзинг, проект, маркетинговая деятельность.

**Keywords:** fundraising, project, marketing activities.

Самой распространенной формой внедрения идеи в реальность вне зависимости от сферы деятельности является инициирование проекта. Однако множество идей так и остаются несостоявшимися ввиду отсутствия механизмов

реализации в жизнь, по причине отсутствия команды или применения некачественных инструментов управления проектами. Реализация проекта требует привлечения достаточного количества различных средств и не только человеческих, но материальных и финансовых. Справиться с такими задачами позволяет фандрайзинг.

В России фандрайзингом часто называют социальную акцию, сбор средств на некоммерческие и благотворительные проекты, однако в действительности определение данного термина несколько шире и серьезнее. Фандрайзинг — целенаправленная стратегия привлечения различных ресурсов, которые организация не в силах обеспечить самостоятельно, с применением актуальных маркетинговых инструментов, методов и технологий [1].

Принципы и этические нормы труда фандрайзера закреплены в этическом кодексе. Согласно этому документу, определены принципы работы: добросовестность и честность; уважение к общему делу; открытость и ответственность [2].

Деятельность фандрайзинга ярко представлена в Российском союзе молодежи (РСМ), который становится все популярнее среди студентов вузов и есть практически в каждом университете России. Команда отдела фандрайзинга РСМ НГТУ им. Р.Е. Алексеева, участником которой является автор, занимается поиском партнеров в разных сферах деятельности с последующим сотрудничеством: развлекательные центры, кафе, фотостудии, фитнесс клубы и т. д. Основная цель — это обеспечение мероприятий РСМ всеми необходимыми ресурсами, начиная от площадок проведения и заканчивая призами для победителей и участников.

Фактически фандрайзинг является специфической продажей, цель которой заинтересовать в проекте партнера, убедить его в коммерческой итоговой выгоде при решении социальной задачи для конкретной общественной организации. Для проекта собираются необходимые материальные и финансовые ресурсы на условиях добровольного пожертвования от партнеров с последующим их возвратом через привлечение новых клиентов, посредством рекламы на базе вуза.

Основной инструмент партнерства – рекламная деятельность членов РСМ. Реклама, привлекаемая для партнеров, бывает нескольких типов: в режиме реального времени, печатная продукция и в социальных сетях.

В режиме реального времени, с помощью ведущего мероприятия, партнер рекламируется на большую аудиторию потенциальных клиентов: или на отдельных этапах мероприятия, то есть промежуточных, или на финале проекта. Печатная продукция размещается на информационных стендах вуза, непосредственно перед входом на мероприятие, а также может быть раздаточным материалом, распространяемым промоутерами (например, флаеры или купон на скидку) и, чаще всего, она представлена подарочными сертификатами для победителей и участников проекта.

Рекламная деятельность в социальных сетях осуществляется в качестве постов с активными ссылками и сториз (Вконтакте и Инстаграм). Для повышения эффективности рекламы участникам проекта требуется осуществлять репост, это увеличивает охват аудитории и является инструментом вирусного маркетинга.

При работе с партнерами очень важно сразу обговорить все детали сотрудничества и обязательства каждой из сторон — это является залогом здоровых взаимоотношений и последующего желания обеих сторон сотрудничать. По результатам проведения проекта партнеры делают запрос об охвате социальных сетей и фото- или же видео доказательства выполнения условий договоренности.

Таким образом, деятельность представителя фандрайзинга делится на следующие этапы:

- Поиск вариантов партнеров (список).
- Выбор партнера по геолокации, отзывам клиентов и направленности деятельности.
- Установка первичного контакта (здесь важно емко и при этом информативно суметь продать свое мероприятие).

- Если партнер согласен обговорить условия в социальной сети / по телефону/ при встрече устанавливаются обязательства каждой стороны.
  - Подготовка всех материалов для реализации партнерства.
  - Реализация условий рекламы.
  - Предоставление отчета о проделанной работе.
  - Установка целей на дальнейшее сотрудничество.

Команда отдела фандрайзинга РСМ НГТУ им. Р.Е. Алексеева обеспечивает ежегодно следующие мероприятия: день первокурсника, форд Политех, надо идти, бал НГТУ, мистер НГТУ. Кроме указанных активными участниками организации инициируются и другие мероприятия, которые в последствии могут стать ежегодными. В 2018 году авторов стал победителем проекта «Надо идти» и проект предложенный автором он был реализован в следующем учебном году.

Россия значительно отстает от США и Европы по количеству людей и компаний, постоянно участвующих в фандрайзинговых проектах с разных сторон. Тем не менее в России уже действует Ассоциация фандрайзеров. Созданная в 2013 году, она проводит постоянное обучение профессионалов на базе мастер-классов, семинаров и брошюр. Она ставит перед собой задачу – превратить движение в систему, которая через несколько лет объединит всех профессионалов и поднимет статус их работы на должный уровень [3].

Таким образом, на основе примера работы РСМ НГТУ им. Р.Е. Алексеева показана практическая важность отдела фандрайзинга в реализации молодёжных проектов, некоторые из которых стали уже ежегодными. Партнеры являются важной составляющей механизма работы любого проекта, доказывают серьезность намерений общественной организации, поэтому участники команд однажды договорившись о сотрудничестве на благотворительной форме, стараются всегда поддерживать дружеские отношения и каждый партнер закреплен за своим «агентом». Благодаря этому достигается успешная реализация любого коммерческого проекта.

# Список литературы:

- 1. Что такое и как работает фандрайзинг. // Информационный журнал о продвижении бизнеса. // https://reklamaplanet.ru/biznes/fandrajzing (дата обращения 10.03.2020).
- 2. Фандрайзинг: виды, технологии и успешные примеры. // https://e-migration.ru/society/fandrajzing-vidy-texnologii-i-uspeshnye-primery.html (дата обращения 03.03.2020).
- 3. Что такое фандрайзинг в России: виды и источники. // https://kakzarabativat.ru/nachinayushhim-predprinimatelyam/fandrajzing/ (дата обращения 13.03.2020).

# РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ САНАТОРНО-КУРОРТНОЙ СФЕРЫ

# Тосунова Мариам Эдуардовна

студент, кафедра менеджмента и предпринимательского права, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации,

РФ, г. Пятигорск

E-mail: tosunova.mari@mail.ru

#### Долгова Ирина Владимировна

канд. социол. наук,

доц. кафедры менеджмента и предпринимательского права, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации,

РФ, г. Пятигорск,

E-mail: orhid1@yandex.ru

В последние годы в России растет интерес к исследованию особенностей формирования рынка услуг в целом и услуг рекреационного рынка в частности, к поиску соответствующих направлений его развития. Важнейшей составляющей рекреационного рынка является санаторно-курортный комплекс, которому отводится важное место в общегосударственной системе охраны здоровья населения страны.

Система санаторно-курортного комплекса за годы реформирования российской экономики претерпела изменений. Ранее, в ряд условиях централизованного планирования, основное количество путёвок в санатории распределялось через профсоюзные организации, поэтому было необходимости заниматься изучением спроса. Государственный бюджет неэффективных предприятий, расходы санаторно-курортных финансировал их капитальное строительство. Главной задачей руководителей являлось выполнение планов, в том числе по загрузке санаториев.

Формирование рыночной функционирования предприятий модели санаторно-курортной сферы привело К изменению условий сбыта рекреационных услуг. «Разгосударствление» экономики обусловило возникновение ряда проблем. Ставка на самоокупаемость привела к тому, что услуги организаций санаторно-курортной сферы перешли в разряд малодоступных для основной массы населения, тогда как проблемы инвестирования санаторно-курортного комплекса и создания стабильных условий его функционирования не были решены. Поэтому возник интерес к формам и методам туристскорекреационной деятельности, используемым в практике мировых экономических процессов [1].

Особое место среди них занимает маркетинг, который обеспечивает не только эффективное удовлетворение потребностей рынка, но и успех предприятия в конкурентной борьбе. Маркетинг как концепция управления и как вид деятельности является определяющим для развития и выживания санаторно-курортных предприятий [2, с. 10].

Следует отметить, что вопросы внедрения маркетинга в сферу туризма, рассматриваются Ф. Котлером, достаточно широко Б. Берманом, Ж.-Ж. Ламбеном, Д. Боуэном и др. Но их труды основаны на опыте развитых стран и не отражают российскую специфику, поэтому не могут быть адекватно использованы отечественными санаторно-курортными предприятиями в практической деятельности. Значительный интерес для практических маркетологов представляют труды отечественных ученых - В.А. Квартальнова, А.П. Дуровича, А.М. Ветитнева, Е.В. Цирюты, Н.Н. Марченко, Н.Г. Истошина и др. Авторы анализируют социально-экономические проблемы развития туризма и санаторнокурортной сферы, организации маркетинговой информационной системы в санаториях, рассматривают особенности формирования маркетингового комплекса и создания маркетинговых подразделений в санаторно-курортных организациях.

Многочисленные публикации последнего времени свидетельствуют о появлении на рынке санаторно-курортного продукта значительного количества компаний с маркетинговой ориентацией, тем не менее, действительность такова, что «маркетинг как функция управления и образ действия, так и не стал нормой повседневного поведения сотрудников всех структурных подразделений» [3].

Маркетинговая концепция означает, что вся деятельность предприятия санаторно-курортной сферы строится на трех базовых принципах: ориентация на потребителя, ориентация на цели, ориентация на системный подход. Конечной целью рыночных исследований является выявление целевого рынка, на котором санаторий может реализовать с наибольшей эффективностью свои производственные возможности. В условиях, когда предпринимательская деятельность на предприятиях санаторно-курортной сферы находится в стадии формирования, сложно выделить или четко классифицировать стратегию, которую использует то или иное предприятие. Лишь малая часть из них придерживается собственно стратегического подхода к развитию. Большинство же работают без определенной стратегии, полагаясь на интуицию руководителя и потребности рынка, или используют смешанную стратегию в деятельности, не понимая значимости тех или иных управленческих решений [4].

Анализ маркетинговой деятельности санаториев курортного региона Кавказские Минеральные Воды позволяет утверждать, что руководство подавляющего большинства санаторно-курортных предприятий в условиях возникшей во времена перестройки неопределенности (экономической, политической, отношений с собственником, и т. д.) решало задачи создания конкурентоспособного продукта в части формирования его ассортимента, политики ценообразования, организации сбыта и рекламы. Но эти задачи решались обособленно друг от друга, поэтому маркетинг воспринимался, а во многих санаториях воспринимается и сейчас, только как сбытовая и рекламная деятельность.

Следует отметить, что в работе маркетинговых служб предприятий санаторно-курортной сферы возникает множество проблем, наиболее глобальные из которых — стратегические, т. е. отсутствие видения роли отдела маркетинга в будущем успехе предприятия.

Нередко причины неэффективной работы отдела маркетинга санаторнокурортного предприятия обусловлены наличием структурных проблем, в частности, несовершенной структурой отдела маркетинга. В идеале она должна соответствовать стратегии санатория и пересматриваться со сменой стратегии. На практике же нередко отсутствует четкий принцип ее построения, распределение функций и ответственности внутри отдела зачастую хаотично. Как следствие, текущая работа выполняется маркетологами непрофессионально и направлена на исполнение разовых указаний.

На тех предприятиях, где маркетинг создавался эволюционным путем, особенно ощутимы функциональные проблемы. Как показывает практика, часть функций (ценообразование, организация и стимулирование продаж, планирование рекламных компаний) выполняется лично директором санатория/главным врачом. Большое количество ежедневно решаемых управленческих задач не оставляет достаточно внимания и времени на решение маркетинговых проблем, но, одновременно, проблемой является передача этих функций в рамки службы маркетинга и распределение функций внутри отдела маркетинга. Отмечается неясный характер функций службы маркетинга, шаблонность должностных инструкций, отсутствие четкого разделения труда между работниками службы.

Серьезные трудности в работе санаториев создают коммуникационные проблемы. Нормальное функционирование отдела маркетинга требует хороших информационных коммуникаций, прежде всего, внутри При отсутствии в санаториях соответствующей службы задача создания и регулировки информационных потоков внутри предприятия ложится на отдел маркетинга. В итоге это приводит к тому, что маркетинговая деятельность санаториев осуществляется без необходимой внутренней И внешней управленческой информации.

Особое внимание должно уделяться сегодня маркетинговым коммуникациям с потребителями санаторно-курортных услуг, поскольку конкурентная борьба за ограниченный объем платежеспособного спроса в этой сфере имеет тенденцию к усилению.

Эти проблемы являются следствием достаточно скромных средств, направляемых на маркетинговые коммуникации, как отдельными российскими предприятиями сферы рекреационных услуг, так и региональными туристскими администрациями и государством в целом [5, с. 10].

Отмечаются и межфункциональные конфликты на предприятиях. Невозможно реализовать программу маркетинга без поддержки всего коллектива санатория в целом и руководства в частности. В работу с клиентами вовлечено намного больше людей, чем работает в отделе маркетинга, поэтому главная его задача — создать объединяющую идею. К сожалению, она реализуется крайне редко, т. к. практически во всех санаториях отмечается отсутствие горизонтальных связей между отделами.

Заслуживают внимания кадровые проблемы отдела маркетинга, особенно низкий уровень компетентности работников. В подавляющем большинстве санаториев региона специалисты отдела не имеют маркетингового образования. В лучшем случае, прослушав краткосрочные курсы, они получили представление об основах маркетинга. Единственным источником приобретения работниками службы маркетинговых навыков являются практика и опыт работы, в то время как каждая функция маркетинга требует серьезной профессиональной подготовки. У каждого из специалистов отдела своя роль, и замены или попытки объединения функций редко оказываются эффективными, поэтому маркетологи-универсалы оправдывают себя только в небольших санаториях.

Острой остается проблема хронической нехватки средств на развитие маркетинга. У многих предприятий санаторно-курортной сферы средств хватает лишь для поддержания своей текущей деятельности, при этом о выделении дополнительных источников на развитие службы маркетинга речь даже не идет. Безусловно, это ошибочный подход, поскольку достижение поставленных перед предприятием целей зависит от степени достоверности оценки уровня спроса, возможных тенденций его изменения, а значит, от выделения необходимых средств на организацию маркетинговой деятельности. С этой проблемой тесно связана и другая - отсутствие эффективного механизма мотивации работников отдела маркетинга.

Многие из указанных проблем возможно решить уже сегодня.

Во-первых, руководители должны осознать, что маркетинг –принципиально новая функция по взаимодействию с рынком, когда на требования потребителей

ориентируется вся деятельность предприятия. Это приведет к существенным изменениям в принятии практически всех управленческих решений.

Во-вторых, руководству санаториев необходимо отойти от практики приема специалистов в отдел маркетинга в зависимости от степени родства и личных связей. В регионе есть высшие учебные заведения, выпускающие профессиональных маркетологов. Кроме того, в условиях быстро меняющихся требований внешней среды существует объективная необходимость постоянного повышения квалификации, личностного развития сотрудников отдела, что должно стать предметом особой заботы руководителя.

В-третьих, все горизонтальные связи должны быть прописаны в должностных инструкциях и положении об отделе маркетинга.

В-четвертых, должен быть решен вопрос мотивации работников отдела маркетинга. Поскольку индивидуальную работу маркетологов оценить достаточно сложно, эффективным мотивированием может стать проектный подход к работе отдела и, соответственно, система поощрений за успешное завершение каждого проекта.

Рассмотренные проблемы не исчерпывают весь список сложных вопросов организации маркетинговой деятельности санаториев, но только планомерное и систематическое их решение будет способствовать скорейшему переходу санаториев на маркетинговое управление.

Таким образом, можно констатировать, что процесс внедрения и организации маркетинговой деятельности на предприятиях санаторно-курортного комплекса региона Кавказских Минеральных Вод проходит достаточно сложно, сталкиваясь с непониманием руководством роли маркетинговой функции предприятия в условиях его рыночной деятельности. Маркетинг пока воспринимается как средство выживания, направленное на гибкое использование имеющегося финансового и трудового потенциала для удовлетворения запросов потребителей в новых условиях. По мере интеграции маркетинга в общую систему управления предприятием будет формироваться новый «образ мышления», в основе которого лежит ориентация на рынок.

#### Список литературы:

- 1. Мещерякова Л.А. Влияние санаторно-курортного комплекса Кавказских минеральных вод на экономическое и социальное развитие региона // Региональная экономика: теория и практика. 2007. № 4. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-sanatorno-kurortnogo-kompleksa-kavkazskih-mineralnyh-vod-na-ekonomicheskoe-i-sotsialnoe-razvitie-regiona.
- 2. Джанджугазова Е.А. Применение маркетинговых стратегий на предприятиях санаторно-курортного комплекса (На примере города Сочи): Дисс. ... канд. экон. наук: 08.00.05 Москва, 2000. 205 с.
- 3. Созинов А.С. Обеспечение качества управления маркетинговыми процессами предприятия. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.marketing.spb.ru/lib-mm/strategy/sozinov/1.htm
- 4. Оборин М.С., Плотников А.В. Маркетинговая стратегия в санаторнокурортной деятельности // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. 2012. № 19-1 (138). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovaya-strategiyav-sanatorno -kurortnoy-deyatelnosti.
- 5. Ветитнев А. Некоторые подходы к оценке рынка санаторно-курортных услуг // Практический маркетинг. 2002. № 11. С. 8-15.

# ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

### Четина Юлия Петровна

магистрант, кафедра организации аграрного производства, факультета заочного обучения, ФГБОУ ВО «Пермский государственный аграрно-технологический университет им. академика Д.Н. Прянишникова», РФ, г. Пермь E-mail: yuliachet11@mail.ru

#### Яркова Татьяна Михайловна

научный руководитель, д-р экон. наук, проф. кафедры организации аграрного производства, факультета экономики и информационных технологий, ФГБОУ ВО «Пермский государственный аграрно-технологический университет им. академика Д.Н. Прянишникова», РФ, г. Пермь

#### EFFICIENCY OF MARKETING ACTIVITIES

#### Julia Chetina

undergraduate, Department of Management, Department of Correspondence Studies, Perm State Agrarian and Technological University named after Academician D.N. Pryanishnikova, Russia, Perm

# Tatyana Yarkova

scientific supervisor, doctor of Economics, Professor of the Department of agricultural production organization, faculty of Economics and information technologies, Perm state agrarian and technological University named after academician D.N. Pryanishnikov, Russia. Perm

#### **АННОТАЦИЯ**

В настоящее время методы повышения и оценки результативности маркетинговой деятельности представлены преимущественно в теории и не имеют достаточного эмпирического обоснования. Адаптация к динамичным изменениям рынка и выбор оптимальной стратегии развития на основе

повышения результативности маркетинговой деятельности выступают сегодня центральной проблемой для российских предприятий.

#### **ABSTRACT**

Currently, methods for improving and evaluating the effectiveness of marketing activities are presented mainly in theory and do not have sufficient empirical justification. Adaptation to dynamic market changes and choosing the optimal development strategy based on increasing the effectiveness of marketing activities today are the central problem for Russian enterprises.

**Ключевые слова:** маркетинговая деятельность, маркетинговые исследования, эффективность, концепция.

**Keywords:** marketing activity, marketing research, efficiency, concept.

Для того, чтобы оценить эффективность маркетинговую деятельность необходимо определить методы и задачи, которые нужно решить. Для того, чтобы сформулировать задачи нужно определить конечную цель оценки, для кого предназначены результаты и как их будут использовать.

Величина объема рынка маркетинговых исследований, как правило, мало кого интересует, поскольку доля рынка, занимаемая исследовательскими компаниями очень мала. Для большинства компаний большее значение имеет показатели объема рынка и динамика его изменения.

Важным фактом является то, в каких единицах, а именно — валюте, измеряется рынок, поскольку результат анализа может быть очень разным.

Мировой рынок маркетинговых исследований достаточно стремительно развивается в современных условиях. С каждым кодом количество компаний, покупающих эти исследования готовы предложить большую сумму, поскольку выстраивают свою рекламную компанию на основе полученных данных.

Наиболее распространенные методы оценки эффективности маркетинговой деятельности приведены ниже [1, с. 143]:

Качественные методы используют маркетинговый аудит, который помогает осуществить анализ внешней среды и выявить возможные угрозы для компании и возможности для развития. В данном методе можно выделить маркетинговый контроль и маркетинг-аудит, с помощью которого анализируют качественные стороны деятельности организации.

Следующие методы — количественные. Они предназначены для оценки финансовых результатов компании, например, сравнение затрат на маркетинговую деятельность с полученной валовой прибылью.

К социологическим методам относят различные программы исследований социума, а именно их разработка, и проведение этих исследований.

Известными методами являются балльные. Данные методы позволяют определить эффективность маркетинга по каждому мероприятию, оценивая с помощью различных критериев. По каждому критерию выставляется подходящий балл, что помогает оценить эффективность в сумме и выявить недостатки в определенных местах.

Регрессионные и корреляционные методы помогают установить взаимосвязи между выбранными переменными, а значит выявить сильное или слабое влияние на тот или иной показатель [2, с. 56].

Для обоснования маркетинговых решений используются многомерные методы, которые так же, как и регрессионные и корреляционные методы устанавливают взаимосвязи, только в данном случае переменных больше, что позволяет определить, например, зависимость «продаваемости» товара от какого-либо элемента маркетинга, будь то цена, уровень технического развития или реклама.

Оценить реакцию потребителей или изменения в рыночной ситуации помогают определить статистические методы, которые подходят для стохастического описания фактора.

Существуют также информационные методы, которые позволяют вести анализ с помощью специальных программ, например, SalesExpert 2, Success.

Для определения необходимых показателей существует несколько подходов. Некоторые специалисты придерживаются подхода, основанного на концепциях управления маркетингом, который мы рассмотрели в предыдущем пункте в таблице 1.

Таблица 1. Показатели оценки эффективности маркетинговой деятельности в соответствии с концепциями управления маркетинга

№ п/п	Концепция управления маркетингом	Показатели	
1	Концепция совершенствования производства	Загрузка производственных мощностей, снижение издержек производства, объем производства, себестоимость товаров	
2	Концепция маркетинга	Нужды потребителей, удовлетворенность потребителей, лояльность потребителей, качество товара, цена, сервис	
3	Концепция социально- этического маркетинга	Благосостояние общества, прибыльность компании, удовлетворенность потребителей, эффективность использования сырьевых, людских, природных, энергетических ресурсов	

При использовании данного подхода тяжело оценить эффективность, поскольку, как было замечено ранее, рынок — это нестабильная среда, и применяемые концепции также изменчивы, что мешает получить достоверные результаты.

Вторым подходом в оценке эффективности служит ориентация на горизонт управленческих действий. При данном подходе показатели выбираются исходя из задач и целей, которые нужно решить (достичь). Основными направлениями данного подхода служат: стратегические, оперативные и тактические действия, представленные в таблице 2.

Таблица 2. Показатели эффективности маркетинговой деятельности в соответствии с горизонтом управленческих действий

Направление действий	Показатели	
Стратегические	Доля рынка, имидж бренда, пожизненная ценность клиента	
Операционные	Выручка, прибыль, расходы на маркетинговые коммуникации	
1 актические	Объем продаж, эффективность маркетинговых коммуникаций, воронка продаж	

Для более глубокого анализа и формирования маркетинговой стратегии необходимо сравнить показатели с учетом внутреннего положения и внешней ситуации, поэтому ниже мы рассмотрим показатели эффективности маркетинговой деятельности.

Калышенко В.Н. выделяет следующие показатели, приведенные в таблице 3. [3, c. 57].

Таблица 3. Показатели эффективности маркетинговой деятельности

Оценочные	Перспектива по времени		
перспективы	Текущие показатели	Конечные показатели	
Внутренние (в компании)	<ul> <li>брак товаров;</li> <li>дебиторская задолженность;</li> <li>несвоевременная отгрузка;</li> <li>оборачиваемость запасов.</li> </ul>	<ul> <li>оборачиваемость активов;</li> <li>рентабельность продаж;</li> <li>маржа на единицу продукции;</li> <li>чистая прибыль/доход;</li> <li>рентабельность активов.</li> </ul>	
Внешние (на рынке)	<ul> <li>удовлетворенность потребителя;</li> <li>осведомленность о товаре;</li> <li>качество продукта;</li> <li>лояльность.</li> </ul>	<ul> <li>доля рынка;</li> <li>темп роста рынка;</li> <li>сохранение клиентов;</li> <li>выручка на одного клиента;</li> <li>сравнительные продажи новых продуктов.</li> </ul>	

Благодаря разнообразию в подходах у компаний есть возможность не только интуитивно оценить маркетинговую деятельность, но и экономически обосновать свое решение. Такая оценка наибольшим образом подходит малому бизнесу.

# Список литературы:

- 1. Березин И.С. Маркетинговые исследования. Как это делают в России: монография / И.С. Березин. М.: Вершина, 2017. 432 с.
- 2. Божук С.Г. Маркетинговые исследования: учебник / С.Г. Божук, Л.Н. Ковалик. С-Пб: Питер, 2016. 304 с.
- 3. Калышенко В.Н. Эффективность маркетинговой деятельности и возможности ее оценки / В.Н. Калышенко, У.М. Сталькина // Экономические науки. 2017. № 02. С. 55-59.

# СЕКЦИЯ

# «МЕНЕДЖМЕНТ»

# НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДОКУМЕНТАЛЬНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

#### Блохина Александра Алексеевна

студент,

кафедра международного бизнеса, менеджмента и туризма, Государственный университет морского и речного флота им. адмирала С.О. Макарова, РФ, г. Санкт-Петербург

E-mail: sashablokhina15@gmail.com

### Тариков Владимир Савельевич,

канд. экон. наук, доцент, Государственный университет морского и речного флота им. адмирала С.О. Макарова,  $P\Phi$ , г. Санкт-Петербург

# REGULATORY AND LEGAL REGULATION OF DOCUMENTARY SUPPORT OF TERRITORIAL PLANNING

#### Alexandra Blokhina

Student, Department of international business, management and tourism, Admiral Makarov State University of Maritime and Inland Shipping, Russia, Saint Petersburg

#### Vladimir Tarikov

cand. econ. science, Assoc., Admiral Makarov State University of Maritime and Inland Shipping, Russia, Saint Petersburg

#### **АННОТАЦИЯ**

Актуальность темы определена тем, что проверка подлинности документов, соответствие стандартам и ГОСТам крайне важна. Если документы будут с ошибкой или оформление будет не соответствовать требованиям, последствия могут быть очень серьезными. Вплоть до отмены государственного заказа.

#### **ANNOTATION**

The relevance of my chosen topic is determined by the fact that document authentication, compliance with standards and GOST Standards is extremely important. If the documents are incorrect or the design does not meet the requirements, the consequences can be very serious. Up to the cancellation of the state order.

**Ключевые слова:** планирование, территориальное планирование, документы территориального планирования.

**Keywords:** planning, territorial planning, expertise, territorial planning documents.

Повышенный интерес к стратегическому территориальному планированию наблюдается в РФ с конца 20 - начала 21 веков. Этот термин встречается в большом количестве различных отраслей:

- в научной литературе
- в нормативно-правовой базе
- в обращениях к электорату и т. д.

Современные люди являются наблюдателями, а некоторые и оживленными участниками, стремительного создания стратегических планов развития регионов и городов.

Территориальное планирование направлено на определение в документах территориального планирования назначения территорий исходя из совокупности различных факторов (социальных, экономических, экологических и т. д.) в целях обеспечения устойчивого развития территорий, развития различных инфраструктур, обеспечения учета интересов граждан и их объединений, Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований. Существует 3 вида документов территориального планирования, они изображены на рисунке 1.



Рисунок 1. Подразделение типов документов территориального планирования

Важнейшими документами территориального планирования являются соответствующие схемы территориального планирования.

На федеральном уровне в обязательном порядке должны быть схемы территориального планирования в следующих областях (см рис.2)

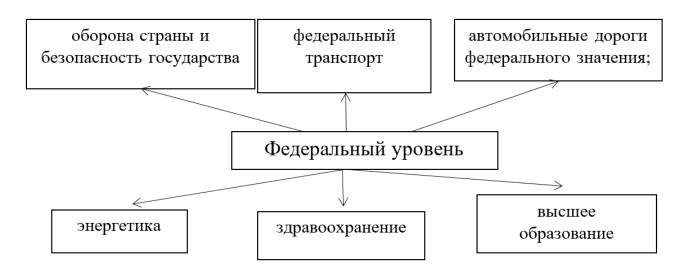


Рисунок 2. Области территориально планирования

На схеме, которая продемонстрирована ниже можно увидеть отрасли, в которых схемы территориального планирования являются обязательными.

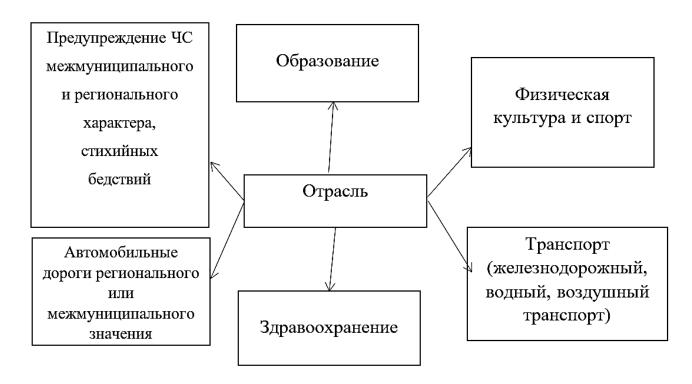


Рисунок 3. Перечень отраслей с обязательными схемами территориального планирования субъектов РФ

Материалы по обоснованию схем территориального планирования субъектов Российской Федерации в текстовой форме содержат:

- 1. сведения о программах социально-экономического развития субъектов Российской Федерации (при их наличии), для реализации которых осуществляется создание объектов регионального значения;
- 2. обоснование выбранного варианта размещения объектов регионального значения на основе анализа использования соответствующей территории, возможных направлений ее развития и прогнозируемых ограничений ее использования; оценку возможного влияния планируемых для размещения объектов регионального значения на комплексное развитие соответствующей территории.

Документы, которые представляют собой документы территориального планирования муниципальных образований изображены на рисунке 4.

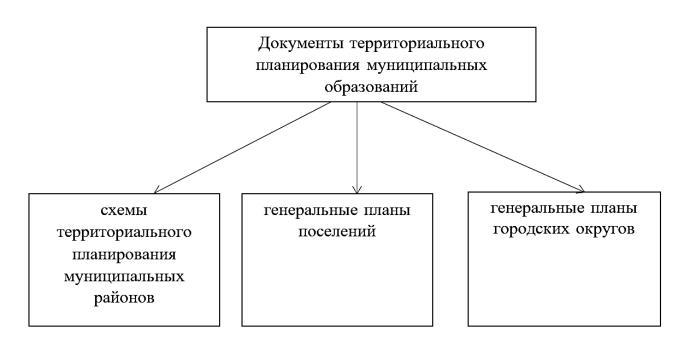


Рисунок 4. Документы территориального планирования муниципальных образований

#### Список литературы:

- 1. «Градостроительный кодекс Российской Федерации» от 29.12.2004 N 190-ФЗ (ред. от 25.12.2018): сайт Консультант Плюс. [Электронный ресурс] 2020. URL:http://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_51040/ (дата обращения: 12.03.2020).
- 2. Региональное управление и территориальное планирование: Учебник / Р.А. Попов. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016.
- 3. Стратегическое и территориальное планирование: сайт Минэкономразвития России. [Электронный ресурс]. 2019. URL: http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/StrategTerPlanning/ (дата обращения: 12.03.2020).

### ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА ПО Г. ФОРДУ

### Живодворов Иван Дмитриевич

студент, кафедра общего и стратегического менеджмента, Самарский национальный исследовательский университет им. академика С.П. Королёва, РФ, г. Самара

E-mail: <u>vip.rokky78@mail.ru</u>

#### **АННОТАЦИЯ**

Целью статьи является исследование организационной культуры в компании «Ford Motor Company» методом анализа её структуры. Сведения из книг «Моя жизнь. Мои достижения» и «Сегодня и завтра» являются основными источниками сбора информации, так как все факты об организационной культуре изложены самим владельцем компании – Генри Фордом. В результате мы получим ключевые исследования формы, принципы организационной культуры, полную хронологию важнейших событий, благодаря «Ford Motor Company» сформировала собственную которым предприятий и стала ведущим автопроизводителем начала XX века. Выводом проделанного исследования является тот факт, что знание устройства организационной культуры «Ford Motor Company» может послужить базисом для создания мощной культуры в других компаниях.

**Ключевые слова:** организационная культура, идеологические ценности, история, традиции, символика, слоган, жаргон, организационные принципы.

Организационная культура — это система общепринятых в организации ценностей, правил поведения и нравственных принципов, которые отличают данную организацию от всех других [1, с. 300]. Она может проявляться в следующих формах:

1) Идеологические ценности – совокупность представлений организации о своей общественной роли;

- 2) История основные этапы, которые прошла организация за время её существования;
- 3) Традиции накопленные за период функционирования организации особенности и принципы совместной деятельности;
- 4) Символика символическое изображение ценностей данной организации, которое может существовать в виде дат, эмблем, торговых марок и т. д.;
  - 5) Цвета и одежда;
  - 6) Слоганы это символ организации в словесной форме;
- 7) Язык/жаргон система общепринятых терминов и фраз, понятных только для участников организации.

Все вышеперечисленные формы можно рассмотреть на примере компании для того, чтобы детально изучить на жизненном примере сущность организационной культуры.

Идеологические ценности в компании заложены в миссии и философии организации. Миссия — это предназначение организации в окружающем мире. Г. Форд видел миссией постоянное улучшение продукции и услуг компании для удовлетворения нужды потребителей, позволяющих организации процветать и обеспечивать достаточную прибыль акционерам, собственникам и бизнесу. Продукцией на период начала XX века являлись разные модели автомобилей, но в конечном итоге из всех моделей стала выпускаться в массовом масштабе одна универсальная — Model T. В качестве услуг компания первой в мире предоставила потребителю свой фирменный автосервис в виде ремонтных мастерских, доступный для всех слоёв населения. Философия организации — это совокупность смыслов, ценностей и целей деятельности работающих в ней людей, это основополагающие установки, в соответствии с которыми организация осуществляет свою деятельность. Философия «Ford Motor Company» определяла фундамент успеха компании и её базовые ценности, в числе которых были:

1) Люди – источник силы компании, который обеспечивает корпоративный интеллект, определяет дальнейшую репутацию и жизнеспособность организации;

- 2) Продукция является результатом усилий компании и стремится быть лучшей в обслуживании потребителей по всему миру. Ценность продукции определяет ценность всей организации;
- 3) Прибыль окончательный показатель того, насколько успешно организация обеспечивает потребителей наилучшей продукцией, удовлетворяющей их нужды. Она необходима для выживания и роста компании.

Важно отметить, что основой для формирования миссии и философии «Ford Motor Company» являлось стремление Г. Форда к самореализации.

История компании Г. Форда включает в себя множество этапов её становления и развития. Можно рассмотреть все этапы, которые описаны в книгах «Моя жизнь. Мои достижения» и «Сегодня и завтра», чтобы охватить промежуток времени с 1903 по 1926 гг.:

- 1) 1903 г. построены 2 гоночных автомобиля: «Стрела» и «999». Модель «999» стала победителем в гоночном заезде, получила известность, и вскоре эта победа стала толчком для основания «Общества автомобилей форда» [3, с. 74]. «Ford Motor Company» была основана предпринимателями из Мичигана во главе с Г. Фордом, на долю которого приходилось 25,5% акций. Общий капитал составлял 100 000 долларов. В июле продан первый автомобиль «Моdel А» (950 долларов) [3, с. 79]. За год было продано 1708 автомобилей;
- 2) 1904 г. выпуск «Model B» четырехцилиндрового автомобиля для туризма (2000 долларов), «Model C» немного усовершенствованное изменение «Model A» (1000 долларов), «Model F» автомобиль для туризма (1000 долларов). Продано меньше автомобилей чем за предыдущий год на 0,76% [3, c.85];
  - 3) 1905 г. начало торговых отношений с Англией [3, с. 114];
- 4) 1906 1907 гг. выкуплено трёхэтажное фабричное здание с целью организации массового производства [3, с. 86]. Выпущено две новые модели автомобиля (по 2000 и 1000 долларов), сбыт упал до 1599 штук. После этого компания отказалась от производства роскошных автомобилей и перешла на выпуск трёх небольших и недорогих моделей городского типа, предназначенных для легкого туризма. Сбыт увеличился до 8423 шт. в год (более чем в 5 раз);

- 5) 1908 г. объем производства возрастает до 100 автомобилей в день, компания бьет все предыдущие производственные рекорды [3, с. 88]. Уже открыто 14 филиальных отделений, работает 1908 служащих, суммарная площадь участков составляет 2,65 акров. Началось применение ванадиевой стали в производстве, что позволило облегчить автомобиль более чем в 2 раза и кратно увеличить прочность и надежность автомобилей [3, с. 100]. 1 октября была создана первая универсальная модель автомобиля, которая в дальнейшем окончательно вытеснила многие модели Ford «Моdel Т». После этого оборот превысил 10 500 автомобилей в год. Г. Форд принял решение о выпуске в будущем только этой модели автомобиля [3, с.107];
- 6) 1909 г. выпуск большого и дорогого шестицилиндрового автомобиля для загородных путешествий, после которого сбыт уменьшился до 6398 шт. в год [3, с. 88]. В то же время Г. Форд побеждает в знаменитом процессе Зельдена, в котором синдикат автомобильных фабрикантов хотел присоединить к себе «Ford Motor Company» с целью добиться монополии. Престиж компании увеличивается [3, с. 91];
- 7) 1910 1911 гг. были снижены цены на автомобили для туризма, из-за чего оборот составил 34 528 авто в год [3, с. 111]. Суммарная площадь компании возросла до 32 акров, количество служащих составляло 4110 человек. В итоге годовой объём производства увеличился до 45 000 автомобилей [3, с. 112];
- 8) 1913 г. началось проведение хронометрических измерений всех функций производства [3, с. 186]. 1-го апреля был создан первый подвижный сборочный путь конвейер [3, с. 122];
- 9) 1914 г. в компании работало уже 14 000 служащих [3, с. 192]. Открывается Больница Форда в Детройте (первый пациент на частной основе был принят только в 1919 г.). 12-го января принимается «план об участии в прибылях» т. е. устанавливается минимальная оплата труда в 5 долларов в сутки и 8-и часовой рабочий день [3, с. 187]. Создан принцип невозможности отказа в работе кандидатам с телесными недостатками [3, с. 161];

- 10) 1915 г. была основана ремесленная школа имени Генри Форда. 10-го декабря выпущен автомобиль № 1 000 000;
  - 11) 1916 г. доля акций компании у Г. Форда возросла до 59% [3, с. 77];
- 12) 1917 1919 гг. производство было приспособлено для военных целей (период Первой мировой войны). Эдзель Форд, сын Г. Форда, выкупил оставшуюся долю акций 41% [3, с. 77]. Г. Форд и Э. Форд стали полноправными владельцами компании. Были построены магазины для служащих компании Ford в Гайленд-Парке, в которых вся продукция продавалась по себестоимости. Начались торговые отношения с СССР: был заключён контракт, согласно которому американцы предоставляли чертежи двух автомобилей и помогали в строительстве автозавода в Нижнем Новгороде (Модели ГАЗ-А и ГАЗ-АА были лицензионными копиями машин компании Ford) [5];
- 13) 1921 г. приобретение Детройт-Толедо-Айронтонской железной дороги [2, с. 262]. Выпущен автомобиль № 5 000 000;
- 14) 1924 г. введён новый метод распилки древесины, используемой для изготовления запчастей автомобиля, который побил все рекорды по части экономии [2, с. 169]. Выпущен автомобиль № 10 000 000 [2, с. 4];
- 15) 1925 г. организованы первые воздушные линии для аэропланов [2, с.278]. СССР заказал 12 000 тракторов «Фордзон», что составляло 10% всего их производства компанией Ford;
- 16) 1926 г. выпущен автомобиль № 13 000 000 [2, с.4]. На данный период уже открыто 88 заводов (60 в США и 20 за границей), работает 200 000 служащих, задействовано более 45-и отраслей промышленности.

К числу традиций «Ford Motor Company» можно отнести множество принципов, заложенных самим основателем:

- 1) Максимальное использование механической силы системы конвейеров;
- 2) Принцип высокой заработной платы;
- 3) Принцип высокой эффективности производства;
- 4) Служащие фирмы лучшие клиенты;
- 5) Передача выгоды потребителю;

- 6) Отсутствие бюрократии;
- 7) Постоянное совершенствование продукции;
- 8) Соблюдение идеальной чистоты на производстве;
- 9) Наличие плана производства;
- 10) Нечетко обозначенная сфера деятельности подчиненных;
- 11) Преодоление «невозможного»;
- 12) Минимизация отбросов;
- 13) Экономность и высокое качество производства;
- 14) Исследование новых отраслей промышленности;
- 15) Принцип невозможности отказа в работе кандидатам с телесными недостатками;
  - 16) Принцип игнорирования прошлого человека при приёме на работу;
  - 17) Развитие путей сообщения;
- 18) Отказ от складов (изготовленные запчасти напрямую отправлялись в сборочные цеха, а оттуда автомобили сразу доставлялись в магазины);
- 19) Сочетание интересов промышленности с интересами сельского хозяйства;
  - 20) Направление на массовый тип производства;
  - 21) Приобретение и полезное использование брошенной собственности;
  - 22) Работа служащего должна состоять из однообразных операций;
  - 23) Исследование конкурентной продукции.

В качестве символа «Ford Motor Company» была выбрана эмблема/ логотип/ торговый знак, которая менялась с течением времени следующим образом [6]:

- 1) 1903 г. первый логотип компании был придуман помощником Г. Форда и выполнен в модном стиле начала XX века арт-нуво. Ставился на первую модель автомобиля Ford «Model A»;
- 2) 1906 г. буквы F и D изменены на «летящие», что подчеркивало стремительное движение компании вперёд;
- 3) 1907 г. появление овального логотипа, символизирующего «клеймо высшей пробы» экономичность и надёжность;

- 4) 1911 г. соединение овальной формы логотипа с летящим написанием букв F и D;
- 5) 1912 г. на короткий период времени в компании эмблема была изменена на крылатый треугольник, что символизировало скорость, легкость, грациозность и стабильность;
- 6) 1927 1950 гг. использовалась знакомая сейчас овальная эмблема с синим фоном и серебряными литерами;
- 7) 1950-1976 г. на автомобилях обозначалось только слово «Ford» без овальной эмблемы;
- 8) 1976 г. возврат к овальной эмблеме с синим фоном и серебряными литерами;
- 9) 2003 г. в честь 100-летнего юбилея, дизайн торгового знака был немного изменен логотипу придали черты самых первых, исторических эмблем.

Что касается цвета производимой продукции, то можно привести цитату Г. Форда на этот счёт: «Вы можете получить «Форд» любого цвета, при условии, что этот цвет будет черным». Выбор черного цвета был связан с процессом производства, так как только черный успевал высохнуть в процессе конвейерной сборки [4]. В наше время деятельность компании не ограничивается одним черным и предлагает потребителям широкий ассортимент автомобилей разного цвета.

Слоганы являются немаловажной частью популяризации торговой марки, так как они, как и символы, рекламируют производителя и его продукт. В числе слоганов «Ford Motor Company» были [6]:

- 1) «Ford: The Universal car» «Универсальный автомобиль»;
- 2) «Feel the difference» «Почувствуй разницу»;
- 3) «Drive on» «Возьми и езжай»;
- 4) «Go Further» «Иди вперёд».

Во время работы на производстве язык общения сочетал в себе черты как обыденного, так и профессионального языка. Часто употреблялись слова, означающие тот или иной продукт производства или материал. Например,

на заводах изготавливали особое вещество из соломы, которое называлось «фордитом». По внешности оно походило на твёрдую резину, из него изготавливали оправу руля и около 45-и частей экипажа, связанных с функционированием электрического оборудования [2, с. 76].

Таким образом, рассмотрение элементов организационной культуры «Ford Motor Company» даёт возможность более глубоко изучить и понять её структуру для того, чтобы в дальнейшем применить эти знания для создания новой и уникальной культуры в других организациях.

#### Список литературы:

- 1. Смирнов Э.А. Основы теории организации: Учеб. пособие для вузов [Текст] М.: ЮНИТИ, 2000. 375 с.
- 2. Форд Г. Сегодня и завтра. Кодекс миллиардера [Текст]/ Генри Форд; [пер. с англ. Ст. Вольского]. Москва: Издательство АСТ, 2017. 320 с.
- 3. Форд Г. Моя жизнь. Мои достижения [Текст]/ Генри Форд; пер. с англ. Е.А. Качелина. Москва: Издательство АСТ, 2018. 349 с.
- 4. Шкловский Л. Автомобиль для народа [Электронный ресурс] / Режим доступа: URL: http://world.lib.ru/s/shklowskij\_l/ggolx.shtml (дата обращения: 08.04.2019).
- 5. Ford Motor Company история развития компании Форд [Электронный ресурс] / Режим доступа: URL: https://myrouble.ru/ford-motor-company/ (дата обращения: 08.04.2019).
- 6. Наследие Ford [Электронный ресурс] / Режим доступа: URL: https://www.ford.ru/experience-ford/history-and-heritage (дата обращения: 08.04.2019).

# ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ И ПРИНЦИПЫ ГРАДОСТРОИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РФ

#### Литвинова Александра Андреевна

студент, кафедра МБМиТ Государственный университет морского и речного флота им. адмирала С.О. Макарова, РФ, г. Санкт-Петербург E-mail: aleksandra72.2010.98@mail.ru

#### Тариков Владимир Савельевич

научный руководитель, канд. экон. наук, доц. кафедры МБМиТ Государственный университет морского и речного флота им. адмирала С.О. Макарова, РФ, г. Санкт-Петербург

# GOALS, OBJECTIVES AND PRINCIPLES OF URBAN DEVELOPMENT IN THE RUSSIAN FEDERATION

#### Alexandra A. Litvinova

student, Mbit Department,
State University of sea and river fleet named after Admiral S.O. Makarov,
Russian Federation, Saint Petersburg
E-mail: <u>aleksandra72.2010.98@mail.ru</u>
Scientific adviser

#### Vladimir S. Tarikov

PhD in Economics, Associate Professor of Mbit Department, State University of sea and river fleet named after Admiral S.O. Makarov, Russia, Saint Petersburg

#### **АННОТАЦИЯ**

Изучение градостроительной деятельности, актуально и значимо на сегодняшний день, так как важно знать, как осуществляется территориальное планирование участков, благоприятны ли они для жизни людей. Города находятся в постоянном развитии и динамизме, и от правильного формирования градостроительной деятельности зависит качество жизненной среды, специфика структуры расселения, населенных мест, характеристики формирования и правильного функционирования.

### **ABSTRACT**

The study of urban development is relevant and significant today, as it is important to know how the territorial planning of sites is carried out, whether they are favorable for people's lives. Cities are in constant development and dynamism, and the quality of the living environment, the specifics of the settlement structure, localities, characteristics of formation and proper functioning depend on the correct formation of urban planning activities.

**Ключевые слова:** градостроительная деятельность, градостроительный кодекс, планирование, развитие территорий, регулирование, местность.

**Keywords:** urban planning, urban planning code, planning, development of territories, regulation, locality.

Градостроительная деятельность, это деятельность, направленная на развитие территорий и населённых пунктов, для оптимизации и благоустройства социальной, транспортной, производственной, технической инфраструктуры. Упрощенное определение термина «градостроительство» - планировка и застройка городов.

Градостроительная деятельность осуществляется рамках градостроительного документ федерального кодекса. Этот законодательства Российской Федерации регулирует отношения в области создания системы расселения, градостроительного планирования, застройки, благоустройства городских и сельских поселений, развития их инженерной, транспортной и социальной инфраструктур, рационального природопользования, сохранения объектов историко-культурного наследия и охраны окружающей природной благоприятных обеспечения целях условий проживания среды населения [2, с. 15].

Содержание градостроительной деятельности согласно Градостроительному кодексу РФ [1, с.1] (табл. 1.)

 Таблица 1.

 Содержание градостроительной деятельности

Наименование	Составляющие части
Градостроительный кодекс РФ	Федеральные законы и иные нормативно-правовые акты Российской Федерации, а также законы и иные нормативно-правовые акты субъектов РФ
Федеральные законы	Принимаются в соответствии с федеральными законами иные нормативные правовые акты Российской Федерации, содержащие нормы, регулирующие отношения в области градостроительной деятельности, не противоречащие настоящему Кодексу
Законы и иные нормативные правовые акты субъектов РФ	Содержат нормы, регулирующие отношения в области градостроительной деятельности, не противоречащие настоящему Кодексу

Градостроительная деятельность согласно Градостроительному кодексу Российской Федерации, включает в себя семь различных видов производственной активности, они представлены на рисунке 1.



Рисунок 1. Виды производственной активности градостроительной деятельности

Главной целью и основным содержанием Градостроительной деятельности РФ является устойчивое развитие территорий, а так же — создание оптимальной системы расселения, системы градостроительного планирования, застройки, благоустройства городских и сельских населенных пунктов, развития их инженерной, транспортной и социальной инфраструктуры, рационального природопользования, сохранения объектов историко-культурного наследия и охраны окружающей природой среды для обеспечения благоприятных условий проживания, труда и отдыха населения [5, с. 4].

Узаконение таких целей (своеобразных ориентиров) градостроительной деятельности по развитию территорий должно обеспечивать следующие критерии, указанные на рисунке 2. «Критерии устойчивого эффективного развития территории» [3, с. 55].



безопасность и благоприятные условия жизнедеятельности человека



ограничение негативных факторов той или иной деятельности на окружающую среду



обеспечение охраны и рационального использования природных ресурсов в интересах людей

Рисунок 2. Критерии устойчивого эффективного развития территории

В качестве основных задач Градостроительной деятельности можно выделить: соблюдение государственных, общественных и частных интересов в области градостроительной деятельности, которые регулируются требованиями нормативно правовых актов и контролем над их выполнением.

Основные принципы регулирования градостроительной деятельностью изложены в действующем Градостроительном кодексе РФ.

Градостроительный кодекс РФ определяет понятие «принципы» в следующем виде: «Принципы — основные исходные положения, руководящие идеи и основные правила деятельности, устройства.

Основные принципы выступают в роли своеобразных критериев, которым должны соответствовать законодательство и весь механизм правового регулирования градостроительной деятельности [4, с. 12].

## Список литературы:

- 1. Градостроительный кодекс Российской Федерации от 29.12.2004 N 190-Ф3. Актуальная редакция с комментариями по состоянию на 09.02.2019; [Электронный ресурс] Режим доступа. http://grkodeksrf.ru/ (дата обращения 02.03.2020 г.)
- 2. Аракельян Н.В. Правовое регулирование градостроительной деятельности (гражданско-правовой аспект): Автореф. дис. / канд.юр.наук 12.00.03. Краснодар, 2017 23 с.
- 3. Иодо И.А. Градостроительство и территориальная планировка: учебное пособие / И.А. Иодо, Г.А. Потаев. Ростов н/Д: Феникс, 2016. 285 с.
- 4. Потаев Г.А. Тенденции развития градостроительства / Г.А. Потаев; Белорусский национальный технический университет. Минск: БНТУ, 2015. 222 с.
- 5. Студопедия электронная энциклопедия; [Электронный ресурс] Режим доступа. URL: https://studopedia.ru/17\_24316\_tseli-i-zadachi-gradostroitelnoy-deyatelnosti.html (дата обращения 02.03.2020 г.)

## СЕКЦИЯ

# «РЕГИОНОВЕДЕНИЕ»

# ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

## Коротаева Софья Андреевна

студент, Факультет Управления и предпринимательства, ФГБОУ ВО "Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова", РФ, г. Ярославль

E-mail: sonyakorotaeva95@gmail.com

## Алевров Владимир Юрьевич

научный руководитель, доц., ФГБОУ ВО "Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова", РФ, г. Ярославль

E-mail: <u>v.alevrov@uniyar.ac.ru</u>

# APPROACHES TO EVALUATING THE EFFICIENCY OF STATE AND MUNICIPAL GOVERNANCE

### Sofya Korotaeva

student, Faculty of Management and Entrepreneurship, FSBEI of HE "Yaroslavl State University named after P.G. Demidov", Russia, Yaroslavl

#### Vladimir Alevrov

scientific adviser, assistant professor, Faculty of Management and Entrepreneurship, FSBEI of HE "Yaroslavl State University named after P.G. Demidov", Russia, Yaroslavl

### **АННОТАЦИЯ**

Оценка эффективности деятельности институтов публичной власти являются важной вехой системы управления, влияет на социально-экономическое развитие и конкурентоспособность как муниципальных образований, так и государства в целом. Цель данной статьи рассмотреть возможные подходы к оценке эффективности государственного и муниципального управления. Для этого проведен анализ системы деятельности институтов публичной власти.

### **ABSTRACT**

Evaluation of the effectiveness of public authorities is an important factor in socio-economic development and competitiveness of both municipalities and the state as a whole. The purpose of this article is to consider possible approaches to assessing the effectiveness of state and municipal government. For this, an analysis of the system of activities of public authorities.

**Ключевые слова:** подходы, муниципальное образование, территория управление, эффективность

Keywords: technique, municipal unit, territory management, efficiency

В последние годы государство осуществляет свою деятельность ориентируясь на результат, что определяет его стремление в измерении эффективности деятельности институтов публичной власти. Для реализации этой цели был утвержден ряд нормативно-правовых актов, устанавливающих показатели эффективности деятельности органов исполнительной власти (ОИВ). В качестве исходных показателей, для мониторинга оценки эффективности деятельности, используются: доклады субъектов РФ о результатах своей деятельности; официальные статистические данные Федеральной службы государственной статистики; официальные данные ведомственных статистик; результаты социологических опросов населения, полученные ФСО России.

Обобщение отечественного опыта исследований эффективности государственного и муниципального управления позволяет выделить четыре основных подхода к ее оценке.

Отождествление эффективности и результативности управления, то есть оценка эффективности исходя из достигнутых территорией значений показателей социально-экономического развития (или результатов деятельности органа власти) относительно плановых, базисных, целевых, а также по сравнению с другими территориями. К этому подходу относится методика, утвержденная

Постановлением Правительства РФ 17.12.2012 № 1317 «О мерах по реализации Указа Президента Российской Федерации от 28 апреля 2008 года № 607 «Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов».

Отождествление эффективности управления и уровня развития территории: чем выше параметры социально-экономического развития, тем выше эффективность управления соответствующих органов власти (или эффективность развития территории).

Затратно-результативный подход: сопоставление полученного результата в развитии региона или муниципалитета с бюджетными и иными затратами и действиями, направленными на его достижение, с потенциалом развития соответствующей территории.

Оценка внутренней эффективности управления: оценка организации управления в органах власти, оценка их сотрудников, эффективности процесса управления. «К данному подходу относятся, например, международная методика САF (общая схема оценки), являющаяся технологией менеджмента качества в государственном и муниципальном управлении; разработанный на основе САF ее российский аналог ЭПУС (эффективная публичная служба); методика КРI (ключевые показатели эффективности)» [2, с. 55].

Помимо данных подходов, самостоятельными методами оценки эффективности являются социологический и экспертный. Следует отметить, что все четыре подхода имеют место в российской и мировой практике и могут использоваться каждый самостоятельно для соответствующих целей исследования.

В настоящее время в России складывается целостная система оценки эффективности деятельности государственного и муниципального управления: от оценки деятельности региональных (муниципальных) властей в целом до оценки каждого сотрудника органа власти, органа местного самоуправления, государственного (муниципального) учреждения.

В показатели эффективности деятельности органов власти и их подразделений включаются параметры достижения целевых показателей соответствующих указов Президента РФ, государственных программ региона (муниципальных программ).

Кроме этого, сегодня также имеется огромный массив показателей, по которым идет оценка субъектов РФ, это показатели реализации региональных проектов, реализуемых в рамках федеральных проектов, которые, в свою очередь, являются инструментом достижения целей и результатов национальных проектов.

21 августа 2012 г. был принят Указ Президента Российской Федерации № 1199 «Об оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации», который внес принципиальные изменения в систему оценки. Данным Указом был резко сокращен (до 12 вместо 48).

Таким образом, применение корректной методики оценки, учитывающей региональные индивидуальные аспекты в совокупности с действующей методикой мониторинга оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти позволит с большей степенью объективности оценивать деятельность публичной власти, более точно указывать проблемные сферы, принимать эффективные управленческие решения.

## Список литературы:

- 1. Бочарова А.К. Механизм оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации: препринт— М.: Изд. дом Высшей школы экономики Москва, 2017. с. 17
- 2. Ворошилов Н.В. К вопросу об оценке эффективности муниципального управления [Текст] / Н.В. Ворошилов // Материалы VII ежегодной научной сессии аспирантов и молодых ученых по отраслям наук: в 2-х т. Вологда: ВоГУ, 2017. с. 55.
- 3. Об утверждении методики расчета ключевого показателя эффективности развития муниципального образования области и перечня показателей, характеризующих эффективность развития муниципального образования [Электронный ресурс]: Приказ Департамента стратегического планирования Вологодской области от 30.12.2014 № 314 // Справочно-поисковая система КонсультантПлюс [электронный ресурс] Режим доступа. URL: https://vologda-oblast.ru/obshchestvennoe\_obsuzhdenie\_npa/statya/301688/.

- 4. Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов [Электронный ресурс]: Указ Президента РФ от 28.04.2008 № 607 // Справочно-поисковая система КонсультантПлюс [электронный ресурс] Режим доступа. URL: http://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_76576/.
- 5. Указ Президента Российской Федерации «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления» от 7 мая 2012 г. № 601 // Собрание законодательства РФ. 2012. № 19. Ст. 2338. [электронный ресурс] Режим доступа. URL: https://base.garant.ru/70170942/.

## СЕКЦИЯ

### «ЭКОНОМИКА»

### МОДЕЛЬ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

## Артюгина Елена Владимировна

студент,

кафедра «Экономика транспорта», факультета экономики, Уральский государственный университет путей сообщения, РФ, г. Екатеринбург

E-mail: <u>elena.artyugina.77@mail.ru</u>

## Васильева Елена Викторовна

научный руководитель, ст. преподаватель кафедры «Экономика транспорта», Уральский государственный университет путей сообщения, РФ, г. Екатеринбург

### **АННОТАЦИЯ**

Формирование оценки качества персонала предприятия проводится для повышения уровня эффективности персонала. В рамках действующего предприятия, как правило, применяются традиционные методы и модели. Формализм в построении процесса оценки не позволяют в полной мере возможности оценки. Это объясняется тем, что руководство рассматривает оценку как отвлечение от основного вида трудовой деятельности, как взаимодействия отвлекающий маневр; не отлажен механизм аттестационной комиссии (действующие руководители и специалистов) и аттестуемых, а особенно это касается негативной информации (ошибки, просчеты, низкие трудовые показатели и др.); объективная система оценки качества персонала вызывает субъективное сопротивление в силу естественного страха; неподготовленность квалифицированных кадров в сфере управления персоналом к использованию результатов аттестации, оценки. В этих условиях очень важно выбрать и построить оптимальную систему модели оценки качества персонала. Сегодня существуют современные модели оценки качества персонала предприятия, которые необходимо определять относительно конкретного предприятия.

**Ключевые слова:** качество персонала, оценка качества персонала, модели оценка качества персонала.

Ключевым фактором успеха большинства предприятий на современном этапе, прежде всего, являются люди, персонал. Это его движущая сила. На эффективность деятельности предприятия оказывают влияние уровень квалификации, трудовые навыки, знания и умения персонала. И это более важный ресурс, с точки зрения стратегии, чем финансовый и производственный капитал. Сегодня в условиях динамично изменяющейся внешней среды, внутренней системы организации, требований рынка перед российским менеджментом стоит вопрос постоянного повышения уровня квалификации персонала, гармонизации человеческого ресурса в рамках производственного процесса в современных рыночных условиях.

Оценка — это «определение уровня эффективности определенного сотрудника организации, выраженное в степенях, баллах или других единицах. Качества сотрудника оцениваются в разрезе соответствия поведенческой норме, которая ценится в конкретной компании. Оценка персонала измеряется в качестве и количестве управленческих решений, принятие которых основано на полученных итогах» [1, с. 23]. Оценка персонала покажет соответствие каждого сотрудника понятию успешного для работы в этой организации сотрудника и насколько правильно он занимает свою должность.

Качества людей, подлежащие оценке, называются ее факторами, которые образовывают единую систему, т. к. объективность оценки возможна только на основе комплексного подхода. В случае отсутствия четкости и конкретности в подходах, одни и те же качества могут трактоваться с разных позиций. Исходя из этого к основным факторам оценки качеств персонала относят: деятельность и ее результаты, деловые качества работника; профессионализм,

моральные качества, потенциал. В качестве дополнительных факторов оценки выступают: способность планировать деятельность и ресурсы; организовывать работу подчиненных и др.

Оценка качества персонала в рамках целевой установки рассматривает «развитие потенциала работников предприятия, поиск путей повышения эффективности работы структурных подразделений, в частности, и предприятия, в целом» [2, с. 34]. Это взаимосвязанная деятельность двух сторон: работник должен полноценно использовать предоставленные возможности и свой потенциал, а руководство должно обеспечить необходимые условия для развития наилучших, наиболее эффективных.

Сегодня предлагают следующие виды оценки персонала: [3, с. 77]

- в зависимости от этапа нахождения работника (предварительный, испытательный, основной);
- в зависимости от временного отрезка (ежедневный, еженедельный, ежеквартальный, ежегодный, периодический);
- в зависимости от объекта оценки (результатов деятельности, уровня профессионализма, результатов труда, эффективности труда).

В качестве методов оценки выступают три основных группы: [4, с. 80]

- количественные методы (числовое измерение уровня качеств персонала. К ним относят: метод коэффициентов, балльный метод);
- качественные методы (оценка конкретного набора качеств. К ним относят: метод биографического описания, деловой характеристики, специального устного отзыва и др.);
- смешанные (комбинированные) (оценки степени проявления определенного набора качеств. К ним относят: тесты, экспертные оценки и др.);
- методы оценки потенциала: центры оценки персонала, тесты на профпригодность, общие тесты способностей, биографические тесты и изучение биографии, личностные тесты, нетрадиционные методы (детектор лжи, алкогольный тест и др.) и др.;

- методы индивидуальной оценки (анкеты, сравнительные оценки, метод заданного выбора, шкала рейтингов поведенческих установок, описательный метод оценки, метод оценки по решающей ситуации, шкала наблюдения и др.);
- методы групповой оценки (метод классификации, сравнение по парам, коэффициент трудового участия и др.);
  - комплексная оценка персонала (диагностика личностных качеств и др.

В качестве одного из видов оценки является аттестация кадров. Данный вид оценки используется достаточно часто. Аттестация должна быть достаточно четко регламентирована, т. к. по результатам аттестации, как правило, принимаются достаточно серьезные решения: о продвижении по службе, о разработке индивидуальной программы самообразования, о понижении в должности и др. Основные параметры оценки можно закрепить в Положении об оценке персонала с учетом норм ст. 8 ТК РФ. В рамках Положения необходимо отразить следующие вопросы: общие положения, разделы по всем видам оценки персонала, их документационное оформление, подведение итогов, использование результатов оценки персонала.

Итак, рассмотрим реализацию основных видов оценки качества персонала, реализуемую в рамках AO EBPA3 HTMK.

Оценка качества персонала на предприятии реализуется в нескольких формах:

- до приема на работу: собеседование (проводит менеджер по управлению персоналом либо непосредственным руководителем; проводится на основании оценочного листа для выяснения уровня знаний, умений, навыков; в случае, если собеседование не пройдено, то составляется акт, который подтверждает отсутствие необходимых деловых качеств);
- оценка во время испытательного срока: испытание при приеме на работу (ст.70 ТК РФ); на работу без испытательного срока принимаются лица, установленные в ТК РФ, достаточно серьезная программа взаимодействия ведется АО ЕВРАЗ НТМК с учебными заведениями города, и обеспечивая участие своих специалистов в учебном процессе, задействуя студентов на

различных видах практик и стажировок, устанавливая индивидуальные стипендии — указанное предприятие привлекает специалистов с достаточно серьезным потенциалом. При установлении испытательного срока эффективно разработать примерный план проверок, однако, в рамках анализируемого предприятия такие планы не составляются;

- ежедневная письменная оценка результативности деятельности каждого работника осуществляется непосредственным руководителем на основании оценочного листа. На рассматриваемом предприятии таких оценочных листов нет;
  - ежегодная оценка профессионализма на АО ЕВРАЗ НТМК не проводится;
- ежегодная оценка результативности труда работника на AO EBPA3 HTMК не проводится;
- ежегодная оценка эффективности труда работников проводится как оценка использования ресурсов (финансовых и материальных) непосредственными руководителями;
- аттестация кадров на АО ЕВРАЗ НТМК проводится в соответствии с Положением об аттестации кадров. Процедуры аттестации достаточно четко регламентированы и механизм проведения отработан. В соответствии с Положением об аттестации подготавливаются следующие документы: список лиц, подлежащих аттестации; в начале календарного года во все цеха предоставляется график аттестации; Управление по работе с персоналом собирает различные документы (характеристики, и иные документы трудовой деятельности); выпускается приказ о создании аттестационной комиссии.

В целом необходимо отметить, что проведение оценки качества персонала в рамках АО ЕВРАЗ НТМК четко регламентировано, это объясняется, прежде всего, тем, что рассматриваемое предприятие входит в федеральную структуру. В рамках всей Корпорации ЕВРАЗ данные процедуры достаточно регламентированы. Единственный достаточно существенный минус — такие процедуры должны быть стандартизированы, но вместе с тем, учитывать специфические особенности предприятия и региона. В данной ситуации этого не происходит. В рамках АО ЕВРАЗ НТМК достаточно редко используется

современные прогрессивные методы оценки персонала, соответственно и используемый инструментарий также не отличается большим выбором, формальный подход к разработке должностных инструкций, отсутствует четкая система мониторинга вновь принятых сотрудников. Вместе с тем необходимо отметить, что предприятие в целом достаточно обеспечено всеми необходимыми материально-техническими средствами и программными средствами. Как уже было сказано выше, существующая система оценки, в основном, включает в себя аттестацию персонала. Результат аттестации персонала является основанием для поощрения или наказания персонала. Отсутствие же надежных систем оценки в исследуемой организации в дальнейшем может привести к тому, что организация будет терять способных работников. Формализм в аттестационном процессе не позволяют в полной мере возможности аттестации. Это объясняется тем, что руководство рассматривает оценку как отвлечение от основного вида трудовой деятельности, как отлажен механизм взаимодействия отвлекающий маневр; не аттестационной комиссии (действующие руководители и специалистов) и аттестуемых, а особенно это касается негативной информации (ошибки, просчеты, низкие трудовые показатели и др.); объективная система оценки качества персонала вызывает субъективное сопротивление в силу естественного страха; неподготовленность квалифицированных кадров в сфере управления персоналом к использованию результатов аттестации, оценки (как правило, формальный уровень). В этих условиях очень важно выбрать и построить оптимальную систему модели оценки качества персонала.

Сегодня существуют следующие модели оценки качества персонала предприятия: [1, С. 109]

• модель оценки компетенций. Термин «компетенции» для российской действительности, это достаточно «молодое» понятие. Как правило, применялся термин «профессионально важные качества», которым обозначались особенности человека (психофизиологические, психологические и даже физические), способствующие профессиональной успешности. Наряду с ними нередко указывали

особенности человека, нежелательные для профессии, или противопоказания к ней. Для построения эффективной системы оценки персонала в организации необходимо разработать универсальную модель компетенций, которая должна быть применима к любой деятельности в компании. Кроме того, потребуется разработать адекватный этой модели инструментарий оценки и, наконец, описать правила принятия кадровых решений по итогам оценки. Применяя данную модель в условиях АО ЕВРАЗ НТМК можно добиться положительных результатов: установление взаимопонимания на различных уровнях и структурных подразделений; унификация приводит к наиболее четкому понимаю всех процессов; согласованность экспертной комиссии в процессе оценочной деятельности; выявление сильных и слабых сторон кандидата; создание информации о сотрудниках для формирования резерва и планирования карьеры; разрабатываются стандарты качества выполняемых работ;

- модель «управление результативностью». Интегральный подход, которые «позволяет приспособит конфликтующие процедуры по оценке персонала для решения конкретных бизнес-задач, стоящих перед компанией»;
- двунаправленная модель оценки представляет собой «совокупность взаимодополняющих процедур, направленных как на оценку компанией сотрудника, так и на анализ компании и удовлетворенности своей деятельности в ней со стороны сотрудника, в целях установления тесной обратной связи между компанией и работниками, вовлеченности персонала в процессы управления для повышения эффективности организационной деятельности». Данная модель лежит в основе социально-ориентированного управления, в котором персонал из подчиненных превращается в партнеры;
- традиционная. В основе данной модели лежат отношения типа «персонал-подчиненные». Обратная связь с персоналом, по логике, отсутствует и ограничивается обсуждением и анализом результатов оценки.
- одной из последних методик рассматривается метод LAB Profile (лингвистическо-поведенческий профайл). Как правил, данный метод используется для оценки персонала редко, а вот на этапе подбора персонала часто.

На каждую должность составляется отдельный LAB Profile, а уже в процессе оценки он позволяет составить поведенческий профиль за 20 минут беседы. Анализируя типы языковых моделей, можно получить данные о мышлении, мотивационной составляющей и отношении работника к работе, идентификация личного поведенческого профиля и должностного профиля.

## Список литературы:

- 1. Асалиев А.М. Оценка персонала в организации: современные подходы СПб.: Питер, 2017. 220 с.
- 2. Гафарова Д.О. Системный подход к оценке персонала компании. Оценка по целям. М.: Академия, 2018. 198 с.
- 3. Сардарян А.Р., Комарова Т.В., Хожемпо В.В. Управление персоналом М.: Вектор, 2019. 493 с.
- 4. Ясулевич А.А. Управление персоналом: современная концепция Нижний Новогород, Вариус, 2019. 289 с.

# ОПТИМИЗАЦИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ (НА ПРИМЕРЕ ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ)

## Бармина Анна Вячеславовна

студент магистратуры, Оренбургский государственный университет, РФ, г. Оренбург

E-mail: 89198444720barmina@mail.ru

# OPTIMIZATSIYA REGIONAL'NOY NALOGOVOY POLITIKI (NA PRIMERE ORENBURGSKOY OBLASTI)

Anna Barmina

master's student, Orenburg state University, Russia, Orenburg

### **АННОТАЦИЯ**

Целью статьи является реализация для активного инвестиционного развития регионов, а также формирования у них реальной заинтересованности в наращивании налогового потенциала, несомненно, требуется скорректировать существующую в РФ налоговую региональную политику. Таким образом, практическая значимость полученных результатов состоит непосредственно в том, что применение подходов методических и рекомендаций, способствует достижению целей развития регионального как в условиях роста экономики, так и в условиях кризиса экономического.

#### **ABSTRACT**

Tsel'yu stat'i yavlyayetsya realizatsiya dlya aktivnogo investitsionnogo razvitiya regionov, a takzhe formirovaniya u nikh real'noy zainteresovannosti v narashchivanii nalogovogo potentsiala, nesomnenno, trebuyetsya skorrektirovat' sushchestvuyushchuyu v RF nalogovuyu regional'nuyu politiku. Takim obrazom, prakticheskaya znachimost' poluchennykh rezul'tatov sostoit neposredstvenno v tom, chto primeneniye podkhodov metodicheskikh i rekomendatsiy, sposobstvuyet dostizheniyu tseley razvitiya regional'nogo kak v usloviyakh rosta ekonomiki, tak i v usloviyakh krizisa ekonomicheskogo.

**Ключевые слова:** налоги, задачи налоговой системы, основные направления налоговой политики.

**Keywords**: nalogi, zadachi nalogovoy sistemy, osnovnyye napravleniya nalogovoy politiki.

Актуальность данной темы проявляется в том, что налоги как и вся налоговая политика являются мощным инструментом управления экономикой в условиях рынка. От того насколько правильно выбрано направление налоговой политики зависит эффективное функционирование всего народного хозяйства.

Любому государству для выполнения своих функций необходимы фонды денежных средств. Источником финансовых ресурсов могут быть только средства, которые правительство собирает как с физических, так и с юридических лиц. Эти обязательные сборы, осуществляемые государством на основе государственного законодательства - налоги. Именно таким образом, налоги выражают обязанность всех юридических и физических лиц, получающих доходы, участвовать в формировании государственных финансовых ресурсов. Поэтому налоги выступают важнейшим звеном финансовой политики государства в современных условиях. В условиях рыночной экономики любое государство широко использует налоговую политику в качестве определенного регулятора воздействия на негативные явления рынка, а также обеспечивает социально - экономический прогресс общества [1].

После анализа проведение налоговой рациональной политики можно выделить три задачи:

Первостепенная задача: создания, непосредственно, условий для регулирования экономики;

Вторая задача – это сглаживания неравенства в уровнях доходов населения;

Третья задача: обеспечения государства финансовыми ресурсами [2].

Можно сделать вывод, что налоговая политики России, конечно же направлена в сторону, несомненно, соблюдения баланса интересов государства, а также налогоплательщиков, непосредственно, не только за счет снижения

нагрузки налоговой на экономику, но и снижения нагрузки административной на налогоплательщика. Нельзя не сказать, что снижение нагрузки налоговой за счет отмены налогов отдельных, а также, несомненно, снижение налоговых ставок, которое к тому же приводит к снижению налоговых поступлений в бюджет, требует формирования соответствующего налогового администрирования, которое способно обеспечить функционирование эффективное налоговой системы [3].

На уровне региональном также наблюдается система многоуровневая нормативно-правового регулирования налоговой политики. На уровне первом представляют Законы Правительства области, которые принятые в соответствии с НК РФ, соответственно, во второй - Постановления Правительства области, которые регламентируют ставки и сроки уплаты налогов в бюджеты местные и федеральный, а также, непосредственно, другие вопросы в сфере отношений налоговых; и последний третий уровень, на котором представляют Решения Оренбургского городского совета, Приказы министерства финансов Оренбургской области и т. д. [4].

Основные направления налоговой политики РФ на 2018 год и на плановый период 2019 и 2020 годов разработаны, непосредственно, Минфином России в рамках цикла подготовки проекта бюджета федерального на период очередной. Они предполагают изменения законодательства по следующим направлениям: индексация ставок акцизов; совершенствование налога на добавленную стоимость; совершенствование налога на доходы физических лиц; совершенствование налога на прибыль организаций; совершенствование налога на добычу полезных ископаемых; введение налога на недвижимость взамен действующих земельного налога и налога на имущество физических лиц; совершенствование налогообложения в рамках специальных налоговых режимов; информационный обмен, международное сотрудничество, интеграция в международные соглашения, а также организации [6].

Снижение налоговой нагрузки по налогам основным характеризует налоговую региональную политику государства положительно. Можно сделать

вывод, что в условиях кризиса фактор данный является одним из наиболее важных для налогоплательщиков.

При оценки налоговой политики Оренбургской области выявлены следующие несколько недостатков:

- преобладание в структуре налогоплательщиков лиц юридических, что указывает на недостаточную работу с индивидуальными предпринимателями, а также крестьянскими (фермерскими) хозяйствами;
- поступления, в бюджет, консолидированный в основном, идут за счет добычи полезных ископаемых, а также налогу на прибыль организаций, что, несомненно, указывает на недостаточную работу с налогоплательщиками по видам налогов остальным.

В целом, можно смело сделать вывод, что деятельность Правительства и ведомств налоговых Оренбургской области эффективна в сфере налоговой политике.

В настоящее время в целях формирования в России современной налоговой региональной политики предлагается:

- расширить состав налогов, которые закреплены за муниципальными образованиями, а также регионами, что, несомненно, автоматически приведёт к увеличению налоговой компетенции;
- увеличить объём налоговой компетенции по специальным налоговым режимам;
- укреплять финансовые основы деятельности муниципальных образований, а также регионов, чтобы, как правило, появлялась реальная заинтересованность формирования современной региональной налоговой политики, в наращивании и укреплении налогового потенциала.

## Список литературы:

- 1. Департамент финансов Оренбургской области / [электронный ресурс] / URL: https://http://minfin.orb.ru//nalogovaya-politika/ (дата обращения 06.12.2019).
- 2. Единый официальный сайт государственных органов. Оренбуржье ЮГРА. / [Электронный ресурс] / URL: http://www.orenburg-gov.ru/power/executive/ (дата обращения 18.05.2018).
- 3. Информационно-правовой портал Гарант.Ру. [Электронный ресурс] / URL: http://base.garant.ru/18919015/ (дата обращения 06.12.2019).
- 4. Налоговый кодекс РФ [Электронный ресурс]: официальный сайт Консультант Плюс. Режим доступа: URL: http://www.consultant.ru/popular/nalog1/ (дата обращения 06.12.2019).
- 5. Сапрыкина Т.В., Андреев Б.Е. Значение региональных налогов в современном развитии региональных бюджетов // Актуальные проблемы экономики в условиях реформирования современного общества: материалы II междунар. науч.-практ. конф.: под науч. ред. Е.В. Никулиной. Белгород, 2017. С. 287-290.
- 6. Федеральная налоговая служба / [Электронный ресурс] / URL: https://www.nalog.ru / (дата обращения 06.12.2019).

# ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РЕГИОНА КАК ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА И ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

## Вдовина Екатерина Денисовна

студент, факультет экономики и финансов, Сибирский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы, РФ, г. Новосибирск E-mail: Kartin3101997@yandex.ru

## Куницын Дмитрий Валерьевич

научный руководитель, канд. экон. наук, доцент, Сибирский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы,  $P\Phi$ , г. Новосибирск

Обеспечение высокого уровня и качества жизни в Российской Федерации в настоящее время сталкивается с наличием целого ряда угроз, связанных с экономической безопасность, в том числе из-за снижения инвестиционной деятельности.

Высокая зависимость поступлений доходов бюджетной системы от нефтегазовых доходов, обуславливает влияние на экономическую безопасность государства нестабильности на мировых валютных, финансовых и товарных рынках. Нехватка бюджетных средств приводит к сокращению прежде всего государственных инвестиционных расходов. В связи с чем, необходима системная работа по улучшению инвестиционного климата страны и региона.

Согласно экономисту, Глазьеву С.Ю., «экономическая безопасность - состояние экономики и производительных сил общества с точки зрения возможностей самостоятельного обеспечения устойчивого социально-экономического развития страны, поддержания должного уровня конкурентоспособности национальной экономики в условиях глобальной конкуренции» [3, с. 13].

Существует прямая взаимосвязь между экономической безопасности и инвестиционной привлекательностью (рис. 1)

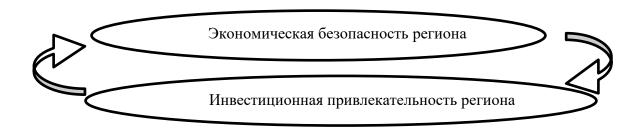


Рисунок 1. Взаимосвязь экономической безопасности и инвестиционной

Такую зависимость очевидна, так как изменении одного из элементов влечет изменение второго. Например, повышение инвестиционной привлекательности в части развития малого и среднего бизнеса влечёт за собой увеличение налоговых поступлений в бюджет.

Разберем каждый элемент отдельно.

Обеспечение экономической безопасности предполагает выполнения определенных мероприятий и критерий (индикаторов), с помощью которых можно достичь развития в той или иной области.

В указе Президента РФ от 13.05.2017 № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года» изложены 40 показателей оценки экономической безопасности. Все индикаторы можно распределить по группам на основе функционального признака. Из них можно выделить те, которые отнесены к инвестированию экономик (рис.2) [1].

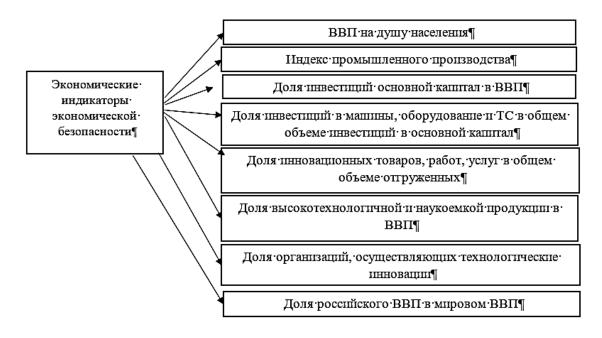


Рисунок 2. Экономические индикаторы экономической безопасности

Проанализировав показатели оценки, изложенные в Федеральном Законе «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года», и Целевые показатели реализации Инвестиционной стратегии в Постановлении от 25 декабря 2014 г. № 541-п «Об утверждении инвестиционной стратегии Новосибирской области до 2030 года» можно сделать вывод, что отдельные показатели не отражают реальной картины состояния уровня экономической безопасности и инвестиционной деятельности, в связи с чем, необходима их корректировка с учетом оценки общественной, экономической и бюджетной эффективности. При этом, данная оценка не возможна без проведения мероприятий государственного аудита, в том числе с использование рискориентированного подхода. Однако, инвестиционная деятельность не включена в перечень, утвержденный Постановлением Правительства РФ от 17.08.2016 № 806 (ред. от 21.03.2019) «О применении риск-ориентированного подхода при организации отдельных видов государственного контроля (надзора) и внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации» как объект.

В связи с чем, проведение соответствующих контрольных мероприятий проводится каждым ведомств самостоятельно в соответствии с имеющимися процедурами, что приводит к отсутствию целостного представления о реальных процессах и их эффективности.

Необходимо внедрение реинжиринга контрольных процессов в целях повышения эффективности мероприятий государственного контроля и аудита реализации инвестиционных проектов, в том числе за счет совершенствования сбора и обработки данных, развития межведомственного информационного обмена, внедрения ВІМ технологий в строительстве.

Инвестиционная привлекательность имеет свои показатели и мероприятия, которые подразумевают:

- 1. Определение приоритетных направлений инвестиционной деятельности
- 2. Совершенствование мер государственной финансовой и нефинансовой поддержки

3. Развитие институциональных условий ведения предпринимательской деятельности, в том числе направленных на снижение финансовых рисков

На данных момент имеются предпосылки создания 4-х особых экономических зон регионального уровня различной специализации (рис.3) [2].

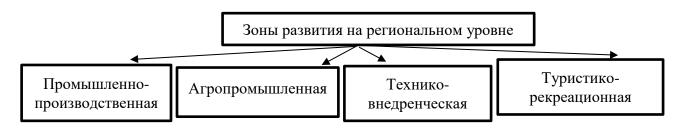
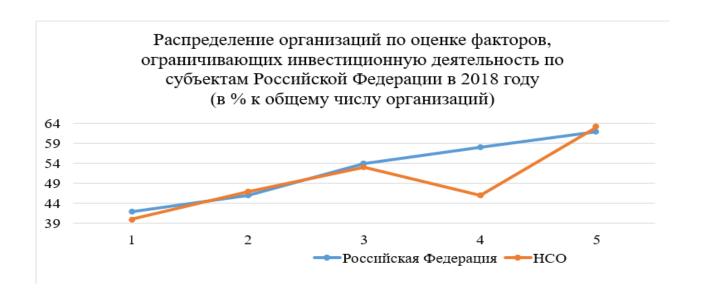


Рисунок 3. Экономические зоны регионального уровня специализации

Новосибирск — один из крупнейших научно-образовательных центров, на его территории сосредоточены 52 государственные академии наук, 38 образовательных организаций и свыше 40 других научных организаций, в которых работают свыше 30 тыс. преподавателей и ученых. В регионе одна из самых высоких концентрация работников, у которых есть высшее и среднее образование. Поэтому целесообразно к четырем уже утвержденным направлениям развития можно добавить пятую - научную

Автономная некоммерческая организация (АИС) ежегодно выкладывает национальные рейтинги по оценки инвестиционного климата по субъектам Российской Федерации. По данным на 2018 и 2019 года НСО занимает 19 место, в 2017 году — 27 место. Однако, фактическое нахождение в рейтингах с учетом последующей инвестиционной отдачи может существенно отличаться. На основе статистический данных инвестиционный климат НСО по состоянию 2018 года оценивается как неблагоприятный. На рисунке 4 показано распределение организаций по оценке факторов, ограничивающих инвестиционную деятельность по субъектам Российской Федерации.



Примечание: 1 — экономическая ситуация на мировом рынке.

- 2 сложный механизм получения кредитов для реализации инвестиционных проектов.
- 3 высокий процент коммерческого кредита.
- 4 инвестиционные риски.
- 5 высокий уровень инфляции.

Рисунок 4. Распределение организаций по оценке факторов, ограничивающих инвестиционную деятельность по субъектам Российской Федерации в 2018 году

График отражает основные затруднения, с которыми сталкивается любая компания, начиная инвестиционную деятельность в регионе. Из графика видно, что НСО достигает близких к среднему по стране значений, а в 2 показателях выше среднего. Бизнесу на территории региона не хватает возможностей для развития инверсионной активности [5, с. 57]. Инвестиционная деятельность должная приносить выгоды. Существуют три главные составляющие к оценке эффективности инвестиции: экономический, бюджетный и общественный эффект. Выделим основные методические подходы к оценке общественной эффективности инвестиций существующие на данный момент:

- 1) финансовых вложений, требуемых оцениваемыми инвестициями;
- 2) финансовых выгод, генерируемых такими инвестициями;
- 3) доходности, которую необходимо получить в результате осуществления опениваемых инвестиций.

Важно, чтобы метод не только позволял оценить эффективность, но и измерить ее, а значит, и сравнить, поэтому неотъемлемой частью процесса является контроль за ним. Бюджет, заложенный для реализации программ, нуждается в дополнительном контроле. Метод бюджетирования, ориентированного на результат в части контроля, следует дополнить цифровыми технологиями, которые усилят внутренний текущий самоконтроль и поспособствуют раскрытию преступлений по нецелевому использованию бюджетных средств, а также их хищения.

Таким образом для улучшение инвестиционного климата нужно проработать комплекс решений, таких как: методы оценки, методологические аспекты, сфера действия, а также контроль над соблюдением [4, с. 3].

## Список литературы:

- 1. Указ Президента РФ от 13.05.2017 № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года» [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?rnd= A238CE89B8C04AFEEA9A86C82AB62F3C&req=doc&base=LAW&n=216629 &dst=100018&fld=134&stat=refcode%3D16876%3Bdstident%3D100018%3Bin dex%3D0#6eqr0eah5ls (дата обращения 20.11.2019);
- 2. Постановление от 25 декабря 2014 г. № 541-п «Об утверждении инвестиционной стратегии Новосибирской области до 2030 года» [Электронный ресурс] URL: http://econom.nso.ru/sites/econom.nso.ru/wodby\_files/files/page\_186/postanovlenie\_pravitelstva\_novosibirskoy\_oblasti\_no\_541-p\_ot\_25.12.2014\_red.\_ot\_05.06.2018.pdf.
- 3. Глазьев С.Ю. Безопасность экономическая. Политическая энциклопедия: учеб. для студентов вузов/ С.Ю. Глазьев. -Москва, Мысль, 1999.
- 4. Коган А.Б. Финансирование инвестиционных процессов на федеральном, региональном и корпоративном уровнях: теория, методология, инструментарий: дис. на соискание учёной степени док. экон. наук: 08.00.10: защищена 15.03.2018: утв. 20.06.2018 / А.Б. Коган. Новосибирск 2017. 318 с.
- 5. Харламова, Красноперова А.Ю. Проблема привлечения инвестиций и их оттока в экономике России / Т.Н. Харламова, А.Ю. Красноперова // Ученые записки Тамбовского отделения РоСМУ 2016. № 4, С. 3-7.

# ПРОБЛЕМЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПРЕСТУПНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

### Верещака Никита Витальевич

студент, факультет экономики и финансов, Сибирский институт управления, Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, РФ, г. Новосибирск E-mail: nikifr1997@gmail.com

### Яненко Евгения Николаевна,

канд. экон. наук, доц., Сибирский институт управления, Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, РФ, г. Новосибирск

На сегодня, криминальная обстановка, установившаяся в Российской Федерации, является достаточно серьёзной. Связать это можно с тем, что политические, а также социально-экономические преобразования в стране не принесли значительных результатов в решении социальных предпосылок экономической преступности, и, в частности, снижения криминогенной напряжённости. Вместе с тем, образуются негативные факторы, оказывающие отрицательное воздействие на состояние правопорядка и систему защиты от криминальной опасности как в отдельно взятом регионе, так и в стране.

Приведём основополагающие причины и факторы, порождающие экономические преступления:

- 1. разделение людей по уровню дохода на богатых и бедных:
- а) стремление бедных слоёв населения захватить определённую часть необходимых благ путём нарушения закона;
- б) стремление богатых слоёв населения захватить ещё больше благ путём незаконных операций в отношении своих конкурентов.
- 2. экономические кризисы, подрывающие стабильность потребностей населения и его социальных ценностей;

- 3. абсолютная бедность значительной части населения. Данный фактор относится тем слоям общества, которые не могут удовлетворить даже первостепенные потребности;
- 4. безработица с уровнем свыше 10%, а также крайне низкая социальная защищённость безработной части населения. Данный фактор свидетельствует о том, что данный слой общества вынужден зарабатывать блага незаконными путями;
  - 5. инфляция, переходящая в гиперинфляцию;
- 6. чрезмерно высокое количество налогов (особенно в сфере предпринимательской деятельности);
  - 7. преступность в сфере внешнеэкономической деятельности [1].

В целях данной статьи, рассмотрим статистику зафиксированных и выявленных экономических преступлений по Новосибирской области за 2016-2018 гг. (таблица 1).

Таблица 1. Состояние правопорядка и результаты служебной деятельности ГУ МВД России по Новосибирской области за 2016-2018гг. [2]

D	Выявлено, пресечено, задокументировано		
Вид	2016 г.	2017 г.	2018 г.
1. Тяжкая и особо тяжкая категория	1 411 (71,9%)	1 124 (59,6%)	1 476 (69,4%)
2. В крупном и особо крупном размере	481	664	688
3. Налоговые преступления	104 (+14,3%)	137	128
4. Против государственной власти, интересов государственной службы и службы в органах местного самоуправления (пресечено).	169	165	121
5. Коррупционной направленности	671 (+34,2%)	373	341
6. Взяточничество			
6.1. Факт получения взятки должностным лицом (ст. 290 УК РФ) (задокументировано)	57	67	31
6.2. Факт дачи взятки должностному лицу (ст. 291 УК РФ) (задокументировано)	62	21	20
6.3 Посредничество во взяточничестве (ст. 291.1 УК РФ)	-	-	1
6.4. Мелкое взяточничество (ст. 291.2 УК РФ)	-	-	32

### Окончание таблицы 1.

n	Выявлено, пресечено, задокументировано		
Вид	2016 г.	2017 г.	2018 г.
7. Факты мошенничества	4 407 (+2,9%)	4 405	6 288
8. Преступления в различных сферах экономической деятельности	1 027	-	-
8.1. на потреб. рынке	179	-	-
8.2. в кредитно-финансовых отнош.	541	-	-
8.3. при совершении операций с недвижимостью	86	-	-
8.4. освоение бюджетных средств	221	-	-
9. Незаконное использование товарного знака (ст. 180 УК РФ)	2	-	10
10. Изготовление, сбыт поддельных акцизных марок, специальных марок или знаков соответствия (ст. 327.1 УК РФ)	49	44	25
11. Производство, приобретение, хранение и перевозка немаркированного товара (ст. 171.1 УК РФ)	7	7	15
12. Производство, хранение, перевозка или сбыт товаров, не отвечающих требованиям безопасности (ст. 238 УК РФ)	2	12	2
13. Незаконные производство и (или) оборот этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции (ст. 171.3 УК РФ)	-	-	3
15. Административные правонарушения	564	327	374
16. Всего выявлено	1 962 (94,1%)	1 887 (96,4%)	2 126 (+12,7%)

Таким образом, из приведённой статистической информации, можно наблюдать факт того, что с каждым годом рост преступлений экономической направленности возрастает, но вместе с этим возрастает и их выявление на ряду с раскрываемостью. На наш взгляд, растущая тенденция связана с такими негативными факторами, как снижение уровня жизни населения, рост инфляции, расслоение общества по уровню доходов на бедных и богатых, массовая криминализация общественного сознания, возможность не считаться с законодательными нормами.

В целях борьбы с приведенными проблемами, на наш взгляд, следует разработать пути их разрешения:

- 1. внести изменения в политике государства, т. к. такие проблемы как, снижение уровня жизни населения и расслоение общества по уровню доходности на богатых и бедных, инфляция, связаны именно с политической ситуацией, которая существует на данный момент;
- 2. ввести жёсткий контроль за деятельностью чиновников всех уровней. Например, установка камер видеонаблюдения в личных кабинетах чиновников, а также в служебном транспорте;
- 3. опираясь на индикаторы коррупционной деятельности, позволяющих оценить коррупционную наклонность какой-либо чиновничьей должности, осуществлять выявление правонарушений коррупционного характера;
- 4. обеспечить неотвратимость и адекватность наказания за экономические преступления в зависимости от порога должности;
- 5. ужесточить наказания в степени тяжести выявленного преступления, а именно внести поправки в уголовное законодательство РФ.

Органам, занимающимся выявлением и предупреждением преступлений и правонарушений в сфере экономики, для повышения эффективности деятельности по профилактике преступлений, по нашему мнению, необходимо предпринять следующие специальные меры:

- 1. на плановых совещаниях, состоящих из руководителей правоохранительных органов, рассматривать и одновременно решать вопросы о принятии необходимых дополнительных мер, способных повысить уровень профилактики преступлений;
- 2. скоординировать усилия всех субъектов, принимающих участие в профилактике преступлений экономической, налоговой, а также коррупционной направленности, с целью повышения уровня экономической безопасности;
- 3. практиковать поощрение сотрудников всех подразделений экономической безопасности, показывающих лучшие результаты при проведении профилактических мероприятий.

Предложенные нами меры значительно повысят качество деятельности как органов внутренних дел, так и сопутствующих правоохранительных и контрольно-надзорных органов экономической безопасности и противодействию коррупции.

Из всего вышеописанного, мы сделали следующие выводы. С нашей точки зрения, если все, из предложенных путей решения реализовать на практике, то в ближайшем будущем, уровень экономической преступности сократится в разы, а уровень обеспечения экономической безопасности и эффективность мер по борьбе с экономической преступностью — повысится. Для эффективного противодействия преступлениям нужно создать такую систему методов, с помощью которых можно было бы своевременно пресекать противоправные деяния как на стадии их совершения, так и на стадии подготовки.

## Список литературы:

- 1. Преступления в сфере экономики: учебник для академического бакалавриата / И.А. Подройкина [и др.]; под редакцией И.А. Подройкиной, С.И. Улезько. Москва: Издательство Юрайт, 2017. 230 с.
- 2. Информация о состоянии правопорядка и основных результатах служебной деятельности ГУ МВД России по Новосибирской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://54.xn--b1aew.xn--p1ai/Dejatelnost/otchety/1-1 (Дата обращения: 23.03.2020).

## ФАКТОР ВРЕМЕНИ КАК КЛЮЧЕВОЙ ЭЛЕМЕНТ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ

## Данилова Анастасия Дмитриевна

магистрант, кафедра учета, анализа и аудита, Волгоградский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, РФ, г. Волгоград E-mail: danilenokn @vandex.ru

### TIME FACTOR AS A KEY ELEMENT OF TAX CONTROL

#### Anastasia Danilova

master student, Department of Accounting, Analysis and Audit, Volgograd Institute of Management – branch of RANEPA, Russia, Volgograd

### **АННОТАЦИЯ**

Целью данной статьи является доказать существенное влияние фактора времени на эффективность налогового контроля. Для этого были использованы теоретические и графические методы. Результаты анализа представлены в виде графиков, на которых иллюстрируется зависимость рисков от времени проведения контрольно—надзорных мероприятий как для налоговых служб, так и для налогоплательщиков. Итогом работы является вывод по необходимости поиска равновесного соотношения данных показателей и перехода на дистанционный контроль в режиме реального времени.

#### **ABSTRACT**

The background of this article is to demonstrate the significant impact of time factor on the effectiveness of tax control. For this objective of the work were used theoretical and graphic methods. The results of the analysis are presented in the form of graphs showing the exposure of both tax authorities and taxpayers to the risks associated with the timing of the control activities. The outcome of the work is a conclusion on the need to find the equilibrium ratio of these indicators and to move to remote control in real time.

**Ключевые слова:** налоговый контроль; фактор времени; контрольно— надзорные мероприятия.

**Keywords:** tax control; time factor; control and supervision activities.

Налоговые доходы являются основным источником пополнения федерального бюджета. Согласно отчету о финансовых результатах деятельности (по федеральному бюджету) налоговые доходы составили 61% от всех поступлений в федеральный бюджет на 1 января 2019 года [1]. Соотношение между всеми видами доходов федерального бюджета наглядно представлено на рисунке 1.





Рисунок 1. Структура Федерального бюджета Р $\Phi$  на 1 янв. 2019 г.

Важность налоговых доходов для бесперебойного и устойчивого функционирования государства неоспорима. И для того, чтобы налоговые платежи от налогоплательщиков поступали своевременно и в полном объеме необходим контроль за данными перечислениями.

Основным элементом в налоговом контроле является фактор времени. Данный фактор может влиять не только на результат работы налоговых служб, но и на деятельность организации во время проведения данного контроля.

Соотношение фактора времени и рисков при проведении налогового контроля для налоговых служб представлено на рисунке 2.

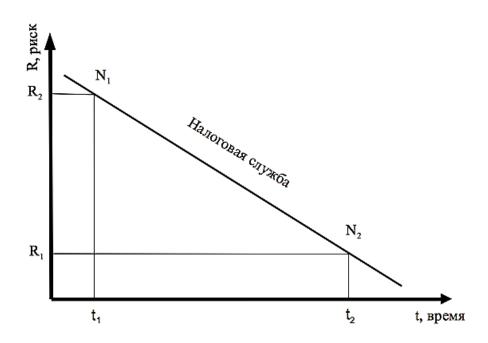


Рисунок 2. Соотношение фактора времени и рисков при налоговом контроле для налоговых служб

Согласно графику (рис. 2) можно наблюдать, что в точке  $N_1$  риски при проведении налогового контроля возрастают, т. к. времени для проверки выделено мало. В данной ситуации есть вероятность не заметить все нарушения, проверить меньше документации и т. д. Обратная же ситуации наблюдается в точке  $N_2$ . В данной точке время на контрольно-надзорные действия увеличивается, и, как следствие, снижается риск налогового контроля.

Соотношение фактора времени (в течение которого проводят контрольные мероприятия) и угроз для деятельности организаций представлено на рисунке 3.

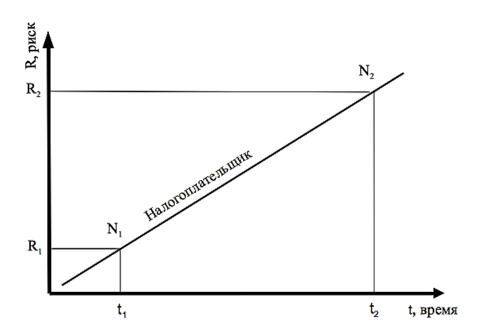


Рисунок 2. Соотношение фактора времени и рисков при налоговом контроле для налогоплательщика.

Согласно графику (рис. 3) можно наблюдать, что чем меньше времени выделяется для налогового контроля, тем меньше риски для налогоплательщиков (точка  $N_1$ ). И наоборот, чем больше времени для контроля, тем выше риски. Этот факт может быть связан как с аргументами, представленными выше, так и с тем, что во время контрольно—надзорных действий налоговые службы могут изымать документацию, оборудование и т. д., что может тормозить/останавливать деятельность организаций.

Для определения максимально эффективного соотношения времени проведения налогового контроля как для налоговых служб, так и для налогоплательщиков необходим поиск равновесной точки пересечения прямой с графика 2 и графика 3. В данной равновесной точке показатель для проведения контрольно—надзорных мероприятий будет максимально эффективным, но при этом будет оказываться минимальная нагрузка на предприятия (в ходе данных мероприятий).

Хотелось бы отметить, что повысить эффективность налогового контроля и снизить нагрузку на бизнес (при проведении данного контроля) можно при помощи полного перехода на дистанционный налоговый контроль в режиме реального времени.

## Список литературы:

1. Федеральное казначейство: Исполнение бюджетов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.roskazna.ru/ispolnenie-byudzhetov/federalnyj-byudzhet/ (дата обращения: 13.03.20).

#### ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ

#### Дулаев Валерий Аланович

студент, экономический факультет, Санкт-Петербургский государственный университет, РФ, г. Санкт-Петербург E-mail: vadulaev@yandex.ru

#### Михеева Дария Георгиевна

научный руководитель, канд. экон. наук, доц. кафедры управления и планирования социально-экономических процессов, Санкт-Петербургский государственный университет, РФ, г. Санкт-Петербург

В статье рассмотрены теоретические основы бюджетирования, которое проводится в организации. Целью написания данной статьи является обобщение и систематизация существующей информации о бюджетировании.

В настоящее время во всех сферах жизни происходят стремительные изменения. Большинству хозяйствующих субъектов приходится создавать гибкие механизмы производства продукции и оказания услуг, максимально эффективные инструменты управления из-за быстро меняющихся технологий и высокой конкуренции как на внутреннем, так и на международном рынке. В условиях ограниченных ресурсов и динамично развивающейся внешней среды необходим инструментарий для координации всех подразделений и бизнес-процессов предприятия, принятия эффективных управленческих решений и достижения стратегических целей. Я считаю, что таким инструментом является бюджетирование.

В научной литературе существуют такие термины как «бюджет», «бюджетирование», «система бюджетирования». В отношении определения термина «бюджет» многие авторы более-менее сходятся во мнении, в основном определяя бюджет как количественный план в денежном выражении [4, с. 21]. Но с термином «бюджетирование» всё не так просто. Разные авторы дают разные определения данного термина. Некоторые определяют его совсем просто, как технологию составления бюджетов [2, с. 164]. Другие дают более

сложные и комплексные определения. Проанализировав множество определений, я пришёл к выводу, что наиболее релевантным является определение, которое даёт Горохов П.А. Он считает, что бюджетирование представляет собой процесс составления определённой модели бюджетов, на основе которой принимаются управленческие решения по распределению денежных средств [3, с. 7].

Таким образом, бюджетирование В организации ЭТО процесс. Но основывается он на системе бюджетирования, которая существует в организации. У термина «система бюджетирования» также существует много разных определений. Щегловская Ю.А. даёт следующее определение системе бюджетирования: «совокупность таких элементов, как структура бюджетов, процедура формирования, согласования и утверждения бюджетов, контроль их фактического исполнения, нормативная база (нормы, нормативы, лимиты), типовые процедуры и механизмы принятия управленческих решений» [5, с. 2]. Я считаю данное определение релевантным, так как в нём система бюджетирования рассматривается как совокупность различных элементов, взаимодействующих друг с другом и с окружающей средой, что является главным признаком системы. В качестве элементов системы бюджетирования можно выделить следующие: технология бюджетирования (метод «снизувверх», «сверху-вниз», комбинированный); структура и набор бюджетов; формируется финансовая финансовой структура, которая ИЗ центров ответственности; входные данные в виде информации из различных источников; выходные данные в виде запланированных показателей; система контроля; механизм принятия управленческих решений; положение о бюджетировании.

Также стоит сказать о принципах, которые присущи бюджетированию и которые, к тому же, в полноценной системе бюджетирования должны быть прописаны в положении о бюджетировании в компании. К принципам бюджетирования относятся следующие: периодичность составления бюджетов; прогнозный характер бюджетов; многовариантность бюджетов; значимость информации, отражаемой в бюджетах; учёт различных факторов внутренней

и внешней среды; пригодность информации из бюджетов для принятия управленческих решений [1, с. 111].

Роль бюджетирования в организации можно проследить через функции, которые оно выполняет. Функциями бюджетирования являются: планирование, координация, мотивация, контроль, оценка результатов.

Таким образом, в данной статье рассмотрены теоретические основы бюджетирования, даны определения терминам «бюджет», «бюджетирование», «система бюджетирования». Рассмотрены элементы системы бюджетирования, а также принципы и функции бюджетирования в организации.

# Список литературы:

- 1. Агеева О.А. Требования к системе бюджетирования и выполняемые ею функции // Вестник университета. 2016. № 6. С. 110-115.
- 2. Габдуллина Г.К. Понятие и сущность бюджетирования на предприятии, виды и содержание бюджетов // Электронный журнал «Современное общество и власть». 2017. № 2. С. 163–168.
- 3. Горохов П.А. Одинцов А.А. Абрамов А.Д. Сущность бюджетирования как эффективной технологии планирования на предприятии. Ekonomia. 2015. № 2. С. 5-11.
- 4. Кожин В.А. Жесткова И.С. Диалектический подход к пониманию сущности бюджетирования в России // Наука, образование, общество. 2015. № 1. С. 18–30.
- 5. Щегловская Ю.А. Бюджетирование как инструмент эффективного финансового планирования // Аудит и финансовый анализ. 2010. № 1. С. 1-6.

# СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА ПОКАЗАТЕЛЕЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

#### Ещенко Виолетта Евгеньевна

студент,

кафедра налогообложения, учёта и экономической безопасности, Сибирский институт управления- филиал

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

РФ, г. Новосибирск

E-mail: eshenko\_violetta@mail.ru

#### Ладченко Галина Михайловна

доц. кафедры налогообложения, учёта и экономической безопасности, Сибирский институт управления- филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации,

РФ, г. Новосибирск

E-mail: kaf-nalog@siu.ranepa.ru

# IMPROVEMENT OF THE INTERNAL AUDIT METHODS OF THE COMPETITIVENESS OF THE ORGANIZATION

#### Violetta E. Eshchenko

student,

Department of Taxation, Accounting and Economic Security, Siberian Institute of Management - branch of RANEPA, Russia, Novosibirsk

#### Galina M. Ladchenko

associate professor, Department of Taxation, Accounting and Economic Security, Siberian Institute of Management - branch of RANEPA, Russia, Novosibirsk

#### **АННОТАЦИЯ**

В статье раскрыта роль внутреннего аудита и совершенствование его методики.

#### **ABSTRACT**

The article reveals the role of internal audit and improving its methodology.

**Ключевые слова:** методика, внутренний аудит, конкурентоспособность, аудиторские процедуры.

**Keywords**: methodology, internal audit, competitiveness, audit procedures.

Конкурентоспособность является одновременно целью и показателем степени развития организации.

Большинство показателей, характеризующих конкурентоспособность одновременно характеризуют и экономическую безопасность.

Сложнее дело обстоит с оценкой конкурентоспособности организаций.

Потребность в оценке конкурентоспособности хозяйствующего субъекта существует, но универсальной и общепризнанной методики экономистами в настоящее время не выработано.

В содержании статьи автор изложил свое определение конкурентоспособности организации, раскрыла значение использования достоверной финансовой информации в оценке конкурентоспособности организации; определила главенствующую роль внутреннего аудита в получении достоверной информации; предложила включить новые аудиторские процедуры в методику аудита финансовых показателей конкурентоспособности организации.

В экономической литературе, наряду с теоретическими исследованиями сущности конкуренции, активно обсуждается проблема оценки конкуренто-способности, разработаны различные методики.

Остановимся на понятии «Конкурентоспособность». Эта экономическая категория может быть рассмотрена с нескольких сторон, между которыми существует тесная взаимосвязь - конкурентоспособность страны, конкурентоспособность организации - товаропроизводителя и конкурентоспособность товара.

В экономической теории понятию конкурентоспособности предприятия дано множество определений, каждое из которых охватывает ту или иную его сторону.

На мой взгляд, в условиях отечественной экономики, этот термин точнее отражает следующее: конкурентоспособность организации —это комплексная сравнительная характеристика, отражающая степень преимуществ совокупности оценочных показателей хозяйственной деятельности, которое определяют его успех на рынке за определенный промежуток времени.

Для того, чтобы организация была конкурентоспособной необходимо иметь: конкурентоспособный товар, конкурентный потенциал, уровень интеллектуального потенциала. Важно изучать конкурентные позиции как важный элемент деятельности организации.

Потребность в оценке конкурентоспособности хозяйствующего субъекта существует, но универсальной и общепризнанной методики в настоящее время экономистами не выработано.

Оценка конкурентоспособности необходима для стабильного существования организации. Для её оценки хозяйствующие субъекты используют различные параметры:

- 1. условия предпринимательской деятельности;
- 2. эффективность использования основного и оборотного капитала;
- 3. финансовые показатели деятельности.

По нашему мнению, существует проблематика в использовании финансовых показателей. Она состоит в степени их достоверности.

Финансовые показатели организации - это отчетные и расчетные данные, характеризующие применение денежных фондов и накоплений.

К наиболее важным финансовым показателям относятся:

- балансовая прибыль;
- валовый доход;
- величина источников формирования и использования оборотных средств;
- соотношение между необходимостью в собственных денежных средствах и их фактическим наличием:
  - уровень рентабельности и др.

Основной информационной базой финансовых показателей являются данные бухгалтерского (финансового) учета.

От степени достоверности данных бухгалтерского (финансового) учета зависит надежность оценки конкурентоспособности.

Для формирования достоверной и объективной финансовой отчётности, необходимо вести учет в соответствии с стандартами бухгалтерского учета.

Бухгалтерская отчетность считается достоверной, если:

- проводится аудиторская проверка отчётности;
- обеспечивается нейтральность отчетности.

Установление определенных границ достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности непосредственно самой организацией невозможно, то есть под сомнение ставится нейтральность отчетности. Следовательно, объективное подтверждение достоверности отчетности возможно только путем проведения независимого финансового контроля аудиторами.

Аудит является инструментом предоставления разумных гарантий достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности всем заинтересованным пользователям.

Аудит разграничивают в зависимости от характера проверки: внешний и внутренний.

По федеральному закону «Об аудиторской деятельности» внешние аудиторские проверки являются обязательным для определенного (ограниченного) круга организаций.

Результаты проверок доступны для всех заинтересованных пользователей. Аудиторское заключение оказывает влияние на деловую репутацию, взаимоотношения с контрагентами, повышает статус организации по сравнению с её конкурентами.

Значительное количество экономических субъектов не подлежат обязательному аудиту. Именно этот факт ставит под сомнение достоверность их финансовой отчетности.

Исправил эту ситуацию федеральный закон «О бухгалтерском учете». В нем указано, что все экономические субъекты обязаны организовывать и ежегодно проводить внутренний контроль (внутренний аудит) финансовохозяйственной деятельности.

Выделим основные задачи внутреннего контроля:

- обеспечение эффективности и результативности деятельности организации, а также сохранности активов организации;
- соблюдение требований законодательства и локальных нормативных актов, в том числе при совершении фактов хозяйственной деятельности и ведении бухгалтерского учета;
- обеспечение достоверности и своевременности бухгалтерской (финансовой) и иной отчетности.

Систематичность и результативность — это, безусловно, положительные черты внутреннего контроля. Отчетная информация по результату проверки предназначена для внутренних пользователей, способствует принятию управленческих решений.

Одновременно внутренний контроль имеет существенный недостаток - сомнение со стороны пользователей в объективности профессионального суждения внутренних аудиторов и нейтральности финансовой отчетности.

Для повышения надежности результатов внутреннего контроля я рекомендуем проводить постоянный мониторинг, который позволяет сравнивать отчётную информацию с предыдущими периодами.

Автор статьи предлагает усовершенствовать методику аудита внутренних показателей конкурентоспособности организации в следующие аудиторские процедуры:

- анализ структуры активов и пассивов баланса,
- постатейный анализ доходов и расходов;
- анализ динамики основных финансовых показателей;
- анализ изменений в учетной политике организации;

• анализ факторов, значительно влияющих на движение финансовых средств.

Подводя итог вышесказанному, я могу сделать вывод, что повышение достоверности финансовой информации, как основного источника информации для оценки финансовых показателей конкурентоспособности организации, может быть достигнуто только путем проведения финансового контроля - внешнего и внутреннего аудита.

# Список литературы:

- 1. Федеральный закон "Об аудиторской деятельности" от 30.12.2008 N 307-Ф3 [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/
- 2. Федеральный закон "О бухгалтерском учете" от 06.12.2011 N 402-Ф3 [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/

# РОЛЬ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

# Караханян Ашот Рудикович

студент, кафедра финансов, Сибирский федеральный университет, РФ, г. Красноярск E-mail: henzor@mail.ru

# Медведев Александр Борисович

студент, кафедра финансов, Сибирский федеральный университет, РФ, г. Красноярск E-mail: medvedevkr@yandex.ru

# Ферова Ирина Сергеевна

научный руководитель, д-р экон. наук, проф., кафедра финансов, Сибирский федеральный университет, РФ, г. Красноярск

# THE ROLE OF THE CENTRAL BANK IN THE SYSTEM OF ECONOMIC SECURITY

## Ashot Karakhanyan

student, Department of Finance, Siberian State University, Russia, Krasnoyarsk

#### Alexander Medvedev

student, Department of Finance, Siberian State University, Russia, Krasnoyarsk

#### Ferova Irina

scientific director, Doctor of Economic Sciences, Professor, Department of Finance, Siberian State University, Russia, Krasnoyarsk

# **АННОТАЦИЯ**

Центральный банк является одним из ключевых институтов по противодействию внутренним и внешним экономическим угрозам в системе экономической безопасности. Методология исследования состоит в анализе

эмпирических данных и научной литературы. Центральный банк обеспечивает защиту российских национальных интересов в контексте экономической безопасности. В статье установлены инструменты, посредством которых обеспечивается бесперебойное функционирование экономической системы, стабилизация курса рубля, контроль участников финансового рынка.

#### **ABSTRACT**

The Central Bank is the key institution dealing with internal and external economic threats in the system of economic security. The research methodology is the analysis of empirical data and scientific literature. The Central Bank provides the protection of Russian national interests in the context of economic security. The article defines the instruments, relating to the uninterrupted functioning of economic system, the stabilization of ruble and the control of financial market players.

**Ключевые слова:** Центральный банк; экономическая безопасность; экономическая устойчивость.

Keywords: Central Bank; economic security; economic sustainability.

Для современного государства одним из важнейших измерений безопасности является экономическая безопасность. При этом особая роль в обеспечении экономической безопасности отводится Центральному банку РФ как верховному регулятору российской финансово-экономической системы, наделенному широкими полномочиями. Конституция РФ наделяет ЦБ РФ исключительным правом денежной эмиссии и устанавливает его основную функцию — защиту и обеспечение устойчивости рубля. ФЗ №86 «О Центральном банке Российской Федерации» от 10.07.2002 также возлагает на ЦБ РФ такие обязанности как развитие и укрепление банковской системы РФ, обеспечение стабильности и развитие национальной платежной системы, а также финансового рынка РФ. Таким образом, выполняя данные функции, ЦБ РФ становится одним из ключевых элементов в системе экономической безопасности РФ.

ЦБ РФ обеспечивает противодействие внешним и внутренним угрозам экономической безопасности. К внешним угрозам относятся действия зарубежных субъектов, а также внешние события, нарушающие функционирование национальной платежной системы, снижающие устойчивость российской экономики и национальной валюты. К числу основных внутренних угроза, с которыми борется ЦБ РФ, относится нарушение российского законодательства в сфере деятельности на внутреннем финансовом рынке. Далее рассмотрим более подробно меры ЦБ РФ, предпринимаемые для противодействия данным угрозам и обеспечения экономической безопасности.

ЦБ РФ обеспечивает стабильное эффективное функционирование, развитие и совершенствование национальной платежной системы. В приоритете ЦБ построение собственной российской платежной системы для контроля за движением денежной массы, бесперебойного и безопасного проведения внутрироссийских банковских операций, снижения зависимости от международных платежных систем. После того как из-за присоединения Крыма к России было остановлено обслуживание карт некоторых российских банков, было создано АО «Национальная система платежных карт», ставшее оператором всех внутрироссийских транзакций по платежным картам и оператором национальной платежной системы «Мир». В 2018 г. карты «Мир» обеспечили 2,7 трлн безналичных операций (12,64% объема безналичных платежей) и удвоили долю активных карт до 24,5%, [2]. Законодательные инициативы будут только стимулировать дальнейший рост операций в национальной платежной системе, ее развитие позволит гарантировать независимость банковских операций от внешних политических и экономических факторов и тем самым укрепить финансовую безопасность РФ.

Следующим важным направлением деятельности ЦБ РФ является управление активами в иностранной валюте и золоте, обеспечение их ликвидности, сохранности и доходности. Резервы гарантируют устойчивость российской экономики и стабильность рубля.

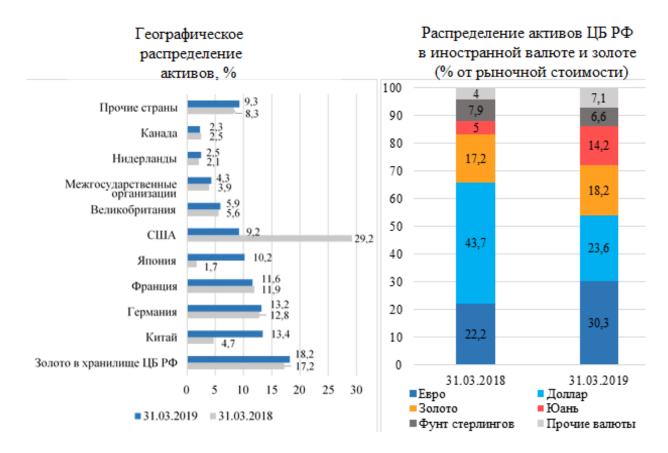


Рисунок 1. Изменение структуры распределения активов ЦБ РФ в марте 2018 – марте 2019 гг. [3]

За счет резервов происходит покрытие дефицита платежного баланса, осуществляются валютные интервенции для поддержки курса рубля. На данный момент ведутся споры о целесообразности дальнейшего накопления международных резервов, необходимости их инвестирования в российскую экономику, в особенности в науку и технику, для совершения прорывного толчка.

Согласно докладу ЦБ РФ, в марте 2019 г. банк выстроил сбалансированную структуру активов, снизив долю долларов с 43,7 до 23,6%, повысив долю евро – до 30,3%, долю юаней – до 14,2%, золота и прочих валют, и, таким образом, географически перераспределил активы из США в направлении Китая и Японии. Структура активов была выстроена, прежде всего, с точки зрения оптимизации рисков, связанных с неустойчивостью доллара, при этом пришлось пожертвовать доходностью. М.А. Шох отмечает, что для снижения угроз экономической безопасности структура резервов должна быть перестроена: необходимо выводить активы из иностранных ценных бумаг и наращивать объем запасов

монетарного золота [4, с. 68]. По последнему показателю Россия отстает от развитых стран, имея на 1 июля 2019 г. всего 2 207 тонн золота (19% золотовалютных резервов) в отличие от лидеров – США, которые обладают 8133,5 тонн золота (74,5% золотовалютных резервов), Германии – 3 367,9 тонн (70%), Италии – 2 451,8 тонн (65,4%), Франции – 2 436 тонн (59,9%) [1]. В условиях нестабильности на финансовых рынках, высокой волатильности курсов валют, раздувании мировой денежной массы и угрозы глобальной рецессии золото будучи реальным активом выступает стабилизатором мировой экономики, средством сохранения капитала, инструментом защиты от высокой инфляции.

Отметив важную роль ЦБРФ в защите российской экономики от нестабильности на внешних рынках, а также от геополитических рисков, перейдем к деятельности ЦБ РФ по обеспечению экономической безопасности на внутреннем рынке, где он является ведущим регулятором. ЦБ РФ выступает финансовым мегарегулятором, так как в сферу его ведения в дополнение к централизованному надзору за банковским сектором также переданы разработка политики и обеспечение стабильности финансовых рынков, контроль и надзор за деятельностью некредитных организаций, эмитентов ценных бумаг. В целях защиты интересов кредиторов и вкладчиков, обеспечения стабильности банковской системы ЦБ РФ проводит инспекционные проверки и контрольные закупки для выявления экономических правонарушений, а также регулярные проверки достаточности капитала банков, в ходе которых корректируются системы управления рисками, развивает направление превентивного банковского надзора и анализа, который позволяет выявить угрожающие тенденции на ранних стадиях, осуществляет консолидированный надзор для выявления схемных операций внутри холдингов и финансовых групп, а также выявления операций по выводу активов.

В 2018 г. ЦБ РФ выпустил «Концепцию противодействия недобросовестным действиям на финансовом рынке», в которой обозначил направления и методы борьбы с недобросовестными схемами некредитных финансовых организаций. Наряду с деятельностью без лицензии, фальсификацией отчетности и отражением

фиктивных активов, в документе отмечается рост кибермошенничества. Сегодня, когда все сферы общественной жизни подвергаются цифровой трансформации, стремительно развиваются новые технологии удаленной идентификации, системы быстрых платежей, маркетплейсы, появляются новые платежные инструменты и финансовые продукты и др. — все это создает не только новые возможности для развития экономики, но и порождает новые незащищенные сферы, угрозы и риски, пробелы в законодательстве, необходимость формулирования новых подходов к информационной безопасности и киберустойчивости. В связи с этим ЦБ РФ уделяет повышенное внимание обеспечению информационной безопасности кредитно-финансовой сферы.

В заключение отметим, что в системе экономической безопасности ЦБ РФ играет ведущую роль и его значение постоянно растет: усложняются внешние и внутренние экономические процессы, появляются новые угрозы, а значит требуется разработка новых подходов к регулированию финансово-экономических отношений, действенных механизмов защиты интересов как российских экономических субъектов, так и национальных интересов РФ.

# Список литературы:

- 1. Вот 10 стран с самыми большими запасами золота. С адресами золотохранилищ // Информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг». URL: https://quote.rbc.ru/news/article/5ae098a62ae5961b67a1c4ba (дата обращения 15.03.20).
- 2. «Мир» подвинул мировые платежные системы // Информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг». URL: https://www.rbc.ru/newspaper/2019/03/05/5c7821f29a7947d04a91b5cf (дата обращения 15.03.20).
- 3. Обзор деятельности Банка России по управлению активами в иностранных валютах и золоте // Центральный банк РФ. URL: https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/23724/2019-04\_res.pdf (дата обращения 15.03.20).
- 4. Шох М.А. Международные резервы и экономическая безопасность России// На страже экономики. -2017. -№ 1(1). -146 с.

# ВЛИЯНИЕ МЕТОДОВ ОБОСНОВАНИЯ НАЧАЛЬНОЙ (МАКСИМАЛЬНОЙ) ЦЕНЫ КОНТРАКТА НА СТОИМОСТЬ ЗАКЛЮЧАЕМЫХ КОНТРАКТОВ

# Михайлова Екатерина Сергеевна

студент,

кафедры налогообложения, учета и экономической безопасности, Сибирский институт управления, ФГБОУ ВПО Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, РФ, г. Новосибирск

E-mail: mikhaylova.e.s@mail.ru

## Черепкова Татьяна Николаевна

канд. экон. наук, доц. кафедры налогообложения, учета и экономической безопасности, Сибирский институт управления, ФГБОУ ВПО Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, РФ, г. Новосибирск

#### **АННОТАЦИЯ**

Данная статья раскрывает методы расчета начальной (максимальной) цены контракта, как они применяются и какой чаще используется. Рассмотрен пример расчета самым частым методом расчета начальной (максимальной) цены контракта. Также проведен анализ между количеством размещенных закупок и общей стоимости проведенных закупок.

**Ключевые слова**: начальная (максимальная) цена контракта, государственные закупки, методы определения, контракт, экономия, 44-Ф3, заказ, госзакупки.

Экономия - это деньги, сэкономленные во время проведения тендера заказчиком. Экономия может возникнуть, если контракт был исполнен не полностью, но был расторгнут. После внесения контракта в реестр контрактов, экономия становится видна, а известной она становится, как только определится победитель тендера. В плане-графике позиция по тендеру отображается как Начальная (максимальная) цена контракта (далее НМЦК).

В соответствии со статьей 22 Федеральный закон от 5 апреля 2013 г. N 44-ФЗ "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд" (далее- 44-ФЗ) существует 5 методов расчета НМЦК рисунок 1.

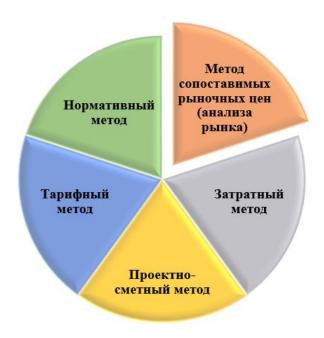


Рисунок 1. Виды методов определения НМЦК

Рассмотрим подробнее методы обоснования НМЦК в таблице 1.

 Таблица 1.

 Методы обоснования НМЦК

Название	Характеристика	Пример
Нормативный	Когда анализ рынка нельзя	Ориентируясь на общие правила об
метод	произвести, и используют его на	определении требований к товарам и к
	основе требований к закупаемым	их предельной цене, принятые
	товарам, работам, услугам.	постановлением правительства № 927
		от 02.09.2015, бюджетная организация
		внутренним приказом устанавливает
		собственные требования к товарам,
		нормативным затратам и к предельной
		цене закупаемых товаров.
Тарифный	Применяется, если в соответствии с	Чаще всего такой метод применяют
метод	законодательством Российской	при расчете НМЦК коммунальных
	1 -	услуг или услуг связи, например на
	работ, услуг для обеспечения	услуги Почты России или на услуги
	государственных и муниципальных	телефонной связи распространяются
	нужд подлежат государственному	тарифы, и заказчик доложен применить
	регулированию или установлены	их
	муниципальными правовыми актами.	

#### Окончание таблицы 1.

Название	Характеристика	Пример
Проектно-	Применяется при закупках	Минстрой выпустил письмо, в котором
сметный	строительства, капитального ремонта,	разъяснил, как применять индексы
метод	реконструкции, реставрации, сноса	изменения сметной стоимости
	зданий, а также при проведении работ	строительства. Читайте, и цену
	на объектах культурного наследия.	контракта с учетом всех индексов и
		нормативов.
Затратный	Используется при расчете НМЦК,	такой метод можно применить если
метод	когда нет возможности применить ни	заказчику нужно изготовить что-то по
	один из вышеуказанных методов,	индивидуальному заказу и на рынке
	нужно проанализировать контракты,	такого еще нет.
	которые размещены в ЕИС или в	
	других источниках информации. При	
	этом учитываются обычные в	
	подобных случаях прямые и	
	косвенные затраты на производство	
	или приобретение и (или) реализацию	
	товаров, работ, услуг, затраты на	
	транспортировку, хранение,	
	страхование и иные затраты.	
Метод	Самый распространенный так как	
сопоставимых	заказчик анализирует рынок	
рыночных	однородных товаров, работ, услуг.	
цен (анализ	Поставщик в коммерческом	
рынка)	предложении расписывает следующие	
	данные: цену, марку при ее наличии,	
	наименование, чтобы заказчик мог	
	определить, являются ли товары,	
	работы и услуги однородными.	

По приказу Минэкономразвития России от 02.10.2013 года №567 заказчик должен произвести анализ рынка, в том числе заказчик должен запросить пять запросов ценовой информации у потенциальных поставщиков, подрядчиков или исполнителей. Получив которые, заказчик должен выбрать три самых наименьших по цене и однородности и рассчитать НМЦК. В данном приказе имеется формула расчета НМЦК.

Отметим также, что расчет НМЦК можно производить как самостоятельно с помощью формул из приказа № 567, так и с помощью специальных онлайнсервисов или программ. Результат такого расчета заказчик должен оформить в виде отчета и должен включить в состав документации о закупке. При этом информация о поставщиках, предоставивших предложения, не подлежит публикации в единой информационной системе (далее- ЕИС).

Так как данный тип расчета НМЦК применяется чаще, рассмотрим пример расчета этим методом.

Организация «Х» разместила заказ на стиральный порошок используя для определения НМЦК метод сопоставимых рыночных цен (анализ рынка) с использованием 3-х полученных коммерческих предложений.

Количество (объем) закупаемого товара составил 336кг.

Поступили предложения от поставщиков:

- 1. Исполнитель №1 118.22 руб. за кг. (коммерческое предложение № 1 от 00.00.0000 г.)
- 2. Исполнитель №2 116 руб. за кг. (коммерческое предложение № 2 от 00.00.0000 г.)
- 3. Исполнитель №3 112.89 руб. за кг. (коммерческое предложение № 3 от 00.00.0000 г.)

Далее был произведен расчет НМЦК, он представлен на рисунке 2.

Расчет НМЦК В целях определения однородности совокупности значений выявленных цен, используемых в расчете НМЦК, определяем коэффициент вариации: где: V - коэффициент вариации среднее квадратичное отклонение. - цена единицы товара, работы, услуги, указанная в источнике с номером і; <ц> - средняя арифметическая величина цены единицы товара, работы, услуги; n - количество значений, используемых в расчете.  $\sigma = \sqrt{\sum (118,22-115,70)^2 + (116-115,70)^2 + (112,89-115,70)^2}/3-1=2,68$ V=2,68/115,70\*100=2,32 Рассчитанный коэффициент вариации - 2,32%, считаем однородным, так как он не превышает 33% Рассчитываем начальную (максимальную) цену стирального порошка:  $HMUK^{phiH} = \frac{v}{n} * \sum_{i=1}^{n} U_{i}$  ${
m HMUK}^{
m pыh}_{}$  -  ${
m HMUK},$  определяемая методом сопоставимых рыночных цен (анализа рынка); v - количество (объем) закупаемого товара (работы, услуги); п - количество значений, используемых в расчете; і - номер источника ценовой информации;  $\mathbf{u}_i$  - цена единицы товара, работы, услуги, представленная в источнике с номером і. НМЦК <sup>рын</sup> =336/3\* $\Sigma$ (118,22+116+112,89)= 38 875,2 руб.

Рисунок 2. Пример расчета НМЦК

Порядок отражения экономии в позиции закупки предусмотрен в 44-Ф3. В частности, в п. 5 ч. 6 ст. 17 44-Ф3 указано, что планы государственных закупок необходимо корректировать в случае использования сэкономленных средств, полученных при осуществлении госзакупки. Ч. 13 ст. 21 44-Ф3 фиксирует, что план-график необходимо изменять в случае внесения исправлений в план закупок и в ряде иных случаев, предусмотренных в Законе о контрактной системе, а именно, в соответствии с порядком формирования, утверждения и ведения документов планирования для обеспечения федеральных нужд и для обеспечения нужд субъектов РФ или муниципальных нужд.

Используя данные рисунка 3, можно сделать вывод о том, что общая сумма размещенных закупок выше, чем суммы в итоге заключенных контрактов. Это будет являться экономией. Экономия достигалась за счет определения оптимального метода определения НМЦК.

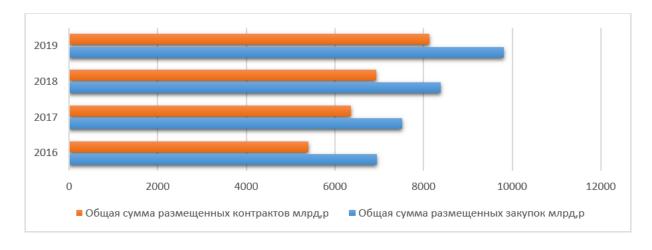


Рисунок 3. Суммы закупок и контрактов размещенных по 44-Ф3.

По данным таблицы 2 мы можем заметить, что общее количество заключенных контрактов превышает объем размещенных закупок, за счет заключения контрактов по закупкам у единственного поставщика. Что свидетельствует о сохранении и даже наращивании объема неконкурентных закупок.

Таблица 2. Количество размещенных закупок и контрактов за 2016-2019 гг.

Год	Общее количество размещенных закупок	Общее количество размещенных контрактов
2016	3 085 448	3 455 368
2017	3 160 721	3 609 514
2018	3 237 125	3 609 514
2019	2 960 348	3 637 701

Согласно рисунку 4, мы можем заметить, что за последнее время, суммы экономии стали уменьшаться к 2018 году. Это связанно с тем, что были введены санкции против России, перевыборы власти, курс \$ был на уровне 70 руб., примерно у 30 регионов наблюдался дефицит бюджетов. «Ситуация с госдолгом регионов такая: тем, кому было хорошо, стало лучше, а тем, кому плохо — стало еще хуже», — отмечает Антон Табах управляющий директор по макроэкономическому анализу и прогнозированию «Эксперт РА»



Рисунок 4. Годовые суммы экономии при заключении контрактов по 44-ФЗ

# Список литературы:

1. Федеральный закон "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд" от 05.04.2013 N 44-ФЗ (ред. от 27.02.2020).

- 2. Контрактная система. Практическое руководство для участников закупок. учеб. пособие / Т.Г. Дорошенко, О.П. Дюнина, М.Э. Кузнецова, А.И. Ксендзюк, 1-е изд. Иркутск: Изд-во БГУ, 2016. 429 с.
- 3. Нормативные правовые акты по вопросам формирования контрактной системы в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд [Текст]: учеб. материалы для слушателей Межрегион. центра повышения квалификации программ доп. проф. образования (повышения квалификации) / сост. Т.Н. Черепкова [и др.]. Новосибирск: Изд-во СибАГС, 2014. 159 с. ISBN 978-5-8036-0583-6
- 4. Черепкова Т.Н., Плотников А.Г. Управление государственными и Настоящее издание дает базовые знания в сфере управления государственными и муниципальными закупками, раскрывает муниципальными закупками: курс лекций. Новосибирск: СибАГС, 2016. 149 с.
- 5. Еремин С.Г. Управление государственными и муниципальными закупками: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / С.Г. Еремин, А.И. Галкин; под редакцией С.Е. Прокофьева. Москва: Издательство Юрайт, 2019. 405 с. (Бакалавр и магистр. Академический курс). ISBN 978-5-534- 10226-0.
- 6. Электронный ресурс: Интернет-газета «Реальное время» URL: https://realnoevremya.ru (дата обращения: 19.03.2020).
- 7. Электронный ресурс: Госконтракт информационный портал для тех, кто занимается госзакупками. URL: https://goskontract.ru (дата обращения: 19.03.2020).
- 8. Электронный ресурс: Журнал «Госзакупки.ру» основной журнал для специалистов в сфере госзаказа URL: https://www.pro-goszakaz.ru/. (дата обращения: 19.03.2020).
- 9. Электронный ресурс: Официальный сайт единой информационной системы в сфере закупок в информационно-телекоммуникационной сети Интернет (далее Официальный сайт ЕИС) предназначен для обеспечения свободного и безвозмездного доступа к полной и достоверной информации о контрактной системе в сфере закупок и закупках товаров, работ, услуг, отдельными видами юридических лиц, а также для формирования, обработки и хранения такой информации. URL: https://zakupki.gov.ru (дата обращения: 19.03.2020).

# ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

# Прокопченко Иван Леонидович

студент магистратуры, кафедра «Финансы и кредит», Северо-Кавказский федеральный университет, РФ, г. Ставрополь E-mail: vanek220volt@gmail.com

#### Золотова Елена Алексеевна

научный руководитель, канд. экон. наук, доц. кафедры «Финансы и кредит», Северо-Кавказский федеральный университет, РФ, г. Ставрополь

# **АННОТАЦИЯ**

В статье рассматриваются принципы управления финансовыми ресурсами предприятия.

**Ключевые слова:** финансы, финансовые ресурсы, финансовые ресурсы предприятия, принципы управления финансовыми ресурсами предприятия.

В условиях развития рыночных отношений в России наблюдается нехватка финансовых ресурсов у многих субъектов хозяйствования. Это обусловлено рядом обстоятельств. Во-первых, высокой стоимостью привлечения заемных средств. Во-вторых, несовершенством системы налогообложения предприятий, сопровождается иммобилизацией их финансовых ресурсов. В-третьих, потерей предприятиями собственных финансовых ресурсов вследствие убыточной их работы и инфляции. Недостаток финансовых ресурсов отрицательно влияет на производственно-хозяйственную деятельность предприятий, влечет возникновение и рост задолженностей перед субъектами хозяйствования по оплате труда и уплате налогов. При этом уменьшаются возможности финансирования дальнейшего развития предприятий, сокращаются поступления в бюджет. В этих обстоятельствах важное значение для осуществления финансово-хозяйственной

деятельности приобретает формирование в достаточном объеме финансовых ресурсов предприятий.

Финансовые ресурсы - это сумма средств, направленных в оборотные и внеоборотные активы предприятия [2].

Слово «ресурсы» происходит от французского «ressourse», что означает - вспомогательное средство, то есть нечто такое, что может быть использовано с определенного источника на определенные цели. В экономической теории ресурсы делятся на четыре группы: природные; материальные; трудовые; финансовые.

Однозначно, что финансовые ресурсы является денежным выражением стоимости предприятия. То есть источником их формирования является валовой внутренний продукт.

Так, сначала из денежных поступлений возмещают авансированные в процессе изготовления продукции оборотные средства и погашают задолженность по краткосрочным кредитам, взятым на приобретение материальных ценностей, энергоносителей и тому подобное.

Заканчивается процесс возмещения затрат, связанных с основной деятельностью, формированием амортизационных отчислений, направлением соответствующей части средств в государственные целевые фонды и других расходов, необходимых для функционирования производства и продажи продукции.

Учитывая специфичность категории финансы предприятий, для определения понятия финансовых ресурсов предприятий необходимо учитывать их классификацию Артюхова А.В. по отдельным признакам (рисунок 1) [1].

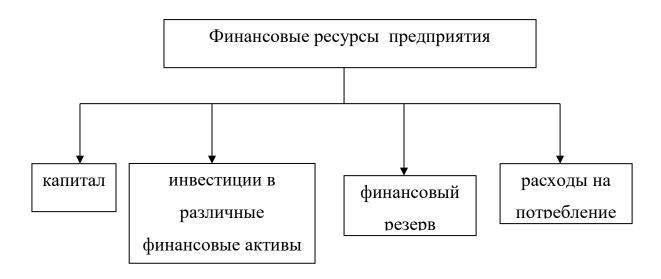


Рисунок 1. Финансовые ресурсы предприятия

По способу формирования финансовые ресурсы предприятия делятся на: те, что создавались при создании предприятия, то есть за счет взносов учредителей в уставный фонд; те, которые созданы за счет собственных и приравненных к ним средств, то есть за счет поступлений, доходов и прибыли; те, что мобилизовались на финансовом рынке (акции, облигации, ценные бумаги, кредиты, средства инвесторов) те, что поступили в порядке распределения денежных поступлений (дивиденды, проценты, доходы на паевые взносы, страховые возмещения, бюджетные субсидии, дотации).

Основными признаками денежных средств, характеризующих финансовые ресурсы, материальной основы функционирования финансов предприятий есть источники их происхождения и право субъекта хозяйствования распоряжаться ими без каких-либо ограничений.

С позиции Гиниятуллиной Р.Р. финансовые ресурсы разделяются на внутренние и внешние [3]. Внутренние финансовые ресурсы в рамках финансовой отчетности отражаются, как чистая прибыль и амортизация, а в превращённой форме – в виде обязательств перед сотрудниками предприятия.

Внешние либо привлечённые финансовые ресурсы в соответствии с данной классификацией стоит разделить на самостоятельные категории, среди которых выделить собственные и заёмные. Характерной чертой подобного рода деления представляется вид вложения капитала (ссудный, предпринимательский капитал)

в развитие компании. Формирование привлечённых собственных финансов является результатом генерации предпринимательского капитала посредством вложения его в основной капитал.

Использование финансовых ресурсов производится организациями по многим назначениям, основные из которых нацелены на платежи в банковские организации; долгосрочные и краткосрочные ценные бумаги других компаний; безвозмездные взносы и платежи благотворительного характера.

Согласно Кашириной Е.А. финансовые ресурсы - это часть денежных доходов и поступлений субъектов хозяйствования, которые используются для формирования фондов финансовых ресурсов или в не фондовой форме для обеспечения процессов воспроизводства [4]. Можно сказать, что определение термина «финансовые ресурсы» этих авторов очень похожи, потому что они считают, что финансовые ресурсы - это денежные средства, которые и формируют денежный фонд и которые находится в распоряжении предприятия. Но финансовые ресурсы более вместительное чем денежные средства.

В большинстве случаев, когда речь заходит о сущность финансовых ресурсов, исследователи ограничиваются трактовкой их как денежных (фондов) средств, имеющихся в распоряжении предприятий, или как денежных средств, аккумулируемые в фондах целевого назначения для выполнения определенных затрат. И в первом, и во втором определении речь идет практически обо всех денежные средства, которыми на определенный момент распоряжается предприятие. То есть смешиваются понятия финансовых ресурсов и финансового капитала.

Построение системы управления финансовыми ресурсами предусматривает:

- формирование принципов управления финансами, политики инвестирования и финансирования бизнеса, степени централизации и децентрализации финансовых решений;
- разработку модели финансового управления и формирования финансовой структуры предприятия;

- построение бизнес-процессов управления финансами, определения зон ответственности и полномочий работников финансового департамента;
- формирование формата результатов, которых должны достичь специалисты финансового отдела, определение механизма и индикаторов их достижения;
- разработку стандартов, регламентов, форматов первичных документов, аналитической отчетности и нормативно-справочной информации для управления финансами,
- внедрение системы управленческого учета (положение и механизм внедрения учетной политики, системы управления затратами)
- внедрение системы планирования и бюджетирования, которая направлена на достижение стратегических и оперативных целей компании,
  - консолидацию разнородной финансовой и нефинансовой информации,
- разработку методологии и технологии проведения финансового анализа предприятия, а также обоснование и экспертизы управленческих решений;
  - внедрение системы управления активами;
- разработку инвестиционной политики, выбора направлений инвестирования, оценки инвестиционных проектов,
- формирование политики финансирования деятельности предприятия, оптимизации денежных потоков, направленных на повышение стоимости предприятия.

Рассмотренные проблемы и тенденции управления финансовыми ресурсами доказали необходимость продолжения исследований по формированию механизма управления финансами предприятий. Особенностью этого механизма должна стать его целеустремленность на оптимальное и эффективное использование структуры собственного капитала и повышение оборачиваемости совокупных активов. В соответствии с этим предлагаем модель механизма финансового управления с использованием оптимизации собственного капитала и оборачиваемости совокупных активов.

Итак, представленный обзор характеристик финансовых ресурсов современных организаций показывает их многогранность и роль в экономике любой компании. При этом все представленные характеристики отражают специфику функционирования финансово предприятия с разных позиций, однако тесно взаимосвязаны друг с другом. Финансовые ресурсы - это денежные средства, которые есть в распоряжении предприятия, а именно денежные фонды, а также часть денежных средств в не самом фондовой форме.

## Список литературы:

- 1. Артюхова А.В. Анализ финансового состояния предприятия: сущность и необходимость проведения // Молодой ученый. 2016. № 11. С. 744-747.
- 2. Ахметгалиев Р.И., Винс А.И. Оценка эффективности управления финансовыми ресурсами // Молодой ученый. 2018. № 49. С. 332-335.
- 3. Гиниятуллина Р.Р. Управление финансовыми ресурсами организации // Экономические науки. 2016.  $N_2$  55. С. 67.
- 4. Каширина Е.А. Анализ финансового состояния и результатов деятельности предприятия: теоретические аспекты // Системное управление 2017. № 1. С. 35-42.

# ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В СТРОИТЕЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ

#### Станина Юлия Павловна

студент магистратуры, Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет,  $P\Phi$ , г. Санкт-Петербург E-mail: Staninaup@gmail.com

#### INNOVATIVE PROCESSES IN THE CONSTRUCTION INDUSTRY

Julia P. Stanina

master student, St. Petersburg University of Architecture and Civil Engineering, Russia, St. Petersburg

#### **АННОТАЦИЯ**

Цель статьи заключается в исследовании актуальных инновационных процессов в строительной сфере. В работе использованы методы аналитического и сравнительного исследования. Автором обозначены экономическая, социальная и экологическая целесообразность использования инновационных технологий и инновационных строительных материалов в жилищном секторе. Рассмотрены наиболее перспективные направления инновационного развития строительства в России.

#### **ABSTRACT**

The purpose of the article is to study relevant innovative processes in the construction industry. The paper used methods of analytical and comparative research. The author outlines the economic, social and environmental feasibility of using innovative technologies and innovative building materials in the housing sector. The most promising areas of innovative development of construction in Russia are considered.

**Ключевые слова:** инновации, инновационные материалы, инновационные технологии, строительство.

**Keywords:** innovation, innovative materials, innovative technologies, construction.

Интенсификация цифровых трансформаций, вступление развитых стран в шестой технологический уклад, научно-технический прогресс существенно обострили конкурентную борьбу на мировом и национальном рынках. В условиях ограниченности капитальных и природных ресурсов основополагающим фактором повышения конкурентоспособности и финансовой устойчивости предприятий становится инновационно-инвестиционная деятельность. Если ранее ключевыми детерминантами экономического роста в долгосрочной перспективе служили инвестиционные вложения, то сегодня лидерство на рынке достигается за счет использования инноваций [3, с. 40].

Как отмечает отечественный ученый Виннер О.Е., [1, с. 48] с одной стороны, строительный сектор в России крайне консервативен по отношению к внедрению и тиражированию инновационных технологий. С другой стороны, игнорирование современных тенденций в области строительства отечественными застройщиками чревато дальнейшим снижением экономических показателей и конкурентных преимуществ строительного бизнеса в России. Использование инновационных технологий и инновационных строительных материалов в жилищном секторе оказывает прямое влияние на эффективное развитие других отраслей социальной инфраструктуры и региональной экономики в несколько аспектах одновременно:

- экономический за счет применения ресурсосберегающих технологий, оптимизирующих использование экономических ресурсов, многократно повышается результативность производства;
- социальный достижение высокого качества благ и их соответствие требованиям потребителя;
- экологический качественная трансформация социальной инфраструктуры.

Для российской экономики, функционирующей преимущественно в рамках четвертого индустриального технологического уклада с элементами пятого, проблемы освоения инноваций являются на сегодняшний день приоритетными. Интеграция России в мировую экономику может быть достигнута исключительно при условии активизации инновационной деятельности, в частности,

в строительной индустрии, служащей основой материально-технической базы жизнедеятельности общества. Особое внимание при этом необходимо акцентировать на апробации современных строительных новаций в регионах, характеризующихся низкой инновационной восприимчивостью. Здесь необходимо осознавать, что для региональных застройщиков внедрение инноваций в строительный процесс выгодно исключительно при условии экономической целесообразности и перспективности данных новаций [2, с. 12].

В России в настоящий период наиболее востребованными в срезе инноваций направлениями являются:

- производство строительных материалов, изделий и конструкций;
- методы соединения конструкций;
- технологии строительства (способы возведения строительных объектов).

В зачаточном состоянии находится модернизация методов проектирования, находящаяся в прямой зависимости от внедрения нового программного обеспечения. К примеру, программы 3Б-проектирования, такие как Allplan, Revit и т. д., позволяют разработать качественные цифровые модели сооружения / здания от архитектурных проработок до проекта производства работ.

В мировой практике особую популярность сегодня в области инновационных технологий строительного производства имеют технологии сухого строительства и несъемные опалубки, используемые в процессе возведения строительных объектов. Спецификой технологии сухого строительства является высокая степень «чистоты» выполнения процесса возведения зданий, а эксплуатация несъемных опалубок призвана значительно финансовые издержки при возведении малоэтажных зданий. Помимо того, изготовленная из торкретбетона опалубка будет не только служить несущим элементом для перекрытий зданий, но и обеспечит эффективную защиту внутреннему слою конструкции от экзогенных факторов, максимизируя его энергетическую эффективность. Экономическая целесообразность использования данных материалов обусловлена их низкой стоимостью и экономичностью расходования.

Высокая концентрация инноваций в строительной сфере локализована в направлении производства строительных материалов и изделий. Например, систематическая модернизация традиционных строительных материалов, базирующаяся на нивелировании их негативных технических свойств, позволила из керамического кирпича разработать прогрессивный строительный материал кирпич керамический с глазурованным покрытием лицевых поверхностей. При этом, были законсервированы его теплотехнические качества, что придало ему красивый внешний вид и долговечное покрытие лицевых поверхностей.

Особый интерес представляют наноинновации - нанокраски, наноштукатурки, наноламинаты, нанокомпозиты для полимеров, нанокомпозитные (безгалогеновые) антипирены и многое другое. К примеру, краски, изготовленные с использованием нанотехнологий, обладают рядом важнейших преимуществ – антисептическими свойствами, бактерицидным, ярко-выраженными фунгицидным и спороцидным эффектом при использовании. Применяя их для внутренней отделки помещений, можно не только остановить распространение заболеваний, вызванных бактериями и вирусами, но и создать долговечное обладающее декоративное покрытие, отличными эксплуатационными характеристиками (укрывистость, белизна, стойкость к мытью и т. д.) [4, с. 25].

Таким образом, инновационный процесс в строительной сфере протекает в разных направлениях, однако, в некоторых он носит фрагментарный характер. Популяризации инноваций в строительстве препятствуют, главным образом, высокие риски, связанные с их использованием. Речь идет о невозможности прогнозировать эффективность и надежность инновационных материалов / технологий в долгосрочной перспективе. Помимо того, новый материал, изделие, конструкция или технология изначально не имеют нормативнотехнической документации на уровне государственных стандартов, что также усложняет внедрение в строительство инноваций и надлежащий контроль за их осуществлением.

## Список литературы:

- 1. Винер О.Е. Инновационные технологии в современном строительстве / О.Е. Винер, Л.И. Наумова // Экономика и менеджмент инновационных технологий, 2014. № 9 (36). С. 48-49.
- 2. Волкова А.В. Инновации в сфере строительства: проблемы апробации в регионах // Среднерусский вестник общественных наук, 2015. № 5. С. 12-16.
- 3. Костецкий Д.А. Проблемы инновационного развития строительства // Приволжский научный вестник, 2015. N = 4. C. 40-45.
- 4. Романенко Е.Ю. Инновационные процессы в строительстве // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика, 2018. № 3. С. 23-27.

# УПРАВЛЕНИЕ РИСКОМ В ЛИЗИНГОВОЙ КОМПАНИИ

# Хайрутдинова Виктория Анатольевна

студент,

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, РФ. г. Москва

 $P\Psi$ , г. Москв

E-mail: vickywikkiflen@gmail.com

# Корнилова Елена Валерьевна

научный руководитель, канд. экон. наук, ст. преподаватель ДКФиКУ, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, РФ, г. Москва

E-mail: goldfi@bk.ru

#### RISK MANAGEMENT IN A LEASING COMPANY

# Victoria Khayrutdinova

Student, Financial University under the Government of the Russian Federation, Russia, Moscow

#### Elena Kornilova

scientific advisor, PhD in Economics, Senior Lecturer, Financial University under the Government of the Russian Federation, Russia, Moscow

#### **АННОТАЦИЯ**

В условиях острой конкуренции лизинг стал дополнительным и достаточно эффективным каналом сбыта произведенной продукции, позволил расширить круг потребителей и открыть новые рынки сбыта. В статье приводится подробное исследование механизма отслеживания и управления лизинговыми рисками в реальном времени в организации МПК «ТРАСТОРА», специализирующейся на передаче в лизинг основных средств.

#### **ABSTRACT**

In the conditions of intense competition, leasing has become an additional and quite effective sales channel for manufactured products, has allowed expanding the circle of consumers and opening new markets. The article provides a detailed study of the mechanism for tracking and managing leasing risks in real time in the organization MPK TRASTOR, specializing in the transfer of fixed assets to leasing.

Ключевые слова: лизинг; лизинговые риски; минимизация рисков.

**Keywords:** leasing; leasing risks; risk minimization.

Лизинг является особой формой аренды, но для него свойственны еще и торговые отношения. При заключении лизинговой сделки организациилизингодателю крайне важно осуществлять идентификацию потенциальных рисков по контракту, а также проводить количественную оценку выявленных рисков и стремиться их минимизировать во времени [3, с. 98]. На примере МПК «ТРАСТОРА» [6] рассмотрим, как современные лизинговые компании управляют рисками лизинговых операций. Работа организации по контролю лизинговых рисков сводится к идентификации, анализу рисков и принятию решений, которые включают максимизацию положительных и минимизацию отрицательных последствий наступления рисковых событий. Рабочая схема управления рисками включает: Постановка цели (целей) управления риском; Анализ и оценка риска; Мониторинг и контроль; Регулирование уровня риска [4, с. 87].

На основании многолетних исследований за рисками в лизинговом бизнесе экспертами была предложена эмпирическая форма количественной оценки лизингового риска:

$$R$$
клиентский= $0,6233*R$ дз+ $0,3767*R$ б (1)

где:  $R_{\text{д3}}$  – риск возникновения дебиторской задолженности, %,

 $R_{\text{Б}}$  – риск банкротства лизингополучателя, %.

Регулирование уровня риска лизинговой сделки осуществляется на основании определения прогнозной эффективности договора лизинга для лизинговой компании путем расчета прогнозных величин ущерба и прибыли по договору лизинга. Методика формирования резерва, который покрывает возможный ущерб от клиентского риска приведен в таблице 1.

 Таблица 1.

 Сущность и метод формирования резерва в лизинговом бизнесе [1]

Цель формирования резерва	Обеспечение выполнения лизинговой компанией своих обязательств по возврату заемных средств, взятых под конкретный договор лизинга.
Предел ответственности лизинговой компании	Размер кредита под лизинговый договор.
Источник формирования резерва	Премия за риск, включаемая в лизинговый платеж, оплачивается лизингополучателем «в рассрочку» по мере оплаты сумм лизинговых платежей.
Информационная база для расчета	Величина нанесенного ущерба по договорам лизинга с различным уровнем клиентского риска (высоким, средним и низким).
Возможный ущерб, который должен покрыть резерв	Сумма пеней, штрафов по заемным; оплата процентов за использование этого вида ресурсов в связи с досрочным расторжением договора; сумма недополученных лизинговых; расходы лизинговой компании, связанные с изъятием лизингового имущества.
Периодичность расчета резерва	Ежеквартально/ Ежемесячно

Применим описанную методику управления лизинговым риском для лизингового договора МПК «ТРАСТОРА».

Риск возникновения дебиторской задолженности определим по формуле 2 [5]:

$$R_{JJ3} = -0.076179 + 0.003291 * A\Pi + 0.000001 * 3O - 0.002934 * \Pi \Pi_{JJ}$$
$$+ 0.000191 * K_{TJJ} + 0.000058 * K_{O3} - 0.054999 * K_3 + 0.01994, \tag{2}$$

где: АП – размер авансового платежа, %;

3О – размер залогового обеспечения, руб.;

 $\Pi \Pi_{\text{д}}$  – стоимость дня просрочки по оплате лизинговых платежей, руб.;

 $K_{TЛ}$  – коэффициент текущей ликвидности;

Коз – коэффициент оборачиваемости запасов;

 $K_3$  – коэффициент залога.

$$R_{JJ3} = -0.076179 + 0.003291 * 0 + 0.000001 * 2160000 - 0.002934 * 514,48 + 0.000191 * 1.142 + 0.000058 * 1.306 - 0.054999 * 1.453 + 0.01994 = 0.515;$$

Риск банкротства лизингополучателя рассчитаем, как (3):

$$R_{\rm B} = (8.38 * d + R_{\rm CK} + 0.054 * K_{\rm OA} + 0.063 * H\Pi) * 100\%,$$
 (3)

где: d – доля чистого оборотного капитала в активах;

R<sub>CK</sub> – рентабельность собственного капитала;

Кол – коэффициент оборачиваемости активов; НП – норма прибыли;

$$R_{B} = (8.38 * 0.068 + 0.091 + 0.054 * 0.616 + 0.063 * 0.086) * 100\% = 70\%$$

d = (оборотные активы – краткосрочные пассивы) / активы = <math>(3234 - 2832) / 5886 = 0,068;  $R_{CK} =$  чистая прибыль / собственный капитал = 257 / 2821 = 0,09;  $K_{OA} =$  выручка от продаж / средняя стоимость активов = 3265 / (4719+5886)\*0,5 = 0,616;  $H\Pi =$  чистая прибыль / интегральные затраты = 257 / (2693+295) = 0,086;

Подставив в формулу (1) рассчитанные значения, получим уровень риска лизинговой сделки:

$$R_K = 0.6233 * 0.515 + 0.3767 * 70.0 = 26.67.$$
 (4)

Сравним полученный результат с экспертной шкалой количественной оценки риска (рисунок 1).



Рисунок 1. Шкала оценки риска лизинговой сделки

На основании сравнения сделаем вывод, что сделка носит низко выраженный риск для лизингодателя [2, с. 29]. Регулирование уровня риска проведем при помощи расчета потенциальной прибыли и убытка от сделки.

Расчет прогнозной величины ущерба по договору лизинга (5):

$$\mathbf{Y}^{\mathrm{np}} = \mathbf{R}_{\mathrm{K}} * \mathbf{C} \mathbf{H} * \mathbf{K}_{\mathrm{d}}, \tag{5}$$

где: СИ — стоимость инвестиций в договор лизинга, руб.;  $K_d$  — коэффициент дисконтирования.

$$K_d = 1 / (1 + i)^n$$
, (6)

где: i – процентная ставка; n – номер периода.

При подстановке рассчитанных значений получим:

$$Y^{\text{TIP}} = 26,67 * 3 268 800 * 0,797 = 69 503 119 \text{ pyb.}$$

CU = покупная стоимость оборудования + дополнительные услуги = 2548800 + 720000 = 3268800 руб.

$$K_d = 1 / (1 + 0.12)^2 = 0.797$$

Расчет прогнозной величины прибыли по договору лизинга (7):

$$\Pi^{np} = (M_R + M) * (C_{\pi M} - A) * K_d - PB K_d,$$
 (7)

где:  $M_R$  — премия за риск (на уровне клиентского риска), доля; M — маржа лизинговой компании, доля;  $C_{\pi M}$  — стоимость лизингового имущества, руб.;

А – аванс, оплаченный лизингополучателем, тыс. руб.; РВД – расходы лизинговой компании на ведение дел, связанные с заключением договора, тыс. руб.

Данные по рассматриваемой сделке примут вид:

$$\Pi^{\text{пр}} = (26,67+0,147)*(2\ 548\ 800-0)*0,797-0*0,797=54\ 492\ 750$$
 руб.; 
$$M_{\text{R}} = 26,67;\ M=0,147;\ C_{\text{ЛИ}} = 2\ 548\ 800$$
 руб.;  $A=0$  руб.;  $PB \slashed{\mathbb{H}} = 0$  руб.

Чтобы сказать, желателен или нет подобный лизинговый договор на текущих условиях, сравним полученные расчетные значения потенциальной прибыли и убытка и сравним результат с классификацией, представленной ниже:

 $\Pi^{np} < Y^{np}$  договор лизинга не желателен;  $\Pi np = Y np$  договор лизинга возможен;  $\Pi np > Y np$  договор лизинга желателен.

Для нашего варианта получили первое соотношение, которое свидетельствует о нежелательности для лизингодателя такого договора лизинга.

А приняв во внимание значение рассчитанного риска лизинговой сделки (RK низкий и Ппр < Упр) можно сказать, что компании надежнее отказаться от заключения договора или провести его корректировку с изменение условий лизинга (повышение маржи лизинговой компании).

Подытожив все проведенные расчеты приходим к выводу, что от заключения договора лизинга на таких условиях нужно отказаться, либо провести корректировку условий договора в пользу лизинговой компании. При фактических же условиях данный договор слишком рисковый для лизингодателя и от него лучше отказаться.

**Выводы.** Исходя из условий каждой конкретной лизинговой операции, компания-лизингодатель может заранее рассчитать степень ее риска, определить прогнозную эффективности договора лизинга для своей компании и принять управленческое решение об отказе от заключения договора, либо о заключении договора (без формирования резерва или при условии формирования резерва).

В случае, когда принимается решение о заключении договора при формировании резерва компанией производится дополнительный расчет величины резерва, необходимый для сокращения рисков по данной лизинговой операции.

#### Список литературы:

- 1. ГОСТ Р ИСО 31000–2010 «Менеджмент риска. Принципы и руководство» (Утв. Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 21 декабря 2010 г. N 883-ст).
- 2. Бабур В.Л. Оценка финансово-экономической эффективности лизинговых операций / В.Л. Бабур // Материалы VII Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум» 2018. 29 с.
- 3. Горемыкин В.А. Лизинг. [Текст]: / В.А. Горемыкин. М: ИТК «Дашков и К», 2016. 941 с.
- 4. Дьяконова В.А., Ершова Н.Б. Роль лизинговых компаний в экономике Российской Федерации // Вестник университета, 2019. № 2. С. 87
- 5. Ивасенко Д.Д., Джумаева З.О. Оценка эффективности лизинговых операций [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.scienceforum.ru
- 6. Официальный сайт МПК «TPACTOPA» URL http://trustora.tilda.ws/

#### МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ПЕРЕВОЗКИ: СРАВНЕНИЕ АЛЬТЕРНАТИВ

#### Шишкин Роман Александрович

студент, кафедра логистика и коммерческая работа, Петербургский государственный университет путей сообщения им. Александра I, РФ, г. Санкт-Петербург E-mail: romarioshishkin@gmail.com

# INTERNATIONAL LOGISTICS TRANSPORTATION: COMPARISON OF ALTERNATIVES

Roman Shishkin

student, department of logistics and commercial work, Emperor alexander i st. Petersburg state transport university, Russia, St. Petersburg

#### **АННОТАЦИЯ**

Статья посвящена сравнению альтернатив видов транспорта и их роль в международной логистике. В статье разбираются логистические аспекты различных видов транспорта и степень их участия процессе товародвижения. Приводится анализ выводов по использованию данных альтернатив.

#### **ABSTRACT**

The article is devoted to the comparison of alternative modes of transport and their role in international logistics. The article deals with the logistics aspects of various types of transport and the degree of their participation in the process of commodity movement. The analysis of conclusions on the use of these alternatives is given.

**Ключевые слова**: международная логистика, грузоперевозки, виды транспорта

**Keywords:** international logistics, cargo transportation, types of transport

Международные грузоперевозки

Транспортная сфера - одна из важнейших инфраструктурно значимых сфер в экономике любой страны любых масштабов. Правильно выстроенная транспортная система образует сеть логистических объектов, обеспечивающих различные производственные процессы во внешней и внутренней экономической политике страны, в том числе торговле (импорт, экспорт). Адаптируясь к вечно изменяющимся коньюнктурным условиям в мировой экономике, грузооператоры прибегают к более вариативным и комплексным логистическим проектам, подстраиваясь под нужды и потребности (в том числе нестандартные и форсмажорные) клиентов.

Рынок услуг международных грузоперевозок

В своем классическом виде логистика в сфере международных перевозок обычно представлена следующими видами транспорта:

- транспорт наземного характера (железнодорожный и автомобильный);
- транспорт водного характера (внутренний водный и морской);
- воздушный.

Структура соотношений различных видов международных перевозок в различных странах и регионах также дифференцирована. В странах с более развитой экономикой (от индустриальной и выше) транспортная система присутствуем часто в полном объеме (при условии соответствующих факторов, например, географических возможностей и ландшафта). Традиционно выделяются США, Япония и страны ЕС. На долю этих регионов и стран приходится более 85% от всего грузооборота во всем мире. В странах Западной Европы по грузоперевозкам доминирует автомобильный транспорт (примерно 40%) и железнодорожный (25%). Остальной объем поделен между внутренним водным и морскими видами транспорта. В регионе Северной Америки автомобильные и железнодорожные грузоперевозки коррелируют между собой и имеют практически паритет по объему. В странах СНГ и регионе Восточной Европы с их развитой железнодорожной инфраструктурой в основном преобладают железнодорожные перевозки, тенденция к увеличению объема автоперевозок

вскоре составит им серьезную конкуренцию. Международные морские перевозки широко представлены в основном в странах с развитой системой данного вида перевозок и традиционно считаются "морскими" (главным образом из-за географических особенностей). Такими примерами можно считать: Норвегию, Грецию, Японию, Великобританию, Финляндию. Для авиагрузовых перевозок (представительства и интенсивности) и преобладания данного вида транспорта над остальными альтернативами выделяются три основных региона - Западная Европа, Дальний Восток и США. На эти регионы приходится более 2/3 мирового воздушного грузооборота. Нельзя не выделить отдельно Азиатский регион. В его состав входят КНР, Таиланд, Япония и Сингапур. Данный регион по экспертным оценкам занимает не менее пятой части от объема всего воздушного мирового грузооборота. Специфической особенностью является составляющая грузового авиасообщения транзитная через территорию Российской Федерации [2].

Международный логистический рынок

В условиях нестабильной кризисной обстановки, которую переживает глобальная экономика, часть стран (в том числе и развитых) затронула стагнация и накопившаяся неопределенность. В противовес этому, другие страны начали наращивать мощь в логистической сфере, выводя внутренний экономический потенциал на новый уровень. Ярким примером служит ниша трансатлантических перевозок и ее активная экспансия азиатскими компаниями. Особо агрессивная кампания в этом плане наблюдается у КНР, чьей мощи и ресурсов хватает для преодоления неблагоприятных внешнеэкономических факторов мировой экономики и дальнейшего развития новых перспективных логистических направлений. Так или иначе, изменения касаются абсолютно всех аспектов логистической и внешнеэкономической деятельности. Логистическая сфера, как инфраструктурно значимая, должна реагировать и адаптироваться к изменениям в первую очередь. Каждый тип перевозок, в соответствии со своим специфическим многообразием сервисных факторов, должен отвечать на поставленные из "вне" вопросы по-разному.

#### 1. Международные железнодорожные перевозки

Обосновать популярность железнодорожных перевозок в мире может тот факт, что тарифная сетка выстроена так, чтобы наблюдался баланс между прибылью ж./д. компании и финансами клиента. Тем самым достигается оптимальная стоимость перевозки из расчета 1 тонна на 1 км и вариативностью внедрения мультимодальных опций (например, кооперирование с морским видом транспорта). По оценке экспертов, суммарная протяженность железнодорожных путей во всем мире равна приблизительно 1,1 млн. км. Из них 240 тыс. км. (примерно 20% от общего объема) располагается на территории США, 90 тыс. км. (7,5%) пролегают через территорию Канады. В Российской Федерации данная цифра значительно меньше, чем у общемировых лидеров и составляет 86 тыс. км. (примерно 7,16%). Показателен тот факт, что густота сети железных дорог в РФ имеет очаговый характер сосредоточения, и располагается преимущественно в Европейской части страны, что свидетельствует о неравномерном железнодорожной объектов характере расположения инфраструктуры. В Сибирской части страны главным инфраструктурным объектом является Транссибирская магистраль. Характер перевозимых грузов исторически не меняется и включает в себя энергоносители, в том числе уголь, а также строительные материалы. Оптимальным решение железнодорожные перевозки станут для транспортировки крупных оптовых партий. Для владельцев небольших партий перевозки не оптимальны с низким характером сервисной вариативности, удельных издержек и прочих операционных факторов.

#### 2. Международные морские грузоперевозки

По оценкам экспертов, международные морские перевозки оцениваются как самый дешевый вид грузотранспортировки из всех. По статистике, данный вид транспорта занимает в среднем 75% от общего количества мировых грузоперевозок. Наибольшее количество единиц грузового флота насчитывается у США, Китая, Кипра, Греции и Японии. Активно эксплуатируются грузовые суда Либерии, Панамы, Сингапура, так как себестоимость перевозок в таких странах значительно ниже, чем на судах под флагом государств ЕС (в большей

степени из-за сниженной налоговой нагрузки и таможенных выплат). Основным продуктом, перевозимым морскими путями, является нефть (и нефтепродукты). Крупным кластером грузопотоков традиционно является Персидский залив, а также США и Япония. Объемы транспортировки угля и железной руды также значительны, но уступают зерновым культурам [4].

#### 3. Международные авиаперевозки

Международные авиаперевозки популярней всего там, где исторически развивалась И постепенно появилась насыщенная сеть авиалиний. Для авиагрузовых перевозок статистически выделяют три основные региона: Западная Европа, Дальний Восток и США. На эти регионы относится около 2/3 мирового грузооборота. Нельзя не выделить отдельно Азиатский регион. В его состав входят КНР, Таиланд, Япония и Сингапур. Данный регион, по экспертной оценке, занимает не менее пятой части всего мирового грузооборота. Специфической особенностью для данного региона транспорта является транзитная составляющая грузового сообщения через территорию Российской Федерации.

#### 4. Международные автомобильные перевозки

По подсчетам экспертов, суммарная протяженность сети дорог в мире составляет более 23 млн. км. При неравномерном сосредоточении дорожной инфраструктуры, более трети дорог мира располагаются в Северной Америке, более четверти - в регионе Западной Европы. Главным аспектом с ключевой функциональной направленностью является фактор использования трансконтинентальных магистралей. Ярким примером служит пересекающая пустыню Сахара в Африке, магистраль, тянущаяся от Атлантического до Тихого океана через всю территорию Соединенных Штатов, Панамериканского шоссе, являющегося "мостом" между Северной и Южной Америкой и ряд других более мелких по своему масштабу и значимости территорий.

Использование международных автоперевозок в логистических проектах наиболее вариативно в плане построения маршрута. Логистический проект такого плана, своей гибкостью позволяет осуществить доставку грузов в любой

точку, располагающей для этого соответствующей дорожной инфраструктурой. Эксплуатация автодорожной сети и автоперевозок хорошо сочетаются с гибридными мильтимодальными перевозками грузов.

Выводы: из рассмотренных выше видов перевозок, наиболее дорогими, несомненно, являются авиагрузовые перевозки, наиболее бюджетнымиморские. Первостепенное значение имеет типаж судна, суммарное расстояние между пунктами и временной лаг между доставкой [5].

В процессе перевозки учитывается и количество задействованных стран, через которые транзитом следует груз, ценовые условия и другие подобные аспекты.

Выделяются основные параметры грузов:

- на этапе организации грузоперевозки: механические свойства, дальность доставки, страховые опции;
- на этапе подготовки документов: общее количество таможенных кодов, сертификаты подлинности и т. д.;
- на этапе ответственного хранения: общий объем груза, условия хранения, внешние сроки и т. д.

Стремясь персонифицировать сервис под каждого отдельно взятого клиента, большинство компаний логистических операторов пытаются предоставить своим пользователям максимально опциональный и рациональный сервис. С учетом всех особенностей, адаптируя каждый логистический проект под индивидуальные условия, каждый клиент получает на выходе сбалансированную сумму заказа, при наличие тех возможностей, которые подходят именно ему.

Выбор вида транспорта обычно зависит от совокупности сразу нескольких факторов. Для внутриконтинентальных перевозок на незначительные расстояния рационально подойдут автогрузоперевозки. Суммарная стоимость перевозок обычно превышает свою ближайшую альтернативу в лице железнодорожного транспорта, но скорость доставки в данном случае будет играть решающую роль. Кроме того, автомобильный транспорт практически не подвержен влиянию метеоклиматических условий, хорошо сочетается с

мультимодальными контейнерными перевозками и возможностью перевозок специфических химических и опасных грузов.

Железнодорожные перевозки в целом дешевле автомобильных, но востребованы и обоснованы больше тогда, когда речь идет о значительных расстояниях.

Морской транспорт обычно выбирают те, кто располагает довольно большим запасом времени. Временные рамки в среднем могут варьироваться от 35 до 45 дней. В процесс доставки часто "вмешиваются" факторы погодных условий (штормы, ураганы, сильный ветер и волны)

Авиагрузовые перевозки самые дорогие из вышерассмотренных. Включают в себя много ограничительных факторов (в том числе факторов неопределенности и риска), например, фактор метеоусловий, фактор ограниченной вместимости. Но неоспоримым преимуществом, перекрывающим все недостатки, является скорость. Любая точка планеты может быть достигнута в течении 3-5 дней.

Сам процесс международных перевозок является комплексным и включает в себя: страховку, маркировку, таможенное урегулирование и упаковку грузов.

Небольшим фирмам нецелесообразно содержать собственное внутреннее подразделение, отвечающее за международную транспортную логистику.

### Список литературы:

- 1. Борисов К.Ю. Математические модели макроэкономики. СПб.: Европейский Дом, 1997.
- 2. Мардас А.Н. Методы стратегического анализа в железнодорожном комплексе: монография / А.Н. Мардас, О.А. Гуляева, Н.К. Румянцев, В.П. Третьяк. СПб.: Петербургский государственный университет путей сообщения, 2013. -137.
- 3. Мардас А.Н., Гуляева О.А. Курс лекций по стратегическому менеджменту. СПб: Изд-во ПГУПС, 2007
- 4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: https://www.gks.ru.
- 5. Официальный сайт Информационно-аналитического агентства "Sea News". URL: seanews.ru.
- 6. Официальный сайт "Транспорт Российской Федерации" URL: rostransport.com.
- 7. Аналитическое бюро "Евростатика" URL: eurostatica.com.

## ДЛЯ ЗАМЕТОК

## НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Электронный сборник статей по материалам LXXXVIII студенческой международной научно-практической конференции

№ 4 (88) Апрель 2020 г.

В авторской редакции

Издательство ООО «СибАК» 630049, г. Новосибирск, Красный проспект, 165, офис 5. E-mail: mail@sibac.info

