СибАК
www.sibac.info

ISSN 2310-4082

XCI СТУДЕНЧЕСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

№7(91)

НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

г. НОВОСИБИРСК, 2020

СибАК
www.sibac.info

НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

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

№ 7 (91)
Июль 2020 г.

Издается с октября 2012 года

Новосибирск
2020

УДК 33.07
ББК 65.050
Н34

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 бизнес-процессам, «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 XCI студенческой международной научно-практической конференции. – Новосибирск: Изд. ООО «СибАК». – 2020. – № 7(91) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: https://sibac.info/archive/economy/7%2891%29.pdf.

Электронный сборник статей по материалам XCI 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

ISSN 2310-4082
© ООО «СибАК», 2020 г.

Оглавление

Секция «Маркетинг» **5**

ОСОБЕННОСТЬ МАРКЕТИНГОВОГО ПОВЕДЕНИЯ СТРОИТЕЛЬНЫХ КОМПАНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ИМПУЛЬС-Н») 5
Комында Ангелина Александровна
Горшкова Оксана Владимировна

Секция «Менеджмент» **11**

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ 11
Анисимов Александр Евгеньевич
Черданцев Вадим Петрович

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МАЛЫХ ФОРМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В АПК 16
Анисимов Сергей Евгеньевич
Черданцев Вадим Петрович

КОНТРОЛЛИНГ ФИНАНСОВ: ПОНЯТИЕ И ПРИМЕНЕНИЕ В АПК 21
Лыгин Арсентий Олегович

РОЛЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ 25
Репина Ольга Вячеславовна
Яркова Татьяна Михайловна

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ 30
Середа Андрей Вячеславович

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТОВАРОПОТОКА МЕЖДУ КНР И РОССИЕЙ 34
Скрябнев Владислав Юрьевич
Черноносова Наталия Валерьевна

РАЗВИТИЕ МЕЖКОНТИНЕНТАЛЬНОЙ ТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ РОССИЯ - КНР 39
Скрябнев Владислав Юрьевич
Черноносова Наталия Валерьевна

Секция «Регионоведение» **44**

РЕГИОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК СОВРЕМЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНОГО ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ: ОПЫТ БАШКОРТОСТАНА 44
Дряев Максим Русланович
Куреневский Алексей Сергеевич
Суворкина Жанна Андреевна
Суворкин Александр Сергеевич

Секция «Экономика» **52**

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЛЮДЯНСКОМ РАЙОНЕ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ 52
Бабина Мария Андреевна

МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ НЕФТЕДОБЫЧИ НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ 58
Бондаренко Иннокентий Вадимович
Сильванский Александр Анатольевич

О НЕКОТОРЫХ НАПРАВЛЕНИЯХ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ДОХОДОВ ГОРОДСКОГО ОКРУГА ЗА СЧЕТ НЕНАЛОГОВЫХ ПОСТУПЛЕНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ПСКОВА) 63
Колесникова Ольга Владимировна

АНАЛИЗ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА УПРАВЛЯЮЩИХ КОМПАНИЙ В СФЕРЕ ЖКХ 68
Пак Ын-Сук

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОЙ И КРЕДИТНОЙ СФЕР ЭКОНОМИКИ РОССИИ XXI ВЕКА 73
Тюрикова Виктория Григорьевна

ТЕХНОПАРКИ КАК МЕХАНИЗМ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ АПК 78
Чирков Сергей Владимирович
Мичурина Фрида Захаровна

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ИНСТРУМЕНТ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИЙ 83
Чиркова Анастасия Николаевна
Мичурина Фрида Захаровна

МОРСКОЙ ТРАНСПОРТ КАК ОТРАСЛЬ ЭКОНОМИКИ 88
Шамаева Виктория Руслановна
Осипян Милена Араратовна
Кондрачук Ольга Евгеньевна

СЕКЦИЯ

«МАРКЕТИНГ»

ОСОБЕННОСТЬ МАРКЕТИНГОВОГО ПОВЕДЕНИЯ СТРОИТЕЛЬНЫХ КОМПАНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ИМПУЛЬС-Н»)

Комында Ангелина Александровна
студент, кафедра менеджмента и экономики,
филиал Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса,
РФ, г. Находка
E-mail: komynda99@mail.ru

Горшкова Оксана Владимировна
научный руководитель, канд. социол. наук,
доц. кафедры менеджмента и экономики,
филиал Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса,
РФ, г. Находка

FEATURE OF MARKETING BEHAVIOR OF CONSTRUCTION COMPANIES (ON THE EXAMPLE OF IMPULSE-N LLC)

Angelina Komunda
student,
Department of Management and Economics,
branch of FSBEI HE "VSUES",
Russia, Nakhodka

Oksana V. Gorshkova
candidate of Sociology, Associate Professor,
Department of Management and Economics,
branch of FSBEI HE "VSUES",
Russia, Nakhodka

АННОТАЦИЯ

Цель настоящей статьи определить, особенности маркетингового поведения современных строительных компаний. Методы, используемые при написании данной статьи: системный метод, метод наблюдения. Результатом написания

данной статьи стали рекомендации для выявления проблемных мест при проведении маркетинговой политики современными строительными компаниями Выводы: необходимо обратить внимание на конкурентное положение при выстраивании маркетинговой политики.

ABSTRACT

The purpose of this article is to determine the features of the marketing behavior of modern construction companies. Methods used in writing this article: systemic method, observation method. The result of this article was recommendations for identifying problem areas when conducting marketing policies by modern construction companies. Conclusions: it is necessary to pay attention to the competitive position when building a marketing policy.

Ключевые слова: маркетинг, целевой рынок, строительные услуги.

Keywords: marketing, target market, construction services.

Лучшая реклама строительных услуг – это демонстрация законченных объектов на сайте компании. Учитывая высокую конкуренцию в строительстве и ремонте, реклама должна быть нацелена на долгосрочную перспективу.

В высоко конкурентных нишах, таких как строительство и ремонт, побеждают лучшие контент-стратегии. Как правило, они сводятся к построению локального бренда. А это, в первую очередь, работа с бесплатным для пользователя контентом [2, с. 77].

Самая эффективная реклама строительных услуг будет реализована только при хорошем маркетинге, означающем прямую работу с потенциальной клиентурой, понимание ее запросов, построение грамотной рекламной кампании с учетом задач клиента и текущей рыночной ситуации [1, с.56].

Внешняя сторона деятельности предприятия обусловлена отношениями с поставщиками услуг, клиентами (заказчиками), партнерами и соперниками (конкурентами), кредиторами, государственными органами. Предприятие не существует вне окружающей среды.

ООО «Импульс –Н» в процессе своей деятельности взаимодействует:

- с государством: с администрацией Находкинского городского округа, налоговой инспекцией, с банковскими учреждениями, с пенсионным фондом;
- с муниципальными предприятиями (водоканал, узел связи, электросеть). ООО «Импульс –Н» получает от них услуги, а рассчитывается за них в денежной форме;
- с заказчиками услуг. От предприятия клиентам поступает выполненный заказ, от заказчиков предприятию – денежные средства;
- со сторонними организациями. Предприятие получает различные товары и услуги, передает деньги и выполненные заказы;
- с конкурентами. Предприятие стремится получить максимальное количество информации о конкуренте. Иногда конкуренция перерастает в сотрудничество;
- с поставщиками сырья и материалов, производя с ними денежные расчеты.

Основными законодательными и нормативными документами, регламентирующими деятельность предприятия, являются:

- Конституция Российской Федерации;
- Гражданский кодекс РФ;
- Налоговый кодекс РФ;
- Закон РФ «О защите прав потребителей».

Предприятие стремится получить максимальное количество информации о конкуренте.

На сегодняшний момент ООО «Импульс –Н» может предоставить портфолио по многим государственным и частным заказам, выполнение которых было благополучно завершено, а тщательно отобранный и технически подготовленный персонал внес огромный вклад в выполненную работу.

Среди крупных заказчиков можно отметить следующие организации:

- ОАО «Амурский судостроительный завод» (г. Комсомольск-на-Амуре);
- ФГУП «Хабаровский судостроительный завод» (г. Хабаровск).

Основными факторами стимулирующим сбыт продукции и услуг, а, соответственно привлечения новых платежеспособных клиентов могут быть только: приемлемая цена, качество выполняемых работ, соблюдение сроков производства продукции [4, с. 59].

Немаловажную ролю в управлении маркетингом является рекламная деятельность. Эта функция возложена на исполнительного директора предприятия. В г. Партизанск установлены рекламные щиты, периодически в средствах массовой информации и на радио появляются объявления о деятельности предприятия.

Организация работ по продвижению на рынок товаров поставлена на предприятии следующим образом.

Сбыт услуг происходит только напрямую от поставщика, к потребителю.

Рассмотрим каналы сбыта ООО «Импульс-Н». Сбытовая политика ООО «Импульс-Н» ориентирована на потребителя и включает:

- создание и регулирование коммерческих связей;
- рекламно-информационную деятельность в различных формах.

Для продвижения услуг на рынок ООО «Импульс-Н». использует рекламу.

Рассмотрим процесс организации рекламной деятельности в ООО «Импульс-Н», а также, используемые виды рекламы.

Основным средством рекламы в ООО «Импульс-Н» является размещение рекламно-информационного материала на баннерах. Баннеры разработаны и размещены компанией ООО «VirGO».

Стратегия планирования маркетинга основана на внедрении новых видов продукции, основанных характеристиках товара, которые отличают ее от конкурентов.

Слабые и сильные стороны представлены таблицей 1.

Таблица 1.

Признаки сильной и слабой конкурентной позиции ООО «Импульс-Н»

Признаки конкурентной силы	Признаки конкурентной слабости
Достаточно сильное положение на рынке	Неясные стратегии
Растущая приверженность клиентов	Недостаток финансовых ресурсов
Наличие сильно дифференцированных услуг	Недостаточная информированность потребителей о преимуществах услуг
Высокое качество оказываемых услуг	Недостаточно развитый имидж компании
Хорошая репутация у населения	Время и внимание руководителей сосредоточено на решении текущих проблем, а не на стратегическом планировании
Эффект от «кривой» опыта	Стратегия поведения на рынке с признаками патиента, а не виолента

Итак, одним из основных принципов деятельности ООО «Импульс-Н» во внешней среде является ведение постоянного диалога с теми группами, которые так или иначе влияют или, наоборот, зависят от деятельности предприятия: федеральными и местными органами государственной власти, деловыми партнерами, сотрудниками, поставщиками, клиентами [4, с. 38].

Отметим важный момент: формированию привлекательного образа исследуемой компании в глазах общественности, т.е. public relations, не уделяется должное внимание. Был проведен опрос клиентов об ООО «Импульс-Н» об эффективности рекламной кампании, которая проводилась в конце 2019 года, который позволил выяснить, что проводимые рекламные мероприятия недостаточно эффективны.

Следовательно, несмотря на конкурентно устойчивую позицию и проведение рекламных акций, современные строительные компании не уделяют должного внимания маркетинговому поведению на рынке и постоянным маркетинговым акциям.

Список литературы:

1. Безрутченко Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие, 2-е изд. / Ю.В. Безрутченко. - М.: Дашков и К, 2016. – 232 с.

2. Реброва Н.П. Основы маркетинга. учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н.П. Реброва. - Люберцы: Юрайт, 2016. – 277 с.
3. Рожков И.В. Информационные системы и технологии в маркетинге / И.В. Рожков. - М.: Русайнс, 2014. – 196 с.
4. Русакова О.И. Роль маркетинговых инструментов в продвижении страховых продуктов на российском рынке / О.И. Русакова, Д.С. Хаустов // Страховое дело. - 2014. - № 1. - С. 38-42.

СЕКЦИЯ

«МЕНЕДЖМЕНТ»

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Анисимов Александр Евгеньевич
студент, кафедра менеджмента факультета заочного обучения,
Пермский государственный аграрно-технологический университет
имени академика Д.Н. Прянишникова,
РФ, г. Пермь
E-mail: aae159@mail.ru

Черданцев Вадим Петрович
научный руководитель, д-р экон. наук, проф.,
Пермский государственный аграрно-технологический университет
имени академика Д.Н. Прянишникова,
РФ, г. Пермь

По утверждению большинства исследователей состояния Российских сельских территорий, российское село до настоящего времени находится в глубоком социально-экономическом кризисе, что нельзя не признать важной социально-экономической проблемой в условиях, когда согласно данным всероссийской переписи населения более 37 млн. россиян проживает в районах сельской местности.

Однако есть и положительные примеры. В муниципальных образованиях ряда субъектов Российской Федерации работают долгосрочные целевые программы, по улучшению жилищных условий и оказанию помощи гражданам, в т. ч. молодым семьям, проживающим в сельских территориях. Созданы условия для проживания в сельских поселениях молодых семей, в школах преподают высококвалифицированные педагоги, спортивный комплекс и развивающиеся школы дополнительного образования позволяют растить способное и талантливое поколение на селе.

Одновременно с развивающимися территориями исследователями изучается вопрос «мертвых» сел и деревень. Поселения, где нет рабочих мест, нет

условий социального благополучия, отсутствует инфраструктура, покидает молодежь и работоспособные граждане. По данным всероссийской переписи 2010 г. в России насчитывается 19 тыс. «мертвых» сел и деревень. Положение сельских территорий, не способных развиваться в современных условиях, является одной из главных проблем [11].

Основа социально-экономического развития сельских территорий - это правовая база. Следует отметить, что законодательство о местном самоуправлении находится на стадии активного реформирования. Всего в период с 2015 г. по 2019 г. было принято 73 федеральных закона, затрагивающих интересы органов местного самоуправления. Также следует отметить Указ Президента Российской Федерации, из которых важнейший от 16.01.2017 N 13 «Об утверждении Основ государственной политики регионального развития РФ на период до 2025 года». Органами федеральной исполнительной власти издано 117 нормативных правовых актов и иных документов, прямо или косвенно касающихся местного самоуправления.

Следует обратить внимание на вопросы, связанные с инициативным бюджетированием и его реализацией в сельских территориях. Как известно, инициативное бюджетирование в настоящее время рассматривается как эффективный механизм участия жителей в социально-экономическом развитии городского или сельского поселения.

В рамках реалий российской системы местного самоуправления решение вопросов местного значения производится зачастую недостаточно эффективно. Так, сводный доклад Совета муниципальных образований Пермского края о результатах мониторинга эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов по итогам 2018 г. указывает на наличие серьезных проблем в решении вопросов местного значения, в частности в жилищно-коммунальной сфере и сфере транспортного обслуживания [2].

Согласно российскому законодательству, решение вопросов местного значения осуществляется жителями муниципальных образований непосредственно

и (или) через органы местного самоуправления. Но в границах установленных полномочий представительными и исполнительно-распорядительными органами местного самоуправления зачастую принимаются управленческие решения, которые не учитывают мнение населения, непрозрачны и непонятны для самих жителей. Законодатель установил обязательность проведения публичных слушаний по отдельным вопросам, которые непосредственно относятся к решению задач местного значения. Однако практика показывает неэффективность данного механизма, которая выражается в минимальной заинтересованности его реализации как со стороны представителей органов управления, так и со стороны граждан [1].

В этой связи в последнее время на федеральном уровне уделяется особое внимание повышению открытости и прозрачности деятельности органов власти в целом и в вопросах формирования и расходования публичных финансов в частности.

Следует отметить, что инициативное бюджетирование, являясь в целом достаточно эффективной бюджетной практикой, в последние годы получает все большее распространение в России. Многие регионы, такие как Тульская, Нижегородская, Ленинградская, Тверская, Кировская области, Пермский край и др., уже имеют положительный опыт в реализации проектов инициативного бюджетирования, основной идеей которого является развитие и укрепление гражданских инициатив, направленных на решение насущных общественных потребностей, которые возникают у людей в повседневной жизни это проекты в области благоустройства территорий, в области ЖКХ, а также таких сложных сфер, как социальная поддержка, доставка детей транспортом до школ, открытие новых детских садов. Несомненно, все это как никогда актуально для сельских территорий.

Однако большинство сельских поселений в процессе достижения целей инициативного бюджетирования сталкиваются с рядом проблем. Так, к участию в конкурсном отборе допускаются проекты, направленные на решение ряда важных вопросов местного значения, в том числе переданных поселению на

основании соглашения о передаче осуществления части полномочий по решению вопросов местного значения, однако исключаются проекты, направленных на капитальное строительство и реконструкцию. Это существенно ограничивает направленность проектов инициативного бюджетирования в сфере капитального строительства и реконструкции. При этом решение наиболее важных для сельского поселения вопросов местного значения чаще всего связано именно с новым строительством или реконструкцией [1]. Например, вопрос организации в границах поселения водоснабжения/водоотведения.

В настоящее время численность жителей Краснослудского сельского поселения Добрянского района насчитывает около 2,3 тыс. человек, Дивьинского сельского поселения более 1,9 тыс. человек. Однако в Краснослудском и Дивьинском районах централизованным водоснабжением и водоотведением обеспечены только жители многоквартирных домов (около 300 человек). Жители частного сектора используют автономные источники водоснабжения, качество которых в данной местности не отвечает нормативным требованиям. На протяжении последних 5 лет органы местного самоуправления прикладывают все возможные усилия, чтобы добиться обеспечения централизованного водоснабжения/водоотведения. Параллельно органы местного самоуправления начинают активную информационную деятельность по разработке проектов развития территорий муниципального образования. Таким образом, несмотря на то что наиболее важная проблема населения, которую необходимо решать максимально оперативно, уже определена, проекты, направленные на строительство, не подпадают под действие закона об инициативном бюджетировании. Население в связи с этим вынуждено подавать заявки на проекты, направленные преимущественно на благоустройство территории, хотя с 2017 г. на территории Российской Федерации действует приоритетный проект «Формирование комфортной городской среды», который направлен исключительно на благоустройство общественных и дворовых территорий. В результате решение актуальных социально значимых проблем в рамках вопросов местного значения (например, обеспечение населения качественной чистой питьевой водой) откладывается на неопределенный срок.

Таким образом, несмотря на чрезвычайную актуальность внедрения практики непосредственного участия населения в решении вопросов местного значения, развитие инициативного бюджетирования в сельских поселениях Пермского края в значительной степени ограничено рядом проблем, обусловленных недостаточной методологической проработкой отдельных аспектов процесса инициативного бюджетирования. Дальнейшая успешная реализация проектов инициативного бюджетирования в сельских поселениях, а также совершенствование норм земельного законодательства, законодательства об основах местного самоуправления, осуществляемого в муниципальных районах и сельских поселениях позволит достичь нескольких социально-экономических эффектов: повышения качества жизни населения, повышения уровня доверия населения к органам местного самоуправления посредством решения социально значимых задач, повышения эффективности расходования ограниченных бюджетных средств поселения посредством определения и поддержки населением целей развития территории, а также повышения бюджетной и финансовой грамотности населения сельских территорий.

Список литературы:

1. Курис М.Ю. Технология инициативного бюджетирования в муниципальном управлении развития сельских территорий // Социально-экономические науки. 2017. № 3. С. 131-137.
2. Совет муниципальных образований Пермского края. Доклад «О состоянии местного самоуправления и развития муниципальных образований Пермского края в 2018 г.». // URL: http://permsovet.ru/assets/files/doklad_elektronnyj-variant.pdf (дата обращения: 23.06.2020).

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МАЛЫХ ФОРМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В АПК

Анисимов Сергей Евгеньевич
студент, кафедра менеджмента факультета заочного обучения,
Пермский государственный аграрно-технологический университет
им. академика Д.Н. Прянишникова,
РФ, г. Пермь
E-mail: anisimov.sergey123@mail.ru

Черданцев Вадим Петрович
научный руководитель, д-р экон. наук, проф.,
Пермский государственный аграрно-технологический университет
им. академика Д.Н. Прянишникова
РФ, г. Пермь

Активизация деятельности субъектов малого предпринимательства является фактором развития конкурентных отношений в современной России. Сегодня роль малого бизнеса чрезвычайно велика в экономическом развитии страны, поскольку малые и средние предприятия способствуют созданию возможностей для реализации предпринимательской активности домашних хозяйств, снижению социальной напряженности. Велика роль малого бизнеса и в сельском хозяйстве нашей страны, поскольку активизация и развитие малого бизнеса способствует развитию здоровых конкурентных отношений в сфере АПК.

Сегодня в России нет четкого разграничения между бизнесом и предпринимательством. Однако в специализированной литературе выявляют расхождения между этими понятиями. Так, предпринимательство предстает самостоятельной деятельностью субъекта, характеризующейся инициативностью, творческой направленностью, предполагающей создание новой организации, получение прибыли, внедрение инноваций; бизнесом является любая экономическая деятельность, имеющая целью получение прибыли [1], бизнес - это обычное хозяйствование, вложение средств в проекты, имеющие аналоги [2].

С 2007 г. действует Федеральный закон № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». Согласно данному закону, субъекты малого и среднего предпринимательства - это юридические лица

и индивидуальные предприниматели, крестьянские (фермерские) хозяйства, отнесенные в соответствии с определенными условиями к средним предприятиям и малым предприятиям, в том числе к микропредприятиям. Одним из условий идентификации малых предприятий среди всего множества предприятий является показатель среднесписочной численности сотрудников за прошедший календарный год, который для субъектов малого предпринимательства не должен быть выше 100 человек, число работников микропредприятия не может превышать 15 человек. Другое условие представляет собой ограничение на размер выручки от реализации продукции за предшествующий календарный год (до 800 тыс. руб.). Также ограничением для юридических лиц в сфере малого предпринимательства является размер суммарной доли участия РФ, ее субъектов, муниципальных образований, общественных и религиозных организаций, благотворительных фондов в уставном (складочном) капитале или паевом фонде субъекта малого предпринимательства, который не должен составлять более 25%.

Применение формально-правового подхода к трактовке малого бизнеса обладает определенными недостатками. Так, формально к числу малых предприятий не относится целый пласт организаций, число сотрудников в которых имеет пограничное значение, превышающее установленную законом предельную величину хотя бы на одну единицу. Те же рассуждения справедливы и для предприятий, выручка от реализации которых оказывается выше 800 тыс. руб., предположим, на одну тысячу руб., а значит, такое предприятие переходит из разряда малых в разряд средних, оставаясь зачастую при этом по качественным характеристикам малым предприятием.

Использование подобных количественных критериев приводит к тому, что изучать динамику малых предприятий становится крайне проблематичным. В этой связи Постановлением Правительства РФ от 13.07.2015 № 702 вдвое увеличена предельная величина такого критерия отнесения предприятия к малому бизнесу, как выручка от реализации. Следует ожидать тенденций с суммарным количеством субъектов малого предпринимательства, аналогичных описанным выше.

Экономический подход к определению малого предприятия существенно минимизирует указанные недостатки. Во-первых, экономический подход подчеркивает совмещение ролей, когда собственник является и управленцем, и работником предприятия. Во-вторых, невозможно однозначно говорить о степени гибкости организаций, относящихся к числу малых, поскольку, с одной стороны, ввиду незначительных размеров, малые предприятия действительно способны быстро адаптироваться к изменениям во внешней среде, а с другой стороны, те же размеры в случае негативного воздействия внешних факторов ставят малое предприятие в чрезмерную зависимость от поддержки со стороны государства. В-третьих, на малых предприятиях отмечаются персонифицированные взаимоотношения между руководителем и его сотрудниками [3].

Таким образом, под малым бизнесом можно понимать множество субъектов, равно имеющих и не имеющих статус юридического лица, созданных посредством объединения людей, сплоченных общей бизнес-идеей под единым руководством, обладающих морально-психологической совместимостью, рисковое функционирование совокупности которых осуществляется в рамках экономико-правовых ограничений, включающих ограничения на среднесписочную численность (не более 100 человек за предшествующий год), величину выручки от реализации (не более 800 тыс. руб. за предыдущий год), доли участия иных хозяйствующих субъектов в капитале или паевом фонде субъекта бизнеса.

Малые предприятия в агробизнесе являются одновременно и производителями сельскохозяйственной продукции, и потребителями [3], например, сельскохозяйственной техники, участвуя при этом в процессах распределения и обмена.

В связи с этим малые предприятия активно участвуют в создании и преумножении национального богатства. Кроме того, малые предприятия способствуют формированию конкурентных отношений. Одним из инструментов развития конкурентных отношений является использование механизма франчайзинга, предполагающего метод расширения малых предприятий, когда

франчайзер предоставляет право франчайзи действовать за плату (роялти) от своего имени с использованием торговой марки франчайзера. В роли франчайзи в данном случае выступает малый субъект предпринимательства. Подобное развитие бизнеса имеет преимущества для обеих сторон [2]. Малый предприниматель получает поддержку со стороны крупного предприятия, с которым заключен договор франшизы, качественное обучение основам и принципам работы предприятия в условиях франшизы, приобретает передовые технологии, не расходует средства на осуществление дорогостоящих маркетинговых мероприятий по определению востребованности продукции малого предприятия, вместе с тем ведет деятельность под строгим контролем франчайзера за бухгалтерской отчетностью, но в целом является действенным инструментом повышения устойчивости малого агробизнеса, способом роста его конкурентоспособности.

Также хотелось бы упомянуть о роли малого бизнеса в процессах импортозамещения. Импортозамещение в сельском хозяйстве не может осуществляться стихийно, оно возможно только при условии грамотно спланированной государственной политики в области импортозамещения. В контексте данного исследования интересна роль малого бизнеса в процессе импортозамещения. Так, создание благоприятного инвестиционного климата, предваряемого оптимизацией процентных ставок и условий предоставления кредитов по инвестиционным проектам в аграрной сфере, решением проблем, связанных с охраной сельскохозяйственных земель, оптимизацией налогообложения сельскохозяйственных предприятий, в том числе малых форм хозяйствования и т.д., должно создать предпосылки для развития крупного, среднего и малого бизнеса в сельском хозяйстве. Инновационная восприимчивость, большая гибкость по сравнению с крупными формами бизнеса, государственная поддержка малого бизнеса в совокупности способны сделать малые предприятия полноправными участниками сельскохозяйственных кластеров, построенных на принципах синергии.

Таким образом, малый бизнес в АПК играет весьма важную роль. Кроме того, малый бизнес является гарантом незыблемости института семьи, гарантом сохранения демократических устоев, барометром социальной напряженности.

Список литературы:

1. Манахова И.В. Потребительская политика в информационной экономике: междисциплинарный подход // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2015 . No 2 (56). С. 13-16.
2. Пархудинова А.Д. Роль малого бизнеса в развитии инновационной деятельности в экономике АПК // Известия Международной академии аграрного образования, Т. 2. 2018. № 4. С. 13-19.
3. Растегаева Ф.С. Развитие предпринимательства в агропромышленном комплексе России // Международный научно-исследовательский журнал. 2018. № 1-1 (55). С. 51-54.

КОНТРОЛЛИНГ ФИНАНСОВ: ПОНЯТИЕ И ПРИМЕНЕНИЕ В АПК

Лыгин Арсентий Олегович
студент, кафедра менеджмента факультета заочного обучения,
Пермский государственный аграрно-технологический университет
имени академика Д.Н. Прянишникова,
РФ, г. Пермь
E-mail: nice.1997.senya@list.ru

Контроллинг финансов организации функционирует в условиях нормативно-правовой, информационной и организационно-технической среды контроллинга и подразумевает последовательное осуществление в отношении системы финансовых ресурсов и финансовых отношений организации процессов планирования, мониторинга, анализа учета и контроля; в рамках этих процессов реализуются различные проекты в области повышения трудовой дисциплины, организации рабочего времени, разработки эффективной системы оплаты труда, системы мотивации персонала и т. п.

Финансы, т. е. отношения по поводу формирования, распределения и использования денежных средств, несомненно, являются одним из важнейших объектов контроллинга для любой организации. В соответствии с мнениями, высказываемыми отечественными учеными, задачи контроллинга финансов организации сводятся к следующим [1, 2]:

- выделение ключевых направлений финансовой деятельности организации и концентрация на них работы по организации контроля;
- достижение соответствия практики ведения управленческого учета в сфере финансов критериям эффективности, сопоставимости показателей и оперативности;
- установление соответствия между разрабатываемой учетной политикой и системой анализа показателей, характеризующих финансовое состояние организации;
- обеспечение актуальными и достоверными данными процесса принятия управленческих решений в финансовой сфере;
- координация функциональных систем финансового планирования, финансового анализа, мониторинга, регулирования и контроля;

- методологическое обеспечение процесса управления финансами организации;
- разработка перечня и принципов применения конкретных инструментов контроллинга финансов;
- выявление отклонений значений показателей, характеризующих финансовое состояние организации и финансовые результаты ее деятельности от запланированных.

Задачи контроллинга финансов применительно к организации, осуществляющей сельскохозяйственное производство, напрямую связаны со спецификой ее деятельности. Длительный характер производственного цикла сельскохозяйственных организаций, находящийся в зависимости от биологических и погодных факторов, требует уделять особое внимание вопросам планирования в организации и, в частности, разработке финансовых планов. Кроме того, многие организации в секторе АПК, в первую очередь непосредственно сельскохозяйственного производства, сталкиваются с проблемой отсутствия квалифицированных кадров в области финансового менеджмента, поэтому использование систем, в том числе автоматизированных, позволяющих осуществлять наглядное представление и анализ данных о финансовой деятельности таких организаций, могло бы повысить качество принимаемых управленческих решений в финансовой сфере. На сегодняшний день сельскохозяйственная организация может позволить себе использование такой системы на базе бесплатных различного рода интерактивных платформ, а также на базе разработок, осуществленных головными организациями агрохолдингов, сторонними организациями на принципах аутсорсинга либо государственными информационно-консультационными службами [3].

При этом в условиях модернизации и цифровой трансформации экономических отношений создание единой системы, позволяющей осуществить интеграцию управленческих подсистем в отношении планирования финансов, анализа и мониторинга финансовых показателей, оперативного и стратегического финансового регулирования, контроля в сфере финансов, а также систем

информационной поддержки принятия управленческих решений должно выступать в качестве одного из приоритетных способов обеспечения роста конкурентоспособности организаций сектора АПК.

При разработке для целей контроллинга финансов сбалансированной системы показателей в первую очередь используются такие показатели, как рентабельность активов, размер EBIT или - в российской практике - прибыли от продаж, показатели, характеризующие силу воздействия операционного и финансового рычага, а также общий размер инвестированного капитала и относительные показатели, характеризующие платежеспособность организации и ее финансовую устойчивость. Постоянное осуществление мониторинга перечисленных показателей, анализ их значений и выявление отклонений таковых от плановых и нормативных величин должны являться основой эффективного принятия управленческих решений в сфере финансов.

К числу показателей, имеющих ключевую важность в системе контроллинга, относятся показатели динамики чистой прибыли организации и ее соотношения с динамикой затрат, структуры ее доходов по основным видам деятельности, внеоборотных и оборотных активов, в том числе - доля денежных средств и финансовых вложений в последних структура источников средств организации. Важными индикаторами являются объем чистой прибыли, износа и амортизации, налоговых платежей, объемы дебиторской и кредиторской задолженности, материально-производственных запасов, обязательств по уплате процентов и т. д. Безусловно, важную роль в контроллинге организации играют индикаторы, характеризующие финансовую и инвестиционную деятельность: поступления от реализации основных средств и финансовых вложений, динамика задолженности по долгосрочным и краткосрочным кредитам, объем выплаченных дивидендов и т. д. Важное место в системе контроллинга занимает расчет финансовых коэффициентов на основании документов финансовой отчетности. К ним относятся различные показатели, характеризующие эффективность деятельности предприятий с позиций прибыльности, финансовой устойчивости, платежеспособности, деловой активности. В работе «Финансовый контроллинг в холдингах»

авторы Н.А. Казакова, Е.А. Хлевная и А.А. Ангеловская рекомендуют также использовать систему коэффициентов, характеризующих чистые денежные потоки организации [2]. Важным вопросом является формирование систем показателей, адаптированных под задачи конкретных предприятий. В контроллинге финансов зарубежными организациями широко применяются такие стандартные системы показателей, как Du Pont, Pyramid Structure of Rations, ZVEI, RL, Beaver, Weibel и др.

Таким образом, идентифицируя место контроллинга финансов в системе контроллинга предприятия сферы АПК, можно говорить, с одной стороны, о том, что финансы как экономическая и управленческая категория имеют в качестве объекта строго локализованную область - финансовые ресурсы и отношения по поводу их формирования, распределения и накопления; это позволяет сделать вывод, что контроллинг финансов организации имеет границы в пространстве. С другой стороны, перечисленные процессы, связанные с финансовыми ресурсами, выраженные в виде денежных потоков организации, осуществляются постоянно, а их прекращение равносильно прекращению организацией своей деятельности.

Следовательно, можно заключить, что в рамках функционирования организации сфера финансов, а, следовательно, и контроллинг в данной сфере, не имеют границ во времени. Это означает, что финансовая подсистема контроллинга организации относится к типу объектных систем.

Список литературы:

1. Бычкова С.М., Эльяшев Д.В. Контроллинг финансов в организациях АПК // Сборник научных трудов Национальной научно-практической конференции в рамках Деловой программы Агротехнической выставки "Всероссийский День поля - 2019". - С. 19-22
2. Казакова Н.А., Хлевная Е.А., Ангеловская А.А. Финансовый контроллинг в холдингах: монография. - М.: ИНФРА-М, 2016. – 237 с.
3. Успенская И.Н. Контроллинг в системе управления технологическими процессами в растениеводстве. - М.: Издательство ООО «ПРИНТ ПРО», 2016. – 318 с.

РОЛЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Репина Ольга Вячеславовна
магистрант, кафедра менеджмента, факультета заочного обучения,
Пермский государственный аграрно-технологический университет
имени академика Д.Н. Прянишникова»,
РФ, г. Пермь
E-mail: repinaversal@bk.ru

Яркова Татьяна Михайловна
научный руководитель, д-р экон. наук, проф.,
Пермский государственный аграрно-технологический университет
имени академика Д.Н. Прянишникова,
РФ, г. Пермь

Стратегическое планирование – это процесс организации для определения стратегии развития предприятия, ставящего перед собой долгосрочные цели и задачи. Стратегическое планирование может использоваться в широких масштабах, например, для планирования развития научных организаций в течение нескольких лет или для оказания помощи некоммерческой или правительственной организации в достижении поставленной цели. Стратегический план также может использоваться в меньших масштабах, например, для составления маркетингового плана или разработки стратегии для целей одного отдела в рамках организации.

Важно отметить, что стратегия отличается от планирования: в то время как стратегия рассматривает, почему должны быть предприняты определенные шаги, план описывает, как выполнить эти шаги. стратегическое планирование объединяет эти две концепции, чтобы определить наилучший из возможных курс действий. Целью стратегического планирования является обеспечение оптимального, обдуманного подхода к достижению целей на основе глубокого анализа как внутренних, так и внешних факторов, влияющих на организацию.

Стратегический план обычно охватывает несколько лет и учитывает в себе как краткосрочные, так и долгосрочные цели. Это также обеспечивает способ отслеживания прогресса и измерение успеха. Тем не менее, это не документ,

который зафиксирован в камне – вместо этого целесообразно периодически пересматривать и корректировать стратегический план на основе меняющегося видения, целей, потребностей и ресурсов научных организаций или учреждений.

В зависимости от объема плана, компании могут работать с командой из нескольких заинтересованных сторон в процессе стратегического планирования. Чтобы процесс шел гладко, нужно четко обозначить роли и обязанности. Различные стороны могут нести ответственность за предоставление данных, рассмотрение плана или принятие стратегических решений. Причина, по которой на разработку уходит так много времени, заключается в том, что существует множество путей от текущего положения к желаемому положению компании. Уровни стратегического планирования представлены на рисунке.

Рисунок 1. Уровни стратегического планирования.

Четкое определение стратегического планирования позволяет избежать общей путаницы со стратегическим планированием, составлением бюджета и маркетинговой стратегией.

Определение стратегического планирования должно основываться на понимании того, что стратегический план отличается от бизнес-плана следующими моментами:

- он состоит в основном из слов с несколькими цифрами, указывающими масштаб намерений планировщиков. План, с другой стороны, состоит в основном из цифр. Поскольку они часто ненадежны в течение нескольких месяцев, менеджеры не хотят заглядывать в будущее так далеко, как им может понадобиться. Стратегические планы могут смотреть в будущее, потому что

используется так мало цифр, а также какие цифры они содержат, проверены методами анализа рисков.

Систематический, официально документированный процесс принятия решения о том, что является ключевыми решениями, организация, рассматриваемая как корпоративное целое, должна принять правильно, чтобы процветать в течение следующих нескольких лет. Процесс приводит к разработке корпоративного стратегического плана.

Первый из принципов стратегического планирования заключается в том, что стратегическое планирование – это управленческая ответственность, присущая высшим управленческим ролям.

Стратегическое планирование является главным для руководства высшего звена доверенной им организации. Ответственность и ответственность за стратегическое планирование не являются дополнительным; это ответственность, с которой топ-менеджеры могут обратиться за поддержкой и помощью. Тем не менее, это не обязанность делегировать «отделам планирования», даже если их возглавляет кто-то, называемый директором по стратегии, который подчиняется непосредственно генеральному директору.

Генеральный директор также не должен передавать ответственность «стратегическому консультанту». Независимо от того, насколько престижны или высоки их гонорары, консультант по стратегии не подотчетен руководящему органу за стратегический план организации. Это не исключает использования внешней помощи для аспектов процесса стратегического планирования. Во многих ситуациях очень полезно иметь независимого человека, способствующего процессу. Однако право собственности на содержание плана, которое означает решения и обязательства к действию, принадлежит генеральному директору и другим менеджерам [2].

Второй из принципов планирования относится к сфере и уровню организации стратегического планирования. Когда я имею в виду стратегическое планирование в этом контексте, это означает корпоративное стратегическое планирование. Этот принцип планирования утверждает, что корпоративное

стратегическое планирование в первую очередь касается деятельности организации как корпоративного целого, а не планирования функций или частей организации.

Из первого принципа стратегического планирования следует, что если это подотчетность корпоративных менеджеров, то это, по сути, «корпоративное планирование». «Корпоративное планирование» – это альтернативное, менее часто используемое название для стратегического планирования.

Поскольку стратегическое планирование – это планирование долгосрочной скорректированной с учетом рисков работы организации в целом, стратегическое планирование требует показателей эффективности, которые отслеживают прогресс организации в целом [1].

В свете двух предыдущих принципов планирования, касающихся измерения эффективности деятельности предприятия и уточнения целей организации, мы можем сказать, что корпоративное стратегическое планирование предполагает принятие решений о стратегиях, которые с высокой вероятностью достигают удовлетворительных результатов при очень низком риске организационных неудач.

Корпоративное стратегическое планирование почти всегда требует, чтобы топ-менеджеры делали трудный выбор из множества явно желательных вариантов. Желательные возможности, доступные многим организациям, появляются почти без ограничений, и они, кажется, представляются очень часто. Таким образом, жизненно важно, чтобы стратегическое планирование приводило к принятию решений, которые являются настолько надежными и твердо преданы руководству организации, что они уверены, что могут сделать ряд других решений. Этим другим выбором может быть принятие трудных решений о том, что не делать, а также что делать. Стратегические решения должны прояснить, что организация отвергает, а также то, что она совершает [3].

Еще один из наших ключевых принципов планирования, который следует из этого, заключается в том, чтобы разблокировать соответствующий общий показатель эффективности организации. Этот принцип заключается в

определении цели организации с точки зрения предоставления четко определенной выгоды до уровня, удовлетворительного для предполагаемых бенефициаров организации. Это способ определить основную цель организации.

Таким образом, стратегическое планирование имеет много преимуществ. Это заставляет организации осознавать будущие возможности и проблемы. Также заставляет организации понимать, какие ресурсы потребуются для того, чтобы воспользоваться или преодолеть эти возможности и проблемы. Кроме того, стратегическое планирование дает людям чувство направления и направляет их вокруг общей миссии. Это создает стандарты и ответственность. Стратегическое планирование также помогает организациям ограничивать или избегать затрат времени на управление кризисами, когда они реагируют на неожиданные изменения, которые они не смогли предвидеть и / или к которым не успели подготовиться.

Список литературы:

1. Андреев В.Д., Боков М.А. Теория и практика стратегического планирования / Под ред. В.И. Шаповалова. – Сочи: РИЦ СГУТиКД, 2019. – 264 с.
2. Каплан Р., Нортон Д. Организация, ориентированная на стратегию / Пер. с англ. М. Павлова. – М.: Олимп-Бизнес, 2017. – 416 с.
3. Мардас А.Н., Гуляева О.А. Теория менеджмента: Учебник для академического бакалавриата. – М.: Юрайт, 2019. – 288 с.

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Середа Андрей Вячеславович
магистрант, кафедра Менеджмента,
АНО ВО "Московский гуманитарный университет",
РФ, г. Москва
E-mail: isvi@bk.ru

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается существующая информационная система жилищно-коммунального хозяйства в Российской Федерации. Определены недостатки информационная система жилищно-коммунального хозяйства в Российской Федерации и некоторые способы их устранения.

Ключевые слова. жилищно-коммунальное хозяйство, население, ГИС ЖКХ, услуги ЖКХ

Актуальность исследования обусловлена недостаточной технической разработкой Государственной информационная система жилищно-коммунального хозяйства, что делает не всегда возможным получить актуальную информация в процессе использования указанной системы как потребителем, так и поставщиками информации.

В целях достижения создание правовых и организационных основ для обеспечения граждан, органов государственной власти, органов местного самоуправления и организаций информацией о жилищно-коммунальном хозяйстве в Российской Федерации была создана Государственная информационная система жилищно-коммунального хозяйства (далее по тексту - ГИС ЖКХ). В данной системе согласно Федерального закона от 21.07.2014 N 209-ФЗ "О государственной информационной системе жилищно-коммунального хозяйства" (далее по тексту – 209ФЗ) размещена необходимая информация для потребителей коммунальных услуг, в том числе:

- информация о лицах: осуществляющих поставки ресурсов, деятельность по оказанию услуг по управлению многоквартирными домами;

- информация об уполномоченных органах, осуществляющих государственный учет жилищного фонда, государственный жилищный надзор, муниципальный жилищный контроль;
- информация о перечне оказываемых услуг по управлению общим имуществом в многоквартирном доме, выполняемых работ по содержанию общего имущества в многоквартирном доме, текущему и капитальному ремонту, об их объеме, о качестве и периодичности их предоставления или проведения и стоимости указанных;
- информация о проведении ремонта, в том числе планово-предупредительного ремонта, и выполнении работ по обслуживанию централизованных сетей инженерно-технического обеспечения и (или) внутридомовых инженерных систем.

По замыслу разработчиков, информационная система должна обеспечить полноту и достоверность информации, а также её актуальность в сфере жилищно-коммунального хозяйства. В целом она должна показывать информацию о состоянии дел в жилищно-коммунальном хозяйстве.

По результатам проведенной в январе 2018 года Счетной палатой Российской Федерации проверки была выявлена неготовность ГИС ЖКХ к полноценному запуску, причиной чему явился низкий уровень насыщения системы необходимой информацией.

Кроме того, согласно результатам последнего опроса Общероссийского народного фронта, многие поставщики информации - управляющие и ресурсоснабжающие организации, также столкнулись с большими трудностями при работе с ГИС ЖКХ: только 54% компаний смогли полностью разместить все требуемые данные [6]. В качестве причин возникновения указанных проблем названа некорректная работа самого сайта ГИС ЖКХ, которая сопровождается постоянными сбоями и «зависаниями». То есть в настоящее время присутствуют значительные технические недоработки системы.

Трудности в работе ГИС ЖКХ испытывают и сами потребители, которые оценивают данную систему как запутанную и «непонятную» с технической

точки зрения. Для пожилых людей, не имеющих компьютеров и выхода в Интернет, данная информационная система вовсе остается недоступной.

Таким образом, информационная система имеет недостатки, которые необходимо устранить, чтобы сайт был доступным и не создавал трудности как для пользователей, так и для поставщиков информации. Выделим некоторые из них:

1. технические недоработки сайта (не все разделы открывают информацию и могут выдавать ошибки);

2. загруженная информация может пропасть из базы данных из-за технических неполадок сайта;

3. управляющие компании были вынуждены возложить обязанности на одного человека, который будет отдельно заниматься сайтом, т. к. система постоянно выдает ошибки и получить помощь от консультантов ГИС ЖКХ удается не всегда;

4. многим гражданам система кажется запутанной и сложной;

5. не все граждане умеют пользоваться компьютером и для них информация на сайте о ЖКХ является недоступной;

6. увеличение рабочей нагрузки, в связи с увеличением организаций, обслуживающих дома, а соответственно нехватка консультантов ГИС ЖКХ.

На данный момент сайт доступен и на нем уже активно размещается информация, но он не пользуется особой популярностью, т.к. имеет недостатки. Информационная система не до конца доработана и кажется достаточно запутанной и сложной, как для пользователей, так и для поставщиков информации. Также для управляющих организаций информационная система приносит немало проблем с размещением информации и её поддержанием.

Для устранения недостатков требуется, во-первых, решить проблему с техническими неполадками сайта, которые создают проблемы как для пользователей, так и для поставщиков информации. Для решения данной проблемы необходимо, чтобы специалист следил за работой сайта и вовремя устранял неполадки. Во-вторых, для того, чтобы система была проста в

использовании, необходимо пересмотреть разработку сайту и систематизировать её разделы. В-третьих, увеличить число консультантов ГИС ЖКХ, которые смогут оперативно отреагировать на вопросы по поводу сайта.

Остается надеяться, что недостатки будут устранены и ГИС ЖКХ станет основным источником сведений о сфере жилищно-коммунального хозяйства, т.к. считаем, что введение ГИС ЖКХ способно упростить и ускорить процесс взаимодействия управляющих организаций с потребителями и органами власти, а также вывести систему ЖКХ Российской Федерации на новый уровень развития, решив существующие в настоящее время проблемы доступности в этой сфере.

Список литературы:

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) // Собрании законодательства РФ, 04.08.2014, № 31, ст. 4398.
2. Федеральный закон от 21.07.2014 N 209-ФЗ (ред. от 31.12.2017) «О государственной информационной системе жилищно-коммунального хозяйства» // Собрание законодательства РФ, 28.07.2014, N 30 (Часть I), ст. 4210.
3. Распоряжение Правительства РФ от 26.01.2016 № 80-р «Стратегия развития жилищно-коммунального хозяйства в Российской Федерации на период до 2020 года» // Собрание законодательства РФ, 01.02.2016, № 5, ст. 758.
4. Постановление Правительства РФ от 06.05.2011 N 354 (ред. от 13.07.2019) «О предоставлении коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов» (вместе с "Правилами предоставления коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов") "Собрание законодательства РФ", 30.05.2011, N 22, ст. 3168, Изменения, внесенные Постановлением Правительства РФ от 13.07.2019 N 897 опубликованы на Официальный интернет-портал правовой информации: http://www.pravo.gov.ru - 23.07.2019.
5. Распоряжение Правительства РФ от 18.10.2018 N 2253-р (ред. от 28.08.2019) «Об утверждении изменений, которые вносятся в акты Правительства Российской Федерации» Официальный интернет-портал правовой информации http://www.pravo.gov.ru, 22.10.2018.
6. Работает ли ГИС ЖКХ [Электронный ресурс] http://prozkh.ru/2017/11/07/rabotaet-li-gis-zhkh (Дата обращения 21.10.2019).

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТОВАРОПОТОКА МЕЖДУ КНР И РОССИЕЙ

Скрябнев Владислав Юрьевич
магистрант,
кафедра «логистика и управление транспортными системами»
факультета очного обучения,
Российский университет транспорта (МИИТ)
РФ, г. Москва
E-mail: omgicore@gmail.com

Черноносова Наталия Валерьевна
научный руководитель, канд. экон. наук, доц.,
Российский университет транспорта (МИИТ)
РФ, г. Москва
E-mail: nat-chernonosova@yandex.ru

Благодаря поддержки свободной политики за последние годы китайско-российская трансграничная логистика бурно развивается. Например, с 2015 года SF Express (логистическая китайская компания) открыла трансграничную услугу чартерных грузовых перевозок в Россию и перевела модель сухопутных перевозок на модель воздушных перевозок. Открытие маршрута значительно сократило время из КНР в Россию и другие восточноевропейские страны, снизив стоимость перевозки. Впоследствии, при содействии Управление по инспекции и карантину провинции Цзилинь, аэродром АЭР гражданской авиации провинции Цзилинь и наземной службы авиации аэропорта Цзилинь, а также местных таможенных и портовых отделений Чанчуня, количество рейсов между КНР и Россией постепенно увеличивалось. За первые восемь месяцев 2018 года общий объем российско-китайских грузов, перевезенных авиакомпанией «ЭйрБриджКарго», превысил 25 тыс. тонн, увеличившись на 40% в годовом исчислении. Грузоперевозки авиатранспортом используют преимущество в скорости, и в перспективе сможет занять рынок логистики с высокой добавленной стоимостью.

Активно развиваются и железнодорожные грузоперевозки. Этому способствует географические преимущества двух стран уникальны: приграничная территория составляет 4300 км, что способствует использованию наземного транспорта и позволяет эффективно сократить трансграничные транспортные и

логистические расходы. С дальнейшим продвижением строительства китайско-российского трансграничного моста Тунцзян – Нижнеленинское, технические и экономические преимущества железной дороги при перевозках на средние и дальние расстояния будут расширяться. Трансграничный мост из городского уезда Тунцзян (провинция Хэйлунцзян, Северо-Восточный Китай) в село Нижнеленинское (Еврейская автономная область РФ) – это первый железнодорожный мост через пограничную реку КНР и России (Амур, Хэйлунцзян), а также показательный проект делового сотрудничества Китая и России. Общая длина моста составляет около 2215 метров, около 1886 метров находится на территории КНР, примерно 329 метров – в пределах России. Мост рассчитан на пропуск двух путей с колеей российского и китайского стандартов.

Соглашение обмена электронными данными при перевозке грузов в международном железнодорожном сообщении обеспечивает информационную безопасность для железных дорог при осуществлении трансграничной логистики. В июне 2018 г. Российские железные дороги (ОАО «РЖД») и Китайские железные дороги договорились обмениваться электронными данными при перевозке грузов в международном железнодорожном сообщении. В соответствии с требованиями соглашения, обе стороны будут осуществлять совместный электронный обмен данными международных железнодорожных грузовых перевозок, содействовать строительству грузовых железнодорожных перевозок Китай – Россия – Европа, содействовать строительству высокоскоростной пассажирско-грузовой магистрали Москва – Владимир – Нижний Новгород – Чебоксары – Казань [2].

В настоящее время более в КНР функционирует более 100 предприятий, занимающихся логистикой и транспортировкой в Россию, такие как Китайско-Российская Международная Логистическая Компания, Компания «NOEL group», Международная логистическая компания RUSTON и др. В то же время, компании электронной коммерции, представленные американской компанией eBay Inc., Amazon.com, Inc., и China Alibaba Group, создали глобальную сеть логистических услуг на основе собственных и интегрированных моделей. Например, в сентябре

2018 года Alibaba Group установила глобальную скорость посредством соглашения с Российским фондом прямых инвестиций (RDIF), российской телекоммуникационной компании МегаФон и интернет–порталом Mail.ru. подписали соглашения по организации глобальной виртуальной торговой площадки AliExpress (Россия), специализирующейся на глобальных логистических услугах [1].

В то же время предприятия КНР тесно взаимодействуют с малыми и средними частными логистическими компаниями для достижения взаимовыгодного сотрудничества. Осуществляется локальное формирование команды логистических услуг, повышение уровня персонала, обеспечение качества и эффективности обслуживания, уделяется внимание регулярному обучению и оценке сотрудников.

В этих условиях российские компании, самостоятельно осуществляющие транспортировку грузов из КНР в Россию, должны использовать научные подходы к управлению транспортной логистикой для организации эффективного товаропотока. Перевозка сложными маршрутами требует наиболее оптимального сочетания транспортных средств и согласования действий различных видов транспорта на разных участках передвижения груза.

Считаем, что наиболее важной задачей в области рациональной организации товаропотока для логистических компаний, осуществляющих транспортировку груза из КНР, является выбор логистических посредников и выбор рациональных маршрутов транспортировки грузов.

Для рационального выбора логистических посредников (например, производителей товара из КНР) применяются методы однокритериального и многокритериального анализа. При использовании однокритериального анализа составляется рейтинг поставщиков с использованием качественной и количественной оценки. Посреднику, который обладает наибольшей интегральной оценкой, эксперт присваивает рейтинг один, у посредника, у которого интегральная оценка по величине идет за интегральной оценкой посредника с рейтингом один, рейтинг два, далее аналогичным образом следует рассмотреть всех посредников.

Таким образом, КНР можно рассматривать в качестве крупнейшего внешнеторгового партнера Российской Федерации. Чтобы способствовать глубокому сотрудничеству между КНР и Россией в двусторонней торговле, правительства двух стран предпринимают усилия по созданию инфраструктуры поддержки логистики для совместного строительства железнодорожных, воздушных, морских, автомобильных дорог, водных путей и трубопроводного транспорта. В последние годы, благодаря реализации инициативы «Один пояс, один путь», КНР и Россия достигли ряда консенсусов в торгово-экономическом сотрудничестве, активно продвигая строительство ЭПШП и ЕЭС, а также совместно создавая Ледяной Шелковый путь. Таким образом, объем двусторонней торговли меду КНР и Россией, превышающий 100 млрд. долл., является естественным проявлением указанного сотрудничества.

В процессе исследования выявлены следующие проблемы в области взаимного торгового обмена: китайско-российская торговля относительно невелика; простая структура торговли между КНР и РФ. Укрепление стратегического взаимодействия КНР и России в новую эпоху и использование взаимодополняемости является важным фактором оптимизации товарной структуры внешнеторгового обмена.

В этих условиях требуется создание соответствующей системы логистики, гарантирующей целостность и рациональность системы, а также создающей базовые возможности для улучшения логистической транспортной способности двух стран. Необходимо улучшение качества перевозок и повышение эффективности маршрутов транспортировки грузов.

Транспортные операции являются одними из важнейших элементов логистических систем, поэтому следует уделить огромное внимание при планировании организации товаропотока именно данным статья затрат, так как они занимают большую долю среду всех логистических издержек. С помощью сокращения затрат непосредственно на осуществление перевозки грузов, можно существенно уменьшить затраты предприятия, что безусловно положительно повлияет на прибыль компании.

Список литературы:

1. Зацепина А.С., Григорьев Н.С. Логистика интернет–торговли: современное состояние способов доставки грузов из Китая в Россию // Молодой ученый. – 2016. – №13.1. – С. 42-46.
2. Экономика транспорта: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е.В. Будрина [и др.]; под редакцией Е.В. Будриной. - М: Издательство Юрайт, 2019. – 366 с.

РАЗВИТИЕ МЕЖКОНТИНЕНТАЛЬНОЙ ТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ РОССИЯ - КНР

Скрябнев Владислав Юрьевич
магистрант,
кафедра «логистика и управление транспортными системами»
факультета очного обучения,
Российский университет транспорта (МИИТ)
РФ, г. Москва
E-mail: omgicore@gmail.com

Черноносова Наталия Валерьевна
научный руководитель, канд. экон. наук, доц.,
Российский университет транспорта (МИИТ)
РФ, г. Москва
E-mail: nat-chernonosova@yandex.ru

В последние годы на правительственном уровне приняты несколько стратегически важных инициатив, направленных на развитие логистики по направлению Россия – КНР.

В первую очередь, следует рассмотреть «Один пояс, один путь» – сокращенное наименование двух инициатив: «Экономический пояс Шелкового пути» (ЭПШП) и «Морской Шелковый путь XXI века» [5]. Эти инициативы были выдвинуты Председателем КНР Си Цзиньпином в 2013 г. во время визитов в страны Центральной и Юго-Восточной Азии. Их основное содержание выражается в формулировке: через сопряжение политических установок, соединение транспортных магистралей, расширение торговли и инвестиций и сближение народов реально повышать благосостояние стран и народов в регионе Шелкового пути. Реализация инициатив строится на принципах взаимных консультаций, совместного строительства и совместного пользования достижениями сотрудничества.

«Один пояс, один путь» географически охватывает страны и регионы Восточной Юго-Восточной, Южной, Юго-Западной и Центральной Азии, а также страны Центральной и Восточной Европы. Реализация этих инициатив, отвечающая интересам всех сторон и трендам регионального и глобального сотрудничества, вызвала позитивную реакцию в регионе Шелкового пути.

В начальной стадии реализации инициативы «Один пояс, один путь» были выделены пять основных целей инициативы: во-первых, обмен между странами региона информацией по стратегии экономического развития для поиска точек соприкосновения; во-вторых, развитие дорожного сообщения для создания больших транспортных коридоров; в-третьих, организация бесперебойной торговли в ходе упрощения торговых и инвестиционных процедур; в-четвертых, укрепление сферы денежного обращения для осуществления обменов и расчетов в национальных валютах в счет постоянных операций и в счет капитала; в-пятых, взаимное изучение устремлений народов.

На конец 2018 г. уже более ста стран, международных и региональных организаций выразили поддержку и активное желание принять участие в соответствующих программах сотрудничества. Более 40 стран и международных организаций подписали правительственные соглашения с КНР о совместной реализации этих инициатив. По решению руководящих структур ЕАЭС и КНР в мае 2015 г. было сделано совместное заявление Российской Федерации и КНР о сотрудничестве по сопряжению строительства Евразийского экономического союза (ЕАЭС) и Экономического пояса Шелкового пути (ЭПШП).

Первого ноября 2017 года китайские лидеры во время встречи с премьер-министром России Дмитрием Медведевым, предложили, чтобы КНР и Россия совместно разработали и использовали развитие и использование арктических водных путей для создания «Ледяной Шелковый путь». Такой проект создал новую платформу сотрудничества для совместного развития и использования арктического водного пути между КНР и Россией – это новый морской шелковый путь КНР, обращенный к северу. Строительство «Ледового шелкового пути» повысит статус и роль Северо-Восточного Китая в качестве важного узла и узла Северного морского пути, углубит сотрудничество между Северо – Восточным Китаем и российским Дальним Востоком и будет способствовать строительстве международных коридоров перевозки «Приморье – 1» и «Приморье –2».

В последние годы Россия активно выступает за разработку и использование Северного морского пути. На первом Восточном экономическом форуме в сентябре 2015 года президент Путин выдвинул предложение о сотрудничестве по развитию Северного морского пути, превратив Северный канал в новую транспортную артерию и экономический коридор, связывающий евразийский континент. Он отметил, что в связи с большим потенциалом для развития главная задача – сделать Севморпуть конкурентным транспортным коридором глобального значения, в том числе для контейнерных перевозок, которые доминируют в мировом грузообороте [3].

Инициатива строения Северного морского пути созвучна идеологии развития нового шелкового пути. Двадцатого июня 2017 года правительство КНР опубликовало концепцию сотрудничества на море в рамках инициативы «Один пояс, один путь», в которой было отмечено, что следует интенсифицировать сопряжение стратегий развития стран, через которые пролегает Морской Шелковый путь XXI века, всесторонне стимулировать деловое сотрудничество во всех сферах. Сообща строить бесперебойно действующие, безопасные и высокоэффективные морские магистрали, сообща способствовать созданию площадок для сотрудничества на море, коллегиально развивать партнерские отношения на море.

Сотрудничество между КНР и Россией в развитии Северного морского коридора открыло новое направление для строительства «Один пояс, один путь». Развитие и использование Северного морского прохода откроет новые морские транспортные маршруты, соединяющие Азию и Европу. После открытия Северного морского пути сократится дальность традиционных маршрутов на 25% – 55% (из портов к северу от порта Шанхай до портов западной Европы, Северного моря и Балтийского моря), существенно сократится стоимость морских перевозок международной торговли. Так, по оценкам экспертов в сравнении с морской линией «Малаккский пролив – Суэцкий канал» Северный морской путь сокращает время транспортировки минимум на 20 дней и экономит 25%-30% стоимость перевозки [2].

Таким образом, проект «Ледяной Шелковый путь» можно рассматривать как опорный логистический пункт сотрудничества КНР и РФ в области развития взаимной торговли.

Одним из предложенных маршрутов в рамках «Один пояс, один путь» является международный коридор экономического сотрудничества КНР-Монголия-Россия. Инициатива создания такого коридора была выдвинута Председателем Си Цзиньпином 11 сентября 2014 г. на первом саммите Китай – Россия – Монголия, проходившем в столице Таджикистана Душанбе. Эта инициатива встретила активный отклик со стороны Президента РФ В.В. Путина и Президента Республики Монголия Цахиагийна Элбэгдоржа. 23 июня 2016 г. состоялось подписание «Основных пунктов программы строительства экономического коридора КНР – Монголия – Россия», ставших первым документом такого рода в многостороннем сотрудничестве по линии «Один пояс – один путь». Строительство указанного коридора является важной составляющей ЭПШП, ориентированной на сопряжение с инициативами со стороны России по развитию Евразийского союза и со стороны Монголии по реализации программы «Степной путь».

Коридор будет проходить по двум маршрутам: от треугольника Пекин – Тякьцзинь – Хэбэй на севере Китая через Хук-Хото и далее на Монголию и Россию и от городов Даляня, Шэньяна, Чанчуня и Харбина через Маньчжурию (Китай) до г. Чита (РФ). На этих маршрутах выделены 7 ведущих направлений сотрудничества: развитие и соединение транспортной инфраструктуры, обустройство погранпереходов и усиление таможенного, санитарно-эпидемического контроля, укрепление сотрудничества в производственной и инвестиционной сферах, углубление торгово-экономического сотрудничества, расширение сотрудничества в гуманитарной сфере, развитие сотрудничества в охране окружающей среды, продвижение регионального и приграничного сотрудничества. Главным направлением определена транспортная инфраструктура [1].

Таким образом, рассмотренные проекты развития межконтинентальной транспортной системы по направлению Россия – КНР будут способствовать

расширению межконтинентальных торговых потоков, являются взаимовыгодными для КНР и России, в том числе в контексте развития инфраструктуры транспортной логистики. Реализация рассмотренных проектов российско-китайского сотрудничества позволит построить высокоскоростные железные дороги [4], чтобы ускорить логистику и время распределения, сократить цикл распределения и повысить доверие потребителей к логистике, тем самым способствуя развитиям трансграничной торговля КНР в России.

Чтобы способствовать глубокому сотрудничеству между КНР и Россией в двусторонней торговле, правительства двух стран предпринимают усилия по созданию инфраструктуры поддержки логистики для совместного строительства железнодорожных, воздушных, морских, автомобильных дорог, водных путей и трубопроводного транспорта.

Список литературы:

1. Главное таможенное управление КНР.URL: http://www.customs.gov.cn.
2. Кобылкин Д.Н. Перспективные коридоры на направлении Китай – Россия – Европа / Д.Н. Кобылкин, С.В. Доманский, Г.И. Нак. // Мир транспорта. - 2018. - С. 138-145.
3. Официальные сетевые ресурсы Президента России. URL: http://www.kremlin.ru/events/president/news/50232.
4. Пойдем одним путем: ОАО «Российские железные дороги». URL: http://press.rzd.ru/smi/public/ru?STRUCTURE_ID=2&layer_id=5050&id=307595
5. Форум международного сотрудничества «Пояс и путь». URL: http://russian.news.cn/2017-05/23/c_136307366.htm.

СЕКЦИЯ

«РЕГИОНОВЕДЕНИЕ»

РЕГИОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК СОВРЕМЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНОГО ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ: ОПЫТ БАШКОРТОСТАНА

Дряев Максим Русланович
студент, Южно-Российский институт управления (филиал),
«Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации,
РФ, г. Ростов-на-Дону
E-mail: makdryaev9@gmail.com

Куреневский Алексей Сергеевич
студент, Южно-Российский институт управления (филиал),
Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации,
РФ, г. Ростов-на-Дону
E-mail: a.s.k.science@yandex.ru

Суворкина Жанна Андреевна
студент, Московский областной филиал,
Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации,
РФ, г. Красногорск
E-mail: terentjevajanna@yandex.ru

Суворкин Александр Сергеевич
студент, Московский областной филиа,
Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации,
РФ, г. Красногорск
E-mail: suvorkin.aleks@rambler.ru

АННОТАЦИЯ

В данной научной работе комплексно рассмотрена целесообразность применения инструментов маркетинга и брендинга на региональном уровне. Авторы при рассмотрении данной информации исходили из тезиса о том, что региональный маркетинг на современном этапе развития общества и информационных технологий является действенным инструментом, который

позволяет создавать конкурентную среду в регионе и формировать новые механизмы функционирования социальных институтов общества. Также, в дополнение к данным тезисам, рассматривается эффективность применения территориального маркетинга на территории Башкортостана. На основании этого рассмотрения делаются выводы, которые, на взгляд авторов, позволят создать действительно конкурентную среду в каждом регионе Российской Федерации на основании использования приемов территориального маркетинга.

Ключевые слова: региональный маркетинг; Башкортостан; регионы; брендинг территории; конкуренция; конкурентная среда регионов.

Региональный маркетинг является эффективным современным инструментом формирования и совершенствования территорий, их экономической, социальной и инвестиционной привлекательности. В настоящее время он активно применяется во многих регионах страны государственными органами и частными инвесторами. Во многом процесс реализации регионального маркетинга показывает достойные результаты, но необходимо отдавать отчёт в том, что этот инструмент, как и любые другие методы и приёмы совершенствования территорий имеет свои недостатки, которые негативно сказываются на всём процессе. Негативных сторон, конечно же, немало, поскольку сам региональный маркетинг как элемент государственного управления на региональном уровне в России появился относительно недавно. Рыночные отношения сами вынудили сформироваться этот инструмент в нашей стране. На нескольких примерах, мы выявим некоторые проблемы реализации регионального маркетинга и предложим некоторые альтернативные варианты их решения.

Достаточно интересен в этом плане опыт республики Башкортостан. Его анализ провели в своей статье «Необходимость комплексного использования инструментария территориального маркетинга и брендинга на региональном и муниципальном уровнях управления (на примере республики Башкортостан)»

два профессора Уфимского Федерального исследовательского центра Российской академии наук Исянбаев М.Н. и Ахметов В.Я. Они провели оценку применения некоторых инструментов регионального маркетинга на территории Башкортостана и выявили возникающие при этом проблемы с последующим предложением их современного и комплексного решения.

Обращаясь к исследованиям учёных в рамках изучения вопроса именно регионального маркетинга, мы можем заметить, что зачастую под регионом понимается территория, которая не обязательно должна быть географически или политически определенной в границы. Обычно административные границы дают ориентиры, но трансграничные маркетинговые проекты тоже могут быть полезными. Одними из первых, кто успешно применил эти инструменты, были американские города-побратимы Сент-Пол и Миннеаполис, которые преуспели в создании программ экономического развития, основанных на принципах маркетинга и регионального брендинга.

Маркетинговый регион — это пространственная структура, представленная аудитории. Регион подчиняется целям маркетинговой программы, созданной его региональными субъектами. Таким образом, зритель или целевой рынок в конечном итоге решает, что такое регион.

Рассматривая регион с социально-экономической точки зрения, необходимо определить регион по социальному взаимодействию, мелким социально-экономическим сетям. Термин «региональная идентичность» следует определять как идентификацию представителей регионального развития с проектом (проект коллективного регионального развития), в отличие от идентификации только с физической частью ландшафта. При этом регион может быть легко рассмотрен как более крупная корпорация с несколькими взаимодействующими отделами, которая развивает свою собственную корпоративную культуру. Жителей области и работников региональных учреждений можно рассматривать как акционеров. Они могут инвестировать в регион, принимая участие в принятии решений посредством гражданской инициативы. Результаты этих инициатив должны привлечь «региональных акционеров» в положение лучших шансов

трудоустройства и доходов. Котлер предполагает, что региональный маркетинг с интегрированным планированием в перспективе поможет достичь ключевых целей регионального развития.

На сегодняшний день в Российской Федерации сложилась тенденция недостаточного внимания к развитию регионального маркетинга, что негативно сказывается на конкурентных преимуществах многих регионов, которые могли бы намного дальше продвинуться при развитии регионального бренда.

Данная проблематика сейчас нуждается в актуализации, прежде всего, применительно к Башкирскому Зауралью - юго-восточным районам Башкортостана, которые уже долгие годы относятся к категории моно-структурных и депрессивных, остро нуждаются в инвестициях для создания новых и расширения деятельности существующих предприятий, уменьшения массового оттока населения в другие регионы, сохранения оставшихся деревень и повышения качества жизни на селе [1].

Для вывода этих районов из кризисного состояния на путь стабильного и устойчивого развития была разработана при участии авторов данной статьи «Среднесрочная комплексная программа экономического развития Зауралья на 2011-2015 годы», утвержденная Постановлением Правительства республики Башкортостан от 24.02.2011 г. № 38 и пролонгированная сейчас до 2020 года [2].

В ней предполагается активное использование различных инструментов территориального маркетинга, в том числе, брендинга для увеличения притока федеральных, региональных и частных инвестиций в экономику депрессивных районов.

Однако до сих пор в Республике Башкортостан использование маркетингового подхода в региональном и муниципальном управлении носит весьма спонтанный и не комплексный характер, что является одной из причин снижения инвестиционного рейтинга региона в последние годы и снижении объема инвестиций практически в 2 раза по итогам 2018 года.

Если в целом на региональном уровне что-то все же делается в этой области (разработаны гид (путеводитель) инвестора, инвестиционные паспорта

городских округов и муниципальных районов, туристический бренд «TERRA BASHKIRIA» и др.), то на уровне отдельных муниципальных образований, в том числе в городах и районах Башкирского Зауралья, маркетинговая работа практически не проводится до сих пор. Так, даже Бурзянский муниципальный район, имея достаточно известные бренды «Шульган-Таш» («Капова пещера»), «Бурзянский мед» остается долгие годы одним из дотационных в республике и отстающим по многим показателям социально-экономического развития.

Поэтому сейчас предварительно целесообразно проведение мониторинга среди предпринимателей, населения, возможно интернет-опроса по узнаваемости брендов для дальнейшего анализа их развития. Инициаторами подобных опросов должны выступать заинтересованные субъекты - как сами производители и продавцы различных товаров и услуг, так и отделы экономики и прогнозирования Администраций городов и районов, научные и образовательные учреждения. Проведение конкурсов на региональном и муниципальном уровнях, в сети интернет с соответствующим призовым фондом на лучшие названия товаров и услуг, отдельных территорий, объектов; логотипы; рекламные слоганы, также, безусловно, способствовало бы повышению эффективности территориального брендинга [2].

С районами Республики Башкортостан, учитывая возрастающий спрос в мире и в России на экологически чистую и этнически уникальную продукцию, должно ассоциироваться масштабное производство натуральных этно-(национальных) продуктов: баранины, конины, казылык, кумыса, талкана, меда и другой продукции пчеловодства (прополиса, маточного молочка), изделий народных промыслов и ремесел, которое очень хорошо дополняло бы туризм.

Создание в перспективе в Башкортостане туристско-рекреационной зоны с льготным налогообложением для субъектов этнобизнеса, в том числе, агро- и этнотуризма, прежде всего, в юго-восточных районах, располагающих первозданной природой с живописными ландшафтами, памятниками природы и уникальными ресурсами санаторно-курортного лечения, значительно расширило бы масштабы внутреннего въездного туризма и производства

экологически чистой национальной (этно-) продукции с минимальными издержками.

Таким образом, на примере республики Башкортостан, мы можем выявить одну из основных проблем, возникающих при реализации регионального маркетинга на территории Российской Федерации. Многие регионы по итогу остаются незамеченными и отдалёнными от крупного инвестиционного капитала, что приводит к стагнации их территории и застаивании реального потенциала. Исходя из общих характеристик территориального потенциала Башкортостана, выделенного нами выше, мы можем констатировать, что данный регион по своей инвестиционной привлекательности может быть не меньше, чем Краснодарский край.

Некоторые стереотипы и общественные взгляды сформировали мнение о невыгодности и нецелесообразности инвестирования подобных регионов и их эффективного развития. Частные и государственные инвестиции на сегодняшний день всё больше притягиваются в центральную и южную часть Российской Федерации, что негативно сказывается на отдалённых территориях страны.

Для решения данной проблемы предлагаются аналогичные опыту Башкортостана инструменты, а именно проведение опросов среди инвесторов с целью выявления основных субъективных факторов, которые влияют на формирование у них негативного взгляда на целесообразность инвестирования в менее развитые территории с крупным территориальным потенциалом.

Результаты данного опроса должны будут сформироваться в единый статистический материал, на основании которого специалистами будет разработан методический материал, описывающий действительный потенциал подобных территорий и реальный положительный эффект для инвесторов.

Подобная практика на сегодняшний день проводится в России при формировании особых экономических зон. Под особой экономической зоной понимается часть территории Российской Федерации, которая определяется Правительством Российской Федерации и на которой действует особый режим осуществления предпринимательской деятельности, а также может применяться таможенная процедура свободной таможенной зоны [3].

Среди таких зон выделяют следующие типы:

1) промышленно-производственные особые экономические зоны;
2) технико-внедренческие особые экономические зоны;
3) туристско-рекреационные особые экономические зоны;
4) портовые особые экономические зоны.

По состоянию на 2019 год в стране насчитывается 25 таких зон, успешно развивающихся в рамках своей территории [3].

Особые экономические зоны создаются в целях развития обрабатывающих отраслей экономики, высокотехнологичных отраслей экономики, развития туризма, санаторно-курортной сферы, портовой и транспортной инфраструктур, разработки технологий и коммерциализации их результатов, производства новых видов продукции.

Создание подобного типа территорий является эффективным инструментом государственного управления, поскольку, во-первых, финансирование формирования подобных зон производится непосредственно из федерального бюджета, а, во-вторых, государство таким образом привлекает крупных инвесторов, которым предоставляются определенные экономические льготы.

Потенциал развития таких территорий огромный и представляет большой интерес для современной России. Этот инструмент является крайне эффективным в рамках решения некоторых проблем, возникающих при реализации регионального маркетинга.

Таким образом, мы убедились, что региональный маркетинг как социальное и экономическое явление содержит в себе множество проблемных аспектов. В рамках государственного управления государственные органы, реализующие систему регионального маркетинга, выявляют данные проблемы и формируют дальнейшие пути их решения. Мы рассмотрели подобную практику на примере республики Башкортостан, где предлагалось формирование решения проблем путём проведения опросов среди инвесторов. Также одним из путей решения проблем нами была выявлена тенденция создания на территории Российской Федерации особых экономических зон, в которых инвесторам предоставляются определённые преимущества и льготы, что привлекает их намного больше.

Список литературы:

1. Исянбаев М.Н. Депрессивные территории: механизмы управления социально-экономическим развитием [Электронный ресурс] // Вестник Евразийской науки, 2018 № 6 https://esj.today/PDF/01ECVN618.pdf
2. Ахметов В.Я., Якшимбетова Г.И. «Точки роста» экономики современного села (на примере сельских районов Республики Башкортостан) [Электронный ресурс] // Вестник Евразийской науки. - 2018. - № 2. - Режим доступа: http://ecj.today/PDF/66ECVN218.pdf (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. Рус., англ. DOI: 10.15862/66ECVN218.
3. Федеральный закон от 22.07.2005 N 116-ФЗ (ред. от 18.07.2017) "Об особых экономических зонах в Российской Федерации" // "Собрание законодательства РФ", 25.07.2005, N 30 (ч. II), ст. 3127.

СЕКЦИЯ

«ЭКОНОМИКА»

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЛЮДЯНСКОМ РАЙОНЕ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

Бабина Мария Андреевна
студент,
кафедра менеджмента, маркетинга и сервиса
Байкальский государственный университет,
РФ, г. Иркутск
E-mail: zaodorozhnik@yandex.ru

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF FACTORS OF THE EXTERNAL ENVIRONMENT ON THE DEVELOPMENT OF TOURISM ACTIVITIES IN THE SLYUDIANSKII DISTRICT OF THE IRKUTSK REGION

Maria Babina
student,
Department of Management, Marketing and Service,
Baikal State University,
Russia, Irkutsk

АННОТАЦИЯ

Цель статьи состояла в анализе воздействия внешней среды на развитие туристской деятельности в Слюдянском районе Иркутской области. Методы исследования – PEST-анализ и экспертная оценка. По результатам анализа было выявлено, что существенное влияние на развитие туристской деятельности в Слюдянском районе Иркутской области оказывают политические и экономические факторы внешней среды, при этом наиболее существенное отрицательное влияние оказывают рост налоговой нагрузки, повышение НДС, рост стоимости ГСМ. Однако несмотря на негативное воздействие политических, социальных и экономических факторов был сделан вывод о том, что в настоящее время открываются благоприятные возможности для развития туристской деятельности в Слюдянском районе Иркутской области.

ABSTRACT

The purpose of the article is to analyze the impact of the external environment on the development of tourism in the Slyudyansky district of the Irkutsk region. Research methods - PEST analysis and expert assessment. The article revealed that political and economic environmental factors have a significant impact on the development of tourism in the Slyudyansky district of the Irkutsk region. The most significant negative impact is exerted by the factors: an increase in the tax burden, an increase in the value added tax, and an increase in the cost of fuels and lubricants. The article concludes that currently there are favorable opportunities for the development of tourism in the Slyudyansky district of the Irkutsk region.

Ключевые слова: туристская деятельность; PEST-анализ; внешняя среда.

Keywords: tourist activity; PEST-analysis external environment.

В связи с распространением короновирусной инфекции во всем мире, в том числе и России меняются условия функционирования различных отраслей и сфер деятельности. Туристская деятельность относится к числу отраслей наиболее сильно пострадавших от действия мер, предпринимаемых правительствами многих стран в связи с распространением короновирусной инфекции. Вместе с тем, наблюдаемые вызовы 2020 года могут оказать как положительное, так и отрицательное воздействие на дальнейшее функционирование сферы туризма. В данной статей представлена попытка проанализировать воздействие внешней среды на развитие туристской деятельности в Слюдянском районе Иркутской области.

Для осуществления анализа внешней среды разработаны и активно используются множество методов, к числу которых относится PEST-анализ. PEST-анализ основывается на проведении анализа основных составляющих макро- и мегасреды, в том числе социальных, технологических, экономических и политических факторов. Достоинством метода является то, что он ориентирует на возможные изменения внешней среды, позволяет учитывать неуправляемые

факторы. Однако PEST-анализ требует проведения дополнительного много-факторного анализа рыночных факторов, факторов конкурентоспособности, международных факторов и др. Используя метод PEST-анализа проведем анализ факторов внешней среды Слюдянского района Иркутской области в аспекте развития туристской деятельности (табл.1).

Таблица 1.

PEST-анализ факторов внешней среды Слюдянского района Иркутской области

Политика (P)	**Экономика (E)**
1. Политическая ситуация в стране нестабильная, страна находится под давлением мировых санкций. 2. Законодательство в сфере налогов и сборов меняется, в 2019 г. изменился размер МРОТ, возросла налоговая нагрузка на бизнес, меры поддержки государства в связи с пандемией не работают в полной мере. 3. Повышаются ставки НДС, что влияет на удорожание производства, оборудования. 4. В связи с пандемией от короновирусной инфекции границы России с соседними государствами закрыты, что может способствовать развитию внутреннего туризма в стране. 5. В Слюдянском районе Иркутской области созданы благоприятные условия для развития туристской деятельности (Особая экономическая зона туристско-рекреационного типа).	1. Экономика России находится в рецессии, рост ВВП не превышает 1% в год [1, 2]. 2. Уровень инфляции в 2019 г. составил 3,1% [3]. 3. Растут тарифы коммунальных хозяйств, тарифы на электроэнергию, газоснабжение, таможенные пошлины [4]. 4. Растет стоимость ГСМ, ожидается существенное увеличение стоимости бензина, что повиляет на себестоимость продукции и услуг [5]. 5. Сфера туризма и гостеприимства первую половину 2020 г. находится в кризисе, предприятия терпят убытки, элиминируют деятельность, в краткосрочном периоде ожидается улучшение состояния лишь некоторых предприятий, ориентированных на внутренние направления [9, 10].
Социум (S)	**Технология (T)**
1. В стране уровень трудоспособного населения составляет 59% [6]. 2. Уровень реальных денежных доходов населения снижается [7], что негативно сказывается на желании населения строить и покупать недвижимость, вкладывать инвестиции в строительство [8] 3. В связи с пандемией от короновирусной инфекции растет интерес населения к разнообразному досугу, путешествиям по внутренним туристским направлениям	1. Благодаря современным технологиям машины и оборудование становятся все более совершенными, энергосберегающими 2. Разрабатываются информационные системы для автоматизации производства, изыскательских работ, строительства. 3. Совершенствуются сырье и материалы.

Для того, чтобы оценить значимость факторов внешней среды была проведена экспертная оценка их значимости (экспертом выступил генеральный директор предприятия, более десяти лет осуществляющего туристскую деятельность на территории Иркутской области). Экспертная оценка проводилась по следующей шкале:

1 – малозначимый фактор, изменение которого останется незамеченным;

2 – средний по значимости фактор, влияние на прибыль ощущается в случае его глобального изменения;

3 – фактор высокой значимости, даже небольшие колебания отражаются на результатах деятельности предприятия,

Таблица 2.

Экспертная оценка значимости факторов внешней среды (PEST)

Фактор	**Экспертная оценка**
Политика (Р)	
Политическая ситуация в стране нестабильная, страна находится под давлением мировых санкций.	1
Законодательство в сфере налогов и сборов меняется, в 2019 г. изменился размер МРОТ, возросла налоговая нагрузка на бизнес, меры поддержки государства в связи с пандемией не работают в полной мере.	3
Повышаются ставки НДС, что влияет на удорожание производства, оборудования.	3
В связи с пандемией от короновирусной инфекции границы России с соседними государствами закрыты, что может способствовать развитию внутреннего туризма в стране	2
В Слюдянском районе Иркутской области созданы благоприятные условия для развития туристской деятельности	3
Средняя оценка влияния политических факторов	**2,4**
Экономика (Е)	
Экономика России находится в рецессии, рост ВВП не превышает 1% в год	2
Уровень инфляции в 2019 г. составил 3,1%	1
Растут тарифы коммунальных хозяйств, тарифы на электроэнергию, газоснабжение, таможенные пошлины	2
Растет стоимость ГСМ, ожидается существенное увеличение стоимости бензина, что повиляет на себестоимость продукции и услуг	3
Сфера туризма и гостеприимства первую половину 2020 г. находится в кризисе, предприятия терпят убытки, элиминируют деятельность, в краткосрочном периоде ожидается улучшение состояния лишь некоторых предприятий, ориентированных на внутренние направления	3

Окончание таблицы 2.

Фактор	**Экспертная оценка**
Средняя оценка влияния экономических факторов	**2,2**
Социум (S)	
В стране уровень трудоспособного населения составляет 59%	1
Уровень реальных денежных доходов населения снижается, что негативно сказывается на желании населения строить и покупать недвижимость, вкладывать инвестиции в строительство	2
В связи с пандемией от короновирусной инфекции растет интерес населения к разнообразному досугу, путешествиям по внутренним туристским направлениям	3
Средняя оценка влияния социальных факторов	**2,0**
Технология (T)	
Благодаря современным технологиям машины и оборудование становятся все более совершенными, энергосберегающими	2
Предприятие применяет современные информационные системы для автоматизации производства, изыскательских работ, строительства	2
Совершенствуются сырье и материалы	2
Средняя оценка влияния технологических факторов	**2,0**

Таким образом, существенное влияние на развитие туристской деятельности оказывают политические и экономические факторы внешней среды, при этом наиболее существенное отрицательное влияние оказывают рост налоговой нагрузки, повышение НДС, рост стоимости ГСМ. Однако к положительным политическим факторам относится создание благоприятных условий для развития туристской деятельности в Слюдянском районе Иркутской области, а также перспектива улучшения условий для предприятий туристской сферы, ориентированных на внутренние направления.

В целом по результатам PEST-анализа можно сделать вывод, что несмотря на негативное воздействие политических, социальных и экономических факторов можно использовать возможности в сфере туризма, открывающиеся в связи с пандемией от короновирусной инфекции, а также благоприятными условиями для развития данной деятельности в Слюдянском районе Иркутской области.

Список литературы:

1. Данные Росстат: Федеральная служба государственной статистики. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://old.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts/# (дата обращения: 30.05.2020).
2. Российская экономика в апреле рухнула на 12%. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: https://secretmag.ru/news/rossiiskaya-ekonomika-v-aprele-rukhnula-na-12.htm (дата обращения: 30.05.2020).
3. Росстат объявил итоговую инфляцию за 2019 год. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: https://finance.rambler.ru/realty/43444170-rosstat-obyavil-itogovuyu-inflyatsiyu-za-2019-god/ (дата обращения: 30.05.2020).
4. Рост тарифов ЖКУ в 2019 г. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.ipem.ru/files/files/research/20190701_expert_opinion_public_utilities_tariffs.pdf (дата обращения: 30.05.2020).
5. Бензин пойдет в рост: в июне России грозит дефицит топлива. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: https://ria.ru/20200512/1571165494.html (дата публикации: 12.05.2020) (дата обращения: 30.05.2020).
6. Структура занятости населения России. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: https://visasam.ru/russia/rabotavrf/zanyatost-naseleniya-rossii.html (дата публикации: 15.04.2020) (дата обращения: 30.05.2020).
7. Бюллетень о текущих тенденциях российской экономики. Февраль 2020. Динамика доходов населения. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/rus_feb_2020.pdf (дата обращения: 30.05.2020).
8. РБК: Рынок недвижимости: что произойдет в строительном секторе в 2020 году? [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: https://quote.rbc.ru/news/article/5e0324189a794758e0e19e78https://quote.rbc.ru/news/article/5e0324189a794758e0e19e78 (дата обращения: 30.05.2020).
9. Рубцова Н.В. Тенденции развития малого предпринимательства в сфере гостеприимства России // Экономика, предпринимательство и право. — 2019. — Том 9. — № 4. — С. 717-726.
10. Рубцова Н.В. Современное состояние и проблемы развития санаторно-курортной сферы Прибайкалья // Экономика, предпринимательство и право. – 2020. – Том 10. – № 1. – С. 89-98.

МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ НЕФТЕДОБЫЧИ НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Бондаренко Иннокентий Вадимович
студент, кафедра менеджмента в отраслях ТЭК,
Тюменский государственный университет
РФ, г. Тюмень
E-mail: kesha110591@gmail.com

Сильванский Александр Анатольевич
научный руководитель, канд. экон. наук, доц.,
кафедра менеджмента в отраслях ТЭК,
Тюменский Индустриальный Университет
РФ, г. Тюмень

АННОТАЦИЯ

В данной статье анализируется роль добывающей отрасли в экономике РФ, приводятся экономические факторы риска на нефтедобывающем предприятии. Особо актуальными в настоящее время становятся процессы разработки и совершенствования методов нефтедобычи. В статье рассмотрены тепловые и газовые методы увеличения эффективности извлечения нефти из нефтеносных пластов.

Ключевые слова: нефть, нефтеносный пласт, эффективность, тепловые методы, газовые методы, извлечение нефти.

Нефтегазовая отрасль за счет своего экономического потенциала по праву является одной из самых основных и значимых отраслей мира и Российской Федерации, в частности. Именно обширные богатства, среди которых большую часть занимают углеводороды, спрятанные в недрах земли, способствуют развитию нашей страны и международных отношений. Поэтому тем, насколько эффективно функционирует нефтяная промышленность, как рационально используется её сырьевая база, определяется не только устойчивое развитие и стабильность добывающей отрасли, но и экономическая стабильность всего состояния российской экономики.

Несмотря на значимость данной отрасли и огромные технические и материальные вложения в развитие технологии процессов извлечения, обработки и транспортировки углеводородного сырья, можно наблюдать, что во всех процессах найдутся нерешенные со стопроцентной эффективностью проблемы, есть потенциал для совершенствования, разработки и внедрения новых научных методов, технологий. Функционирование предприятий в таких условиях требует использования новых подходов к управлению, способствующих увеличению результативности производственной деятельности.

Если исходить из специфики буровой промышленности, связанной с добычей не подлежащих возобновлению ресурсов углеводородов, то главным инструментом развития на предприятии данной отрасли является использование наиболее совершенных методов увеличения эффективности её добычи. Актуальность данной темы также обеспечивается тем фактом, что, несмотря на общий рост потребления нефти, эффективность её извлечения считается неудовлетворительной (средняя конечная нефтеотдача пластов в различных регионах и странах варьируется от 25 до 45%).

На данный момент наиболее освоенными считаются 4 группы методов увеличения нефтеотдачи [1, с. 107]: тепловые, газовые, химические и комбинированные. Рассмотрим более подробно первые 2 группы.

1. Тепловые методы повышения нефтеотдачи пласта.

При применении этих методов на резервуар влияет тепловая энергия, которая транспортируется теплоносителями или высвобождается непосредственно в резервуаре при экзотермических химических реакциях (сжигании). Часто эта технология используется одновременно с гидро- и термодинамическими методами. Тепловые методы позволяют извлечь до 30-58% нефти и могут использоваться в случаях с самыми сложными физико-геологическими условиями [2, с. 15]. В настоящее время используются следующие термические методы:

- внутрипластовое горение – это способ перемещения нефти, основанный на закачке окислителя (воздуха, воздуха с кислородом, чистого кислорода

или воздуха с водой) и инициировании процесса окисления (сжигания) нефти непосредственно в пористой среде образования. Вытеснение нефти достигается за счет снижения вязкости нефти, выгорания тяжелых компонентов, смешивания продуктов паровой дистилляции и термического крекинга нефти и пластовой воды. Основным преимуществом данного метода является его экономичность;

- паротепловое воздействие на пласт: метод основан на вытеснении нефти за счет введения пара. Пар вводится через специальные скважины для ввода пара, расположенные внутри нефтяного контура. Пар распределяется между 5-9 скважинами. Процесс подачи является непрерывным. Основными преимуществами метода являются высокая нефтеотдача и низкая потеря тепла из-за высоких скоростей ввода. Но для этого метода необходима дорогостоящая подготовка воды. Технология экономически эффективна только для скважин с глубиной до 1000 метров и часто приводит к коррозии оборудования;
- вытеснение нефти горячей водой: метод основан на вытеснении нефти за счет введения горячей воды. Технология позволяет увеличить нефтеотдачу пластов на 15-17% и лишь незначительно отличается от обычного ввода воды вторичных способов добычи нефти. Температура воды обычно около 200-300°С, давление 20 МПа. Дополнительное тепло, транспортируемое водой, приводит к снижению вязкости и тепловому расширению жидкостей, и изменению межфазного взаимодействия нефти и воды;
- пароциклические обработки скважин: это метод стимуляции вытеснения нефти за счет периодического введения пара в нефтяной пласт через нагнетательные скважины. Технология включает три этапа: закачка пара (около 25 дней), нагрев пласта, когда скважина закрыта, и добыча нефти (8-12 недель).

2. Газовые методы повышения нефтеотдачи пласта.

Введение органических и неорганических газов в пласт используется при вторичном и третичном способах добычи нефти с целью поддержания пластового давления. Газовые методы предполагают блокирование действия капиллярных сил за счет частичного или полного смешения газа с нефтью.

Стабильность процесса достигается путем чередования закачки порций газа, газа и воды или газовой водяной смеси. Чистый газ применяется в случае вертикального смещения нефти или пластов с низкой проницаемостью, где затопление неприменимо. Газовые методы позволяют увеличить добычу нефти на 5-19% по сравнению с обычными водонапорными методами, применяемыми при вторичном способе. Существуют следующие газовые методы [3, с. 96]:

- закачка газа под высоким давлением в пласт: представляет собой метод стимуляции, основанный на закачке газообразных соединений под давлением. Это инициирует процесс ретроградного испарения и конденсации компонентов нефти. Этот метод требует очень высокого давления (70-100 МПа) и больших объемов газа (до 3 000 м3 газа потребуется при нормальных условиях для растворения 1 м3 нефти). Вязкость нефти постоянно снижается, и свойства нефти и газа становятся ближе. Метод очень эффективен для резервуаров с высоким уровнем воды и для истощенных резервуаров со значительными запасами. Однако метод очень дорогостоящий и сложный. Существует опасность прорыва газа в добывающие скважины;
- воздействие на пласт углеводородным газом: способ, включающий закачку смеси газообразных углеводородов через трубопровод. Пространство между трубой и корпусом блокируется пакером. Обычно закачка обогащенного газа сопровождается закачкой сухого нефтяного газа или его смеси с водой. Газы растворяются частично или полностью в нефти. Этот метод используется в резервуарах с высоким содержанием глины и увеличивает добычу нефти на 10-15% по сравнению с обычными водонапорными методами. Технология может быть использована для возрождения скважины после заводнения и безопаснее по сравнению с закачкой воздуха. Но использование углеводородов приводит к потере до 25% легких фракций, может привести к закупорке нефти в пласте, образованию гидратов и пен и прорыву газов;
- воздействие на пласт двуокисью углерода – является методом очистки резервуаров газообразным или жидким CO2. В случае использования вещества в газообразном состоянии, оно непрерывно закачивается в пласт под давлением

10-30 МПа. Жидкий CO2 вводится в виде порции, за которой следует вода. Иногда для снижения риска прорыва CO2 в добывающие скважины вводят поочередно с раствором полимеров, силиката натрия, поверхностно-активных веществ, нефтяного газа и др. Метод имеет следующие основные преимущества: CO2 является дешевым побочным продуктом нефтяной промышленности и экологически безопаснее, чем другие продукты;

- воздействие на пласт инертными и дымовыми газами: в данном случае используются газы неуглеродной природы (обычно N2 или смесь N2 и CO2). Эти газы дешевле упомянутых выше и имеют меньшую сжимаемость. Технология ввода такая же, как и у описанных выше. Основными преимуществами метода являются его низкая стоимость и то, что использование дымовых газов снижает загрязнение окружающей среды. Но следует учитывать, что этот вид газов хорошо смешивается только с легкой нефтью.

Можно сделать вывод, что в каждой из рассмотренных групп методов найдутся методы, подходящие для любых конкретных геологических и природно-климатических условий места разработки углеводородов. Задача руководства организации – выделить методы, наиболее подходящие в текущих условиях деятельности организации и реализовать их на практике.

Список литературы:

1. Брагинский О.Б. Цены на нефть: история, прогноз, влияние на экономику // Российский химический журнал. Журнал Российского химического общества им. Д.И. Менделеева. - 2008. - т. II. — № 6. – С. 106-109
2. Калинин А.А. Возможные направления совершенствования переработки нефти в России // Проблемы прогнозирования. — 2008. — № 1. – С. 14-18
3. Сургучев М.Л. Вторичные и третичные методы увеличения нефтеотдачи пластов. – М.: Недра, 1985. – 308 с.

О НЕКОТОРЫХ НАПРАВЛЕНИЯХ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ДОХОДОВ ГОРОДСКОГО ОКРУГА ЗА СЧЕТ НЕНАЛОГОВЫХ ПОСТУПЛЕНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ПСКОВА)

Колесникова Ольга Владимировна
магистрант,
кафедра управления и административного права,
Псковский государственный университет,
РФ, г. Псков
E-mail: ov-kolesnikova-2014@yandex.ru

ABOUT SOME DIRECTIONS OF IMPROVING THE FORMATION OF CITY DISTRICT REVENUES AT THE EXPENSE OF NON-TAX REVENUES (ON THE EXAMPLE OF THE CITY OF PSKOV)

Olga Kolesnikova
master's student,
Department of management and administrative law,
Pskov state University,
Russian Federation, Pskov

АННОТАЦИЯ

Автором проводится анализ формирования доходов бюджета городского округа Псков Псковской области. Для решения выявленных проблем в части мобилизации неналоговых поступлений предлагаются модельные меры, направленные на совершенствование деятельности органов публичной власти в обозначенной сфере.

ABSTRACT

Using the General scientific and private scientific methodology of cognition, the author analyzes the formation of non-tax revenues of the budget of the Pskov city district of the Pskov region. To solve the identified problems, we propose model measures aimed at improving the activities of public authorities in this area.

Ключевые слова: бюджет, совершенствование, неналоговые доходы.

Keywords: budget, improvement, non-tax revenues.

Актуальность рассмотрения направлений совершенствования формирования доходов городского округа за счет неналоговых поступлений обусловлена необходимостью научного поиска инновационных инструментов в решении проблем, связанных с реализацией данного процесса на местном уровне.

В научной доктрине не сформировалось единого мнения относительно сущностного содержания понятия «формирование доходов бюджетов». Нами разделяется точка зрения исследователей, рассматривающих данное понятие, как прохождение стадий бюджетного процесса.

Поскольку не существует дохода бюджета вообще, а существует доход конкретного бюджета, важно понимать место бюджетов городских округов как местных бюджетов в структуре трехуровневой бюджетной системы, что определяет специфический круг источников его пополнения, а также органов, реализующих полномочия по их мобилизации.

Неналоговые доходы городских округов представляют собой поступающие в бюджет платежи за пользование муниципальным имуществом, включая земельные участки, за полученные муниципальные услуги и другие. Перечень источников таких доходов в БК РФ является открытым.

Проанализируем процесс формирования доходов городских округов на примере бюджета г. Пскова Псковской области, акцентировав внимание на стадию его исполнения в 2015-2019 гг.

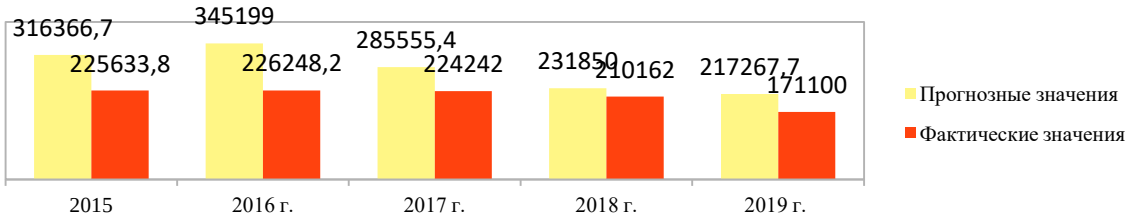
Динамика наполнения бюджета Пскова доходами в номинальном выражении нестабильна, но, в целом, имеется тенденция к росту: исследуемый показатель в 2019 г. составил более 155 % от уровня данного показателя в 2015 г. В то же время совокупный объем доходов бюджета г. Пскова в доходах консолидированного бюджета области в 2015—2019 г.г не превышал 11—17%, что незначительно.

С учетом сформировавшейся в России практики централизации доходов динамика безвозмездных поступлений в бюджет г. Пскова имеет тенденцию к росту: в период с 2018 по 2019 годы увеличились на 24%, а в период с 2015 по 2019 годы - на 98%. В соотношении с иными поступлениями бюджета города доля безвозмездных поступлений составляет более половины всех доходов.

В разрезе видовой принадлежности в структуре безвозмездных поступлений превалируют субвенции, носящие целевой характер расходования, которые не могут быть направлены на решение вопросов местного значения.

Вторым по значимости источником доходной части бюджета города являются налоговые поступления. Их средний темп прироста за исследуемый период всего 2,8%, что в номинальном выражении не превышает 40 млн. в год. Общий рост налоговых доходов обеспечивается в основном за счет НДФЛ, мобилизуемого налоговой службой.

При формировании бюджета органами местного самоуправления и иными органами власти за счет неналоговых поступлений прогнозные значения не достигаются. Общий удельный вес неналоговых поступлений в структуре всех доходов Пскова в динамике за 2015—2019 г.г. не превышает 5—6%, прослеживается общая тенденция к уменьшению объема их поступлений. В их структуре наибольший удельный вес занимают доходы от использования муниципального имущества.



Источник:[1]

Рисунок 1. Динамика неналоговых платежей в структуре доходов городского округа Псков в 2015— 2019 гг., тыс. руб., и их соотношение с прогнозными значениями

Проведенный анализ позволил выявить ряд проблем формирования доходов бюджета Пскова:

1) Преобладание в структуре безвозмездных поступлений – влечет низкий уровень автономии муниципалитета по расходам, дестимулирует органы местного самоуправления к расширению собственной доходной базы, порождает их иждивенческое поведение [2, с. 22].

2) Недостижение в процессе исполнения городского бюджета прогнозных значений по неналоговым доходам, низкий удельный вес их фактических поступлений, результатом чего является формирование «нереального» бюджета, принятие расходных обязательств, не обеспеченных реальными финансовыми доходами, а также рост дефицита бюджетов.

В целях нивелирования данных проблем, нами выработаны отдельные (неисчерпывающие) меры, направленные на обеспечение роста «собираемости» неналоговых поступлений, как наиболее гибких источников средств, без изменения их структуры и применения мер экономического развития.

Во-первых, в целях предоставления гражданам возможности получения квитанций на оплату неналоговых платежей, администрируемых органами различной ведомственной подчиненности, консультаций по различным вопросам их оплаты, фактического исполнения обязанности по уплате в бюджет городского округа на основе принципов «без комиссии» и «в одно окно», а также в целях повышения собираемости таких платежей рекомендуется формирование совместно с заинтересованными ведомствами, администрацией города офисов для уплаты неналоговых платежей. Информация о формировании офисов, а также графике их работы должна быть доведена до сведения населения, проживающего на территории города, через местные средства массовой информации, официальный сайт муниципалитета в сети Интернет, информационные стенды в магазинах, учреждениях культуры и досуга, остановках общественного транспорта и других.

Во-вторых, возможно внедрение единой онлайн-площадки для общения населения и представителей бизнеса с администрациями городских округов, территориальными Управлениями Федерального казначейства, Росприроднадзора и другими органами публичной власти, реализующими полномочия по формированию бюджетов соответствующего уровня неналоговыми платежами для целей: обсуждения вопроса необходимости уплаты неналоговых платежей в установленные сроки, повышения уровня правосознания населения на данном направлении; осуществления постоянного мониторинга работы муниципальных

унитарных предприятий г. Псков (оценка удовлетворенности населения работой муниципальных предприятий позволит выявлять неэффективно и некачественно работающие унитарные предприятия. В дальнейшем, неэффективные предприятия могут рассматриваться в качестве кандидатов для последующей приватизации или коммерциализации, что сократит расходы бюджета на их содержание и одновременно пополнит доходы бюджета средствами от продажи); обработки обращений представителей бизнеса к органам власти для обсуждения вопросов в области бюджетной политики, сложившейся практики неналогового администрирования. Результативность проведенной информационной кампании позволит снизит расходы на администрирование соответствующих платежей.

Рекомендуемые меры имеют широкое прикладное значение и доступны к применению. Их реализация может быть обеспечена на основе мероприятий, взаимоувязанных по задачам, срокам осуществления, исполнителям и ресурсам и обеспечивающих наиболее эффективное достижение их целей и решение задач, «компенсирует» низкие темпы прироста налоговых доходов, обеспечит рост собственных доходов органов местного самоуправления для решения вопросов значения, повысит самостоятельность органов местного самоуправления.

Список литературы:

1. Портала администрации г. Пскова [Электронный ресурс]. URL: http://pskovadmin.ru (дата обращения 01.06.2020).
2. Колесникова О.В. Субъекты администрирования доходов региональных и местных бюджетов как объекты прокурорского надзора // Законность. 2019. № 5. С. 21 – 24.

АНАЛИЗ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА УПРАВЛЯЮЩИХ КОМПАНИЙ В СФЕРЕ ЖКХ

Пак Ын-Сук
студент, кафедра менеджмента и экономики,
филиал Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса,
РФ, г. Находка
E-mail: pak.ynsuk@gmail.com

ANALYSIS OF THE SYSTEM OF MOTIVATION OF PERSONNEL OF MANAGEMENT COMPANIES IN THE SPHERE OF HOUSING

Pak Eun-Suk
student, Department of Management and Economics,
branch of Vladivostok State University of Economics and Service,
Russia, Nakhodka

АННОТАЦИЯ

Цель настоящей статьи определить мотивационные факторы в управляющих компаниях сферы ЖКХ. Методы, используемые при написании данной статьи: системный метод, метод эмпирического исследования. Результатом написания данной статьи стали рекомендации по мотивации персонала управляющих компаний в сфере ЖКХ. Выводы: видится целесообразным разработать действенную и понятную систему мотивации для сотрудников управляющих компаний сферы ЖКХ, которая сосредоточит в себе удовлетворение потребностей сотрудников организации.

ABSTRACT

The purpose of this article is to determine motivational factors in housing and utilities management companies. Methods used in writing this article: systemic method, empirical research method. The result of this article was the recommendation on the motivation of personnel of management companies in the housing sector. Conclusions: it seems appropriate to develop an effective and understandable motivation system for employees of housing and communal services management companies, which will focus on meeting the needs of the organization’s employees.

Ключевые слова: мотивация, система мотивации, персонал компании.

Keywords: motivation, motivation system, company personnel.

Любая организация ставит перед собой цель - достижение максимальных показателей прибыли. Для достижения данной цели должны сосредоточить свою деятельность абсолютно все структурные подразделения предприятия. Поставленную цель можно достигнуть при соблюдении одного из двух услови: увеличение прибыли до уровня максимум, снижение текущих издержек организации.

Для каждого структурного подразделения поставленная задача может решаться совершенно разными способами. Одним из структурных подразделений, участвующем в формировании прибыли выступает отдел по подбору кадров организации [2, с.63].

Так, один из процессов, который находится на контроле у службы персонала и влияет на максимизацию прибыли – процедура комфортного и не затянутого процесса адаптации нового сотрудника. Всем известно, что чем дольше затягивается процесс адаптации для вновь прибывшего сотрудника, тем ниже его продуктивность. Если организация адаптирует сотрудника в кратчайшие сроки, то будут сэкономлены денежные средства организации на поиск и найм новых сотрудников.

Относительно системы мотивации в организациях сферы ЖКХ следует сказать, что чёткий механизм мотивации как таковой отсутствует. В рамках применения мотивации к сотрудникам организации используется совокупный набор способов стимулирования. Используются как материальные, так и нематериальные методы [1, с. 3].

Как таковая система не отработана и большинство из рекомендованных методов в компании отсутствуют. Возможно присутствие некоторых из стимулов, помогло бы организации вывести качество своих услуг на абсолютно новый уровень работы с потребителями.

Исходя из сказанного, видится целесообразным усовершенствовать существующую систему мотивации, внедрить новые мотивационные методы, поработать над системой командообразования и разработать качественную систему стимулирования и мотивации.

Качественная система мотивации в организациях сферы ЖКХ позволит не только избегать конфликтов в организации, но и будет выступать качественным регулятором доверия к управляющему персоналу. Качественная система мотивации позволяет управлять и трудовой карьерой в том числе, что не маловажно для молодых, вновь прибывших кадров.

Для внедрения более качественного мотивационного механизма в управляющие компании сферы ЖКХ был проведён опрос персонала, для определения наиболее востребованных направлений мотивации. Были предложены приоритетные направления мотивации в формате анкеты, исходя из которой были отобраны наиболее популярные мотивационные факторы.

Основная цель, на которую был направлен анкетный опрос стала выявление наиболее значимых и востребованных факторов мотивации. Анкетируемые выбрали для себя наиболее предпочтительные и важные элементы.

Для работников любого уровня: от руководителя до подчинённых, имеет значение вознаграждение за труд, тем более, если вознаграждение адекватно затраченным усилиям. При качественных мотивационных механизмах происходит и удовлетворение от проделанной работы и не происходит профессиональное выгорание [4, с. 1009].

Управляющие компаниями понимают, что эффективно организация сможет лишь тогда, когда у людей будет качественная мотивация к трудовой деятельности. И только методов материальной мотивации и вознаграждения на самом деле недостаточно. Только те мотивы, которые движут людьми в трудовой деятельности и являются результативными и побуждающими к трудовой деятельности.

Чтобы определить реально значимые для сотрудников управляющих компаний сферы ЖКХ факторы мотивации были опрошены сотрудники

компании. Им была предложена анонимная анкета, для того чтобы сотрудники были свободны в выборе ответов.

Опрашиваемы должны были отметить 8 факторов, которые на взгляд сотрудника являлись наиболее важными и значимыми. Получив данные опроса, произошло распределение значимых мотивационных факторов, в соответствии с потребностями пирамиды Маслоу [3, с. 125].

Далее, распределённые факторы были подвергнуты анализу и выявлены максимально востребованные для сотрудников. Среди таких можно выделить:

- уровень заработной платы;
- удовлетворение работой;
- уровень престижа организации.

Допустим обозначенные факторы:

- склонность к рискам;
- желание самореализации;
- возможность самообразования и саморазвития;
- возможность принимать ответственные решения;
- понимание целей и миссии организации.

Следующий уровень потребностей – это степень престижа организации. К данному уровню потребностей можно отнести:

- возможность карьерного роста;
- уважение коллег;
- признание профессионализма;
- достойный уровень заработной платы;
- признание заслуг перед начальством.

В заключение статьи обобщим следующие выводы.

Как показал проведённый выше анализ, указанный мотивационный перечень характерен для абсолютного большинства организаций. Является проблематичным и тот факт, что не учитывается личный вклад каждого сотрудника организации в получение прибыли организацией.

Если ввести качественные мотивационные факторы, то можно повысить отдачу персонала от производственного процесса, привлечь молодой персонал, снизить текучесть кадров. Так же, если сотрудники будут понимать, как работает система мотивации и что она даёт результат, то улучшится и внутренний психологический настрой коллектива.

Видится целесообразным разработать действенную и понятную систему мотивации для сотрудников управляющих компаний сферы ЖКХ, которая сосредоточит в себе удовлетворение потребностей сотрудников организации по выявленным в результате анализа потребностям. Так же мотивационные рычаги создадут благоприятный социально-экономический климат.

Список литературы:

1. Акбулатова А.М. Основные направления совершенствования кадровой политики / А.М. Акбулатова // «Научно-практический журнал Аллея Науки». – 2018. — №1(17). – С. 1-4.
2. Бабаян Э.А. Основные подходы кадровой политики предприятий в сфере высоких технологий / Э.А. Бабаян // Институт экономики им. М. Котаняна Национальной Академии Наук Армения. – 2018. — № 9. – С. 60-63.
3. Бодак Ю.А. Методологические аспекты системы развития кадрового потенциала организационных структур / Ю.А. Бодак // Белгородский государственный университет. – 2019. — №1. – С. 124-126.
4. Веприкова М.Я. Кадровая политика, как инструмент повышения эффективности муниципальной службы // Экономика и предпринимательство. - № 9 (ч. 1) — 2017 г. — С. 1008-1013.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОЙ И КРЕДИТНОЙ СФЕР ЭКОНОМИКИ РОССИИ XXI ВЕКА

Тюрикова Виктория Григорьевна
студент, кафедра «Бухгалтерский учет и аудит»,
Волгоградский государственный аграрный университет,
РФ, г. Волгоград
E-mail: vika.zip@mail.ru

На банковском рынке существует огромное количество различных универсальных и специализированных банков, и поэтому потребитель все чаще отдает предпочтение тому или иному банку, ориентируясь по неценовым факторам.

В настоящее время конкуренция на банковском рынке сильно развита, несмотря на влияние крупнейших банков страны и большую долю государственного участия в них, кредитные учреждения предлагают дополнительные специализированные услуги, что способствует привлечению новых клиентов и занятию банком своей определенной ниши на рынке.

Банковская конкуренция – это своего рода борьба за спрос на банковском рынке, за увеличение занимаемой доли на рынке, с другой стороны – это эффективный механизм регулирования банковской системы.

На банковскую конкуренцию влияет множество факторов: ВВП, инфляция, количество банков, активы кредитных организаций, размер филиальной сети, характеристики кредитного и депозитного портфеля [1].

Согласно отчету Банка России, об основных направлениях развития и обеспечения стабильности функционирования финансового рынка Российской Федерации, одной из основных задач является совершенствование законодательства для минимизации рисков, обеспечение финансовой стабильности банковского сектора и оптимизация административной нагрузки на кредитные организации. Также особое внимание уделяется повышению качества услуг и повышение его до международного уровня с учетом особенностей российского банковского сектора [4].

Привлечение клиентов – это большая и дорогостоящая работа по подготовке профессионалов и по ведению переговоров при высоких рисках неполучения позитивного результата. Рассмотрим формы прямого поиска клиентов: рекомендации «любимых» клиентов; привлечение клиентов посредствам СМИ; привлечение клиентов через общественные мероприятия; привлечение клиентов путем системы direct-mail4 наружная реклама.

На российском банковском рынке существуют банки-монополисты, которые занимают лидирующие позиции в оказании определенных услуг. Существуют различные мнения о том, необходимо ли наличие таких монополий или важно поддерживать и мелкие, региональные банки.

Для обеспечения конкурентоспособности в условиях финансовой нестабильности кредитным организациям, по нашему мнению, необходимо [3]:

1. Активизировать мероприятия, рекламные акции для сохранения имеющейся клиентуры и привлечения новой;

2. На постоянной основе проводить обучение персонала и повышение его квалификации;

3. Совершенствовать систему мер по мотивации персонала к повышению эффективности работы и увеличить ответственность работников за результаты принимаемых решений;

4. Постоянно расширять ассортимент оказываемых услуг, повышать качество обслуживания клиентов;

5. Максимально сокращать время оказания услуги за счёт внедрения инновационных банковских технологий и автоматизации банковских услуг;

6. Совершенствовать техническую базу банка для сокращения числа сбоев, применять различные инновации в программном обеспечении деятельности банка.

В условиях нарастающей конкуренции с каждым днем появляются различные технические и технологические инновации, которые ускоряют, совершенствуют процесс предоставления банковских продуктов и услуг, что способствует привлечению новых клиентов и увеличению занимаемой доли

рынка банком. Финансовые инновации в современных условиях на отечественном рынке необходимы, так как на российском банковском рынке увеличивается количество иностранных филиалов, которые могут предоставлять эксклюзивные услуги, что усиливает конкуренцию между кредитными организациями.

Развитие финансового рынка в России имеет перспективные направления, связанные как с развитием существующих, так и появлением новых услуг, которые могут быть востребованы юридическими и физическими лицами. Одной из причин привлекательности российского рынка для большинства зарубежных компаний является возможность быстрого обогащения путем проведения различных спекуляций в разных областях экономики. Потенциал развития финансового рынка России далеко не исчерпан, в настоящее время существует множество отраслей экономики, где необходимо предоставление финансовых услуг более высокого уровня. Несмотря на относительно высокий уровень инфляции, многие специалисты высоко оценивают финансовые возможности российской экономики. Чтобы привлечь значительную часть инвесторов на Российский финансовый рынок следует [5]:

- более активно включаться в мировые промышленные цепочки;
- определить направления развития внешнеторговых связей и выделить приоритетных партнеров, отрасли, методы поддержки национальных экспортеров;
- совершенствовать таможенно-тарифную политику;
- шире практиковать финансовую поддержку экспортеров путем увеличения ресурсов фонда страхования экспортных кредитов, субсидирования процентной ставки по кредитам, использования накопленных валютных резервов;

Таким образом, основными перспективными направлениями развития финансового рынка России являются следующие [2]:

1. Реформирование существующей модели финансового рынка в России с учетом ухода от спекулятивной модели развития и интеграции с развивающимися странами, странами СНГ и БРИК.

2. Стимулирование реальных инвестиций в экономику России: с учетом определения оптимальной пропорции между привлечением иностранных инвестиций в Россию (преимущественно прямых) и вывозом капитала за рубеж.

3. Регулярный мониторинг диспропорций инвестиций в рамках государственной инвестиционной политики с учетом определения избытка или дефицита необходимого инвестиционного капитала путем сопоставления максимального объема доступных внутренних ресурсов и инвестиционных потребностей в рамках планируемого периода.

4. Обеспечение баланса интересов государства и бизнеса при введении ограничений на допуск иностранных инвесторов в отрасли, имеющие стратегическое значение для страны и обеспечения безопасности государства. Наличие жестких заградительных мер, декларированных в рамках Федерального закона от 29.04.2008 № 57-ФЗ, фактически препятствует притоку иностранных инвестиций в высокотехнологичные сектора, вместе с которыми приходят не только финансовые, но и интеллектуальные ресурсы, технологии и оборудование.

5. Комплексное развитие инфраструктуры финансового рынка, включая перспективные направления по освоению новых продуктов и технологических рядов; создание новых биржевых площадок и перспективы формирования в России мирового денежного центра.

Развитие финансовых рынков вовсе не ведет к исчезновению других рынков капиталов, происходит процесс их взаимопроникновения, взаимостимулирования. С одной стороны, ценные бумаги, финансовый рынок оттягивают на себя капиталы, но с другой - перемещают эти капиталы на другие рынки, тем самым способствуя их развитию.

Список литературы:

1. Баграмян Т.С. Анализ современных тенденций развития конкуренции на банковском рынке в России [Электронный ресурс]: Т.С. Баграмян / Международный 86студенческий научный вестник. - 2014. – No 4. – Режим доступа: http://eduherald.ru / 121-11925.

2. Тавасиев А.М., Банковское кредитование [Текст]: учебник по дисциплине специализации специальности «Менеджмент орг.» / А.М. Тавасиев, Т.Ю. Мазурина, В.П. Бычков – ИНФРА-М, 2011. - 656 с.
3. Рейтинги банков. – 2015. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.banki.ru/banks/ratings/.
4. Рейтинг надежности банков – 2015. [Электронный ресурс]. –Режим доступа: http://www.forbes.ru/rating/283591-reiting-nadezhnosti-2015.
5. Основные направления развития и обеспечения стабильности функционирования финансового рынка Российской Федерации на период 2016-2018 годов [Электронный ресурс]: Центральный Банк Российской Федерации. Проект от 02.12.2015. Режим доступа: http://www.cbr.ru/finmarkets/files/development/opr_1618.pdf.

ТЕХНОПАРКИ
КАК МЕХАНИЗМ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ АПК

Чирков Сергей Владимирович
студент, кафедра менеджмента факультета заочного обучения,
Пермский государственный аграрно-технологический университет
им. академика Д.Н. Прянишникова,
РФ, г. Пермь
E-mail: teatr-2010@yandex.ru

Мичурина Фрида Захаровна
научный руководитель, д-р экон. наук, проф.,
Пермский государственный аграрно-технологический университет
им. академика Д.Н. Прянишникова,
РФ, г. Пермь

Сегодня сферу АПК уже сложно представить без производства знаний из стремительно развивающихся современных научных областей: информатики, биоинженерии, нанотехнологий. Государством оказывается немалая поддержка инновационной инфраструктуре путем не только финансирования, но и формирования новых институтов в данной области. В данной сфере наблюдается особая роль государства, интересы которого направлены на её воздействие и поддержание в период общей мировой экономической нестабильности и экономических кризисов. Технопарки являются важной составляющей инновационной инфраструктуры. В то же время технопарки не являются случайностью или экспериментом, практика их создания и функционирования насчитывает уже чуть более полувека, за это время они показали высокие результаты эффективности и распространились по всему миру.

Несмотря на то, что технопарки впервые возникли во второй половине прошлого века, они являются закономерным продуктом научно-технического прогресса, который мы наблюдаем и по сей день, тем самым вопросы правового регулирования создания и деятельности технопарков все еще актуальны.

Первое создание технопарка произошло в Соединенных Штатах Америки в 1949 году в Калифорнии на базе Стэнфордского университета. Практика совместной деятельности показала успешность данного эксперимента, и уже с

70-х годов число технопарков выросло. В технопарках оказались заинтересованы как высшие учебные заведения и предприниматели, так и государство [2].

В России база создания такой новации, как технопарки была заложена еще в 1957 г. путем создания подобного рода объединения на базе Сибирского Академгородка. Однако на тот момент технопарки значительно отличались от современных представлений о них. Развитие современных технопарков в нашей стране началось только с 90-х годов, что связано также с переходом на рыночную экономику и пересмотром целей организации технопарков.

Неотъемлемыми составляющими технопарка будут: инфраструктура технопарка – система объектов, обеспечивающих функционирование технопарка; инновационная инфраструктура технопарка (взята отдельно, так как именно она определяет всю специфику деятельности технопарков) управляющая компания технопарка; резиденты технопарка.

Основой работы технопарка является его научная составляющая: наличие лабораторий, экспериментальных производств, целью которых является создание инновационного и наукоемкого продукта, в то время как в индустриальных парках ставка сделана в первую очередь на массовость производства для его дальнейшего сбыта. Отсюда можно сделать вывод, что определение индустриальных парков неприменимо для раскрытия понятия технопарка.

Следует отметить, что в Пермском крае достаточно высок уровень развития технопарков в сфере высоких технологий: в настоящее время действует два технопарка - частный технопарк городского типа Morion Digital и с Технопарк Пермь. В августе 2019 г. Министерство экономического развития РФ поддержало проект «Индустриальный парк «Култаево» (ИП «Култаево»).

Можно заключить, что на данный момент в нашей стране (и Пермский край не является исключением) основной акцент в определении технопарков сделан не на всех технопарках, а технопарках в сфере высоких технологий. Такой подход представляется неоправданным, так как сущность технопарка и его определение не зависят от сферы деятельности технопарка. В то время как

самих сфер деятельности технопарков довольно много: это и современные медицинские, фармацевтические технологии, биотехнологии, наукоемкие машиностроительные технологии, технологии агропроизводства и др.

Инновационное развитие АПК региона предполагает эффективное использование научно-технического потенциала, интеграцию науки, образования и производства, технологическую модернизацию экономики на базе инновационных технологий. Решение этой комплексной задачи требует создания надлежащих условий: соответствующей инфраструктуры инновационной деятельности или совокупности материальных, технических, законодательных и иных средств, обеспечивающих информационное, экспертное, маркетинговое, финансовое, кадровое и другое обслуживание инновационной деятельности.

Под инновациями на практике в сельском хозяйстве понимается использование новых сортов растений, пород сельскохозяйственных животных, технологий производства в отраслях растениеводства, животноводства и переработки сельскохозяйственной продукции. В более широком понимании инновации - это конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в производстве и переработке сельскохозяйственной продукции.

Инновационные прорывы в АПК сопряжены с достижением трех взаимосвязанных целей:

- обеспечение продовольственной безопасности
- ресурсосбережение
- экологическое и социальное благополучие сельских территорий [1].

В АПК инновационный процесс предполагает постоянный поток превращения научных исследований и разработок в новые или улучшенные продукты, материалы, новые технологии, новые формы организации и управления и доведение их до использования в производстве с целью получения эффекта. Инновационные процессы в АПК имеют свою специфику. Они отличаются многообразием региональных, отраслевых, функциональных, технологических

и организационных особенностей. Условиями и факторами, способствующими инновационному развитию АПК, являются наличие природных ресурсов, значительный научно-образовательный потенциал, емкий внутренний продовольственный рынок, возможность производить экологически безопасные, натуральные продукты питания.

В то же время, на современном этапе развития экономики наука и инновационная деятельность в сельском хозяйстве России остаются мало востребованными.

Меры по переходу на новый уровень аграрного производства должны быть существенно дополнены проектами по формированию единой среды, стимулирующей инновационную трансформацию аграрных территорий, с использованием самых современных технологических возможностей развития человеческого потенциала и его эффективного использования. Очень важно, чтобы был сформирован весь комплекс инфраструктуры, сопутствующий современному бизнесу в сельском хозяйстве [2].

Структурами, призванными обеспечить продвижение инноваций в секторе АПК, могут стать технопарки, создаваемые на базе крупных агроуниверситетов в тех регионах, в качестве «локомотивов роста» в которых выделен агропромышленный комплекс.

Задачи, решаемые с помощью таких технопарков:

- увеличение объемов производства сельскохозяйственной продукции;
- реализация мероприятий по развитию инновационной деятельности предприятий АПК;
- повышение рентабельности сельскохозяйственного производства;
- улучшение экологической обстановки в регионе;
- создание новых рабочих мест, которое в перспективе должно привести к снижению миграции молодежи в города;
- увеличение объема бюджетных поступлений [3].

Таким образом, важными стратегическими направлениями развития сельского хозяйства и всего агропромышленного комплекса в регионах и стране,

в целом, являются научно-исследовательский прогресс и инновационные процессы, позволяющие вести непрерывное обновление производства на основе освоения достижений науки и техники, то есть эффективность агропромышленного производства определяется взаимодействием науки и практики, внедрением в производство передовых инновационных технологий. Одним из способов стимулирования инновационной активности в сфере АПК может стать создание технопарковых структур.

На данном этапе развития инновационной экономики особое внимание следует уделять технопаркам в сфере агротехнологий и агропроизводства. Для этого особенно необходима поддержка государства. Это связано, прежде всего, с особенностями ведения бизнеса в агросекторе.

Список литературы:

1. Гончаров П.В. Ретроспективный анализ понятия инновационной деятельности, ее роль в развитии аграрных предприятий// Современные технологии управления. ISSN2226-9339. — №3 (63). Номер статьи: 6302. URL: http://sovman.ru/article/6302/ (дата обращения: 23.06.2020).
2. Иванова О.Е. Критический анализ зарубежного опыта создания технопарковых структур // Вестник НГИЭИ. 2018. №2 (81). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kriticheskiy-analiz-zarubezhnogo-opyta-sozdaniya-tehnoparkovyh-struktur (дата обращения: 23.06.2020).
3. Литвиненко И.Л., Киянова Л.Д. Обеспечение инновационного развития региональных АПК: проблемы и пути решения// Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. ISSN 1999-2645. — №2 (50). Номер статьи: 5012. URL: https://eee-region.ru/article/5012/ (дата обращения 23.06.2020).

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ИНСТРУМЕНТ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИЙ

Чиркова Анастасия Николаевна
студент, кафедра менеджмента факультета заочного обучения,
Пермский государственный аграрно-технологический университет
имени академика Д.Н. Прянишникова,
РФ, г. Пермь
E-mail: teatr-2010@yandex.ru

Мичурина Фрида Захаровна
научный руководитель, д-р экон. наук, проф.,
\Пермский государственный аграрно-технологический университет
имени академика Д.Н. Прянишникова,
РФ, г. Пермь

Создание инновационной экономики стало одним из важнейших приоритетов национальной политики, этот факт был официально подтвержден выступлением президента Российской Федерации В.В. Путина на Международном экономическом форуме в Санкт-Петербурге, где, в частности, было заявлено, что научно-технические инновации необходимо рассматривать как прорывное направление повышения конкурентоспособности экономики, а также, что необходимо кардинально и в достаточно сжатые сроки изменить структуру экспорта, для чего поставлена цель ежегодно увеличивать российский экспорт неэнергетических товаров не менее чем на 6 процентов [2].

Закономерно, что сопровождение жизненного цикла высокотехнологичной продукции в правовом аспекте должно сконцентрироваться на вопросах обеспечения правовой охраны и последующей защиты прав на результаты интеллектуальной деятельности. Таким образом, интеллектуальная собственность выходит на первый план в качестве инструмента, обеспечивающего последующую перспективную коммерциализацию конечного высокотехнологичного продукта.

Интеллектуальная собственность относится к любому оригинальному созданию человеческого интеллекта, например, художественного, литературного, технического или научного творчества.

Сегодня эксперты констатируют небывалый рост затрат на исследования и разработки (НИОКР) в нашей стране, с соответствующим ростом инвестиций, необходимых для внедрения новой технологии на рынке. Ставки разработчиков технологий стали очень высокими и, следовательно, необходимость защиты знаний от незаконного использования стала целесообразной, по крайней мере, на определенный период, что обеспечило бы возмещение НИОКР и других сопутствующих затрат и достаточную прибыль для постоянных инвестиций в НИОКР [1].

Охрана интеллектуальной собственности является мощным инструментом для защиты инвестиций, времени, денег, усилий, вложенных изобретателем, создателем интеллектуальной собственности, поскольку она предоставляет изобретателю, создателю исключительное право на определенный период времени для использования его изобретения, создания [3]. Таким образом, охрана интеллектуальной собственности способствует экономическому развитию страны путем поощрения здоровой конкуренции и поощрения промышленного развития и экономического роста.

Каждая отрасль должна развивать свои собственные политики в области права интеллектуальной собственности, стиль управления, стратегии и т.д. в зависимости от сферы своей деятельности. В этой связи закономерно на первый план выходит вопрос о необходимости комплексного подхода к выполнению всех процессов в организации, связанных с интеллектуальной собственностью, в рамках одного целостного механизма, в котором определены распределение ролей, функционал каждого участника, результаты на выходе каждого процесса. Этот комплексный подход заключается в становлении менеджмента интеллектуальной собственности, как отрасли управления, где концентрируется полученная в последние годы практика управления правами на результаты интеллектуальной деятельности и известные эффективные инструменты управления [1]. Также необходимо введение менеджмента интеллектуальной собственности в состав системы менеджмента качества предприятия.

Для регламентации действий государства как правообладателя были составлены и утверждены Правительством соответствующие правила, (утверждены Постановлением Правительства РФ от 22.03.2012 N 233), определяющие последовательность участия государства в процессах использования и распоряжения правами на результаты интеллектуальной деятельности. В том числе, документ допускает и передачу прав частным компаниям, в случае если по каким-либо причинам результаты тех или иных разработок, созданных с участием государства, не внедрятся.

Однако, несмотря на то, что механизм с правовой точки зрения запущен уже более трех лет назад, фактически он работает слабо. И тут может быть масса причин, но рассматривая проблему при постановке такой конечной цели, как выпуск новой высокотехнологичной продукции на рынок, можно выделить следующие аспекты:

- вопрос о приоритетном правообладании при выполнении государственных контрактов не решен;
- имеет пробелы правоприменительная практика по разграничению прав собственности и дальнейшему использованию прав на объекты интеллектуальной собственности, созданные в рамках исполнения заказов для государственных нужд, права на которые принадлежат Российской Федерации;
- состояние рынка интеллектуальной собственности является причиной неполноценной практики формирования стоимости интеллектуальной собственности.

Правообладание, согласно действующему законодательству, при выполнении разработок с участием Российской Федерации предполагает следующее распределение прав на интеллектуальную собственность:

- права принадлежат государству;
- права принадлежат разработчику;
- совместное правообладание [3].

Главной проблемой в вопросе правообладания является отсутствие методической базы для государственного заказчика, которая позволила бы

выбирать тот или иной способ распределения прав в зависимости от целей разработки. В конечном итоге, в большинстве случаев, государственный заказчик предпочитает оставить права на результаты за собой. Однако при фактическом внедрении, например, при подготовке разработчиком стратегии по выходу на рынок, складывается ситуация, при которой производитель становится нарушителем законных интересов Российской Федерации, как только он приступает к выпуску продукции.

Механизм безвозмездного отчуждения прав вступает в работу только спустя 36 месяцев фактического неиспользования государством полученных результатов, а ввиду налогообложения безвозмездных сделок исходя из фактической стоимости передаваемого объекта, обе стороны несут значительные финансовые потери. Даже несмотря на то, что в настоящее время вводятся налоговые льготы непосредственно для этой ситуации, бездействие в течение трех лет может оказаться критическим сроком, в течение которого нишу на рынке могут занять конкуренты, в том числе и иностранные.

Обязанность государства безвозмездно предоставить лицензию, согласно положениям ГК РФ о результатах интеллектуальной деятельности, полученных при выполнении государственных контрактов, также не является панацеей для разработчика, поскольку, государство также сохраняет за собой право выдать лицензии и другим участникам рынка, что может привести к созданию конкуренции между отечественными производителями, в то время как глобальная задача перестроения экономической модели базируется на концепции импортозамещения.

Согласно данным Роспатента, ежегодные отчеты которого подлежат открытой публикации на официальном сайте ведомства http://www.rupto.ru/, доля сделок с интеллектуальной собственностью, то есть фактическая продажа лицензий или уступка прав, составляет порядка 1...2 % от общего числа патентуемых технических решений [1]. А это означает лишь то, что рынок находится в зачаточном состоянии. Но предприятия оказываются в замкнутом круге, ведь для развития рынка необходимо адекватное формирование

стоимости интеллектуальной собственности, что на базе только затратного подхода сделать невозможно. То есть, отсутствует эффективная правоприменительная практика в отношении использования специфического оценочного инструментария и методологии в отношении оценки объектов интеллектуальной собственности, созданных в рамках контрактов для государственных нужд.

Таким образом, становится ясно, что интеллектуальному труду, связанному с инновациями, следует уделять должное внимание, с тем, чтобы из этого вытекало общественное благо. Существует несколько видов защиты интеллектуальной собственности, таких как патент, авторское право, товарный знак и т. д. Право интеллектуальной собственности является предпосылкой для лучшей идентификации, планирования, коммерциализации, рендеринга и, тем самым, защиты изобретения или творчества. Каждая отрасль должна развивать свои собственные политики в области права интеллектуальной собственности, стиль управления, стратегии и т.д. в зависимости от сферы своей деятельности.

Создание системы менеджмента интеллектуальной собственности, как компонента системы менеджмента качества на предприятиях-разработчиках является необходимым для обеспечения устойчивого развития предприятий.

Список литературы:

1. Виноградов Б.А., Новиков Б.А., Вольнов А.А. Есть ли путь из инновационного тупика? // URL: https://maginnov.ru/assets/files/volumes/2019.01/est-li-put-iz-innovacionnogo-tupika.pdf (дата обращения 23.06.2020 г.).
2. Выступление В.В. Путина на пленарном заседании XXII Петербургского международного экономического форума. 25 мая 2018 г. URL: http://kremlin.ru/events/president/news/57556 (дата обращения 23.06.2020).
3. Право интеллектуальной собственности. Т. 1. Общие положения: Учебник / Под общ. ред. д.ю.н., проф. Л.А. Новоселовой. - М.: Статут, 2017. – 512 с.

МОРСКОЙ ТРАНСПОРТ КАК ОТРАСЛЬ ЭКОНОМИКИ

Шамаева Виктория Руслановна
студент, группа ЭкМТ-238, Факультет Экономики и Управления,
Уральский Государственный Университет Путей Сообщения,
РФ, г. Екатеринбург
E-mail: shamaeva_viktoriy@icloud.com

Осипян Милена Араратовна
студент, группа ЭкМТ-238, Факультет Экономики и Управления,
Уральский Государственный Университет Путей Сообщения,
РФ, г. Екатеринбург

Кондрачук Ольга Евгеньевна
научный руководитель, зам. декана Факультета Экономики и Управления,
старший преподаватель кафедры Экономика Транспорта,
Уральский Государственный Университет Путей Сообщения,
РФ, г. Екатеринбург

АННОТАЦИЯ

В статье предлагается исследование морского транспорта как отрасли экономики.

Морской транспорт, есть неотъемлемая часть экономики, и в данной работе изучается его актуальность, преимущества, недостатки и многое другое.

В данном материале рассматривается конкуренция с другими видами транспорта, а также расчёты, которые интересны, как студентам, специалистам, так и широкому кругу читателей.

Особое внимание уделяется основным показателям грузовых и пассажирских перевозок.

Ключевые слова: морской транспорт как отрасль экономики, преимущества, недостатки, конкуренция, расчеты, основные показатели.

На данный момент эта тема является актуальной. Для нашего времени в России, большое значение имеет морской вид транспорта, который обеспечивает огромную часть перевозок внешнеторговых грузов на большие расстояния. Все экономические связи между Россией и дальним зарубежьем осуществляются

морским путем, а потребность России в морских грузоперевозках оценивается примерно в 210 миллионов тонн грузов ежегодно.

Целью этой статьи является изучение морского транспорта как отрасли экономики.

Определены следующие задачи:

1. Изучить особенности транспортной продукции, проанализировать достоинства и недостатки, сферы взаимодействия и конкуренции.

2. Определить основные показатели грузовых и пассажирских перевозок.

3. Определение наиболее выгодного распределения грузопотоков между автомобильным и железнодорожным транспортом.

"Транспортная продукция" – это перевозка грузов, пассажиров, багажа и почты. Транспорт является неотъемлемой частью всех этапов производства

продукция предприятий отраслей народного хозяйства. Это очень крупный, многоотраслевой сектор, включающий в себя все виды грузового и пассажирского транспорта. Транспортная продукция полностью, или же частично потребляются, либо частично теряются вместе с их производством, нанося тем самым не только большой экономический ущерб, но и значительный экологический вред обществу и окружающей среде. Он оказывает влияние на повышение экономической активности в России и во многом является средством оздоровления экономики страны. Морской транспорт является активным и бесконечным участником мировой производственной и социальной деятельности, значительной производственной инфраструктурой экономики

Преимущества доставки грузов по морю:

1) Самым важным преимуществом транспортировки грузов по воде является низкая стоимость. Это связано с тем, что энергозатраты, необходимые для движения судов, значительно меньше, чем для других видов транспорта, таких как те же рефрижераторы или обычные грузовики.

2) Практически неограниченная пропускная способность подвижного состава и портовых сооружений;

3) Низкие инвестиции в развитие инфраструктуры морского транспорта;

4) Универсальность;

5) Минимальные риски позднего отправления, а также высокая частота отправления судов (для линейного плавания) в навигационный период;

6) Тщательность международного морского законодательства, регулирующего морские транспортировки;

7) Низкий риск потери, повреждения, кражи груза.

Недостатки морского транспорта:

1) Большой срок доставки. Он может варьироваться от нескольких дней до нескольких недель, является существенным недостатком морских перевозок;

2) Скорость движения судов невелика. Таким образом, доставка товаров из Китая в Беларусь по морю займет в два раза больше времени, чем по железной дороге;

3) Вы не сможете доставить товар "от двери до двери". Для этого вам потребуется перевезти его на другой вид транспорта, чтобы он дошёл до получателя;

4) Значительные инвестиции в портовое хозяйство и транспортный флот;

Для международной торговли обычно используются несколько видов транспорта, то есть смешанные перевозки. Так, 35 % всех грузов перевозится смешанным автомобильным и железнодорожным транспортом, а 90% морских перевозок осуществляется с участием железнодорожного и речного транспорта.

Основными показателями являются объем перевозок и грузооборот. Они позволяют отслеживать ход и результаты выполнения плана морских перевозок в каботаже и служат расчетными данными при планировании перевозок в зарубежном судоходстве. Транспортные работы, выполняемые морскими судами, рассчитываются за определенные периоды времени (5 лет, год, квартал, месяц). Поскольку пассажирские и грузовые суда одновременно перевозят грузы и пассажиров, объем транспортной работы таких судов обычно измеряется в тонно-милях, то есть в сумме тонно-миль и пассажиро-миль. для соответствующих подразделений.

Например, отдельных железных дорог, речных и морских пароходств, автотранспортных управлений и предприятий, количество перевозимых, отправленных и прибывших грузов обычно будет разным, так как объем перевозимых грузов включает в себя не только продукцию, отправленную из этого подразделения, но и полученную из соседних подразделений, а также доставленную в соседние подразделения.

На основе технико-экономических расчетов необходимо выбрать наиболее эффективный вид транспорта для перевозки грузов между двумя пунктами.

Выбирая вид транспорта, следует учесть, что основным критерием является достижение минимума затрат общественного труда на доставку груза.

Заключение

Цель исследования морского транспорта как сектора экономики была достигнута.

Я проанализировала преимущества и недостатки. Основными, из которых являются низкая стоимость и возможность перевозки большого количества грузов, но обнаружили зависимость от географических особенностей и погодных условий.

В основном морской транспорт взаимодействует с речным, железнодорожным и автомобильным транспортом, а также конкурирует с речным транспортом.

Список литературы:

1. Труханович Л.В. Морской и речной транспорт / Л.В. Труханович, Д.Л. Щур.- М._: Финпресс,2009.-160 с.
2. Ханин М. «Морской транспорт и экономическая безопасность России» // Морской флот. № 2.2007.
3. Правдин Н.В. Взаимодействие различных видов транспорта. Примеры и расчеты / Н.В. Правдин, В.А. Подкопаев. – М.: Транспорт, 1989.
4. Основы взаимодействия железных дорог с другими видами транспорта / под ред. В.В. Повороженко. – М.: Транспорт,1999.
5. Аксенов И.Я. Единая транспортная система / И.Я. Аксенов. – М.: Высшая школа, 1991.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

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

№ 7 (91)
Июль 2020 г.

В авторской редакции

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

16 +

СибАК

www.sibac.info