



ЗАПАДНО-СИБИРСКИЙ
НАУЧНЫЙ ЦЕНТР

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ НАУКА –
ОСНОВОПОЛАГАЮЩАЯ ДИСЦИПЛИНА
ВСЕОБЩЕГО РАЗВИТИЯ**

*Сборник материалов
VI Международной научно-практической конференции*

11 июня 2018 г.

г. Кемерово

УДК 33
DOI 10.5281/zenodo.1292054
ГРНТИ 12.09.11
ББК 65

Организационный комитет

Председатель организационного комитета

Пимонов Александр Григорьевич – д.т.н., профессор, директор Международного научно-образовательного центра КузГТУ-Arena Multimedia. Зав. кафедрой прикладных информационных технологий КузГТУ.

Члены организационного комитета

1. Ермолаева Евгения Олеговна – д.т.н., профессор кафедры товароведения и управления качеством КемГУ.

2. Хоконова Мадина Борисовна - д.с.-х.н., профессор кафедры технологии производства и переработки сельскохозяйственной продукции при Кабардино-Балкарском ГАУ.

3. Морозова Ирина Станиславовна – д.п.н., профессор, зав. кафедрой общей психологии и психологии развития КемГУ.

4. Сыркин Илья Сергеевич – к.т.н., доцент кафедры информационных и автоматизированных производственных систем КузГТУ.

5. Сарапулова Татьяна Викторовна – к.т.н., доцент кафедры прикладных информационных технологий КузГТУ.

7. Трофимова Наталья Борисовна – к.т.н., эксперт по сертификации, стандартизации, СМБПП.

9. Беликова Анастасия Галиевна – ведущий юрисконсульт ООО «Жилсервис Плюс».

8. Дубинкин Дмитрий Михайлович – к.т.н., доцент кафедры металлорежущих станков и инструментов КузГТУ.

9. Широков Андрей Владимирович – к.т.н., старший научный сотрудник Института проблем прочности им. Г.С. Писаренко НАН Украины.

10. Люкшин Владимир Сергеевич – к.т.н., доцент кафедры металлорежущих станков и инструментов КузГТУ, доцент кафедры технологий машиностроения ЮтиТПУ.

11. Кочурова Лидия Ивановна – к.э.н., доцент.

12. Губанова Елена Витальевна – к.э.н., доцент ФГОБУ ВО Финансовый университет при Правительстве РФ Калужский филиал.

Экономическая наука – основополагающая дисциплина всеобщего развития: сборник материалов VI Международной научно-практической конференции (11 июня 2018 г.), – Кемерово: ЗапСибНЦ, 2018 – 71 с.

ISBN 978-5-6040063-9-9

Сборник материалов конференции содержит научные статьи отечественных и зарубежных авторов, посвященные экономическим наукам.

Предназначен для научно-технических работников, специалистов в области экономики, преподавателей, аспирантов и студентов высших и средних специальных учебных заведений.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, названий и иных сведений, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых статей.

Мнение оргкомитета и редколлегии может отличаться от мнения авторов статей, опубликованных в сборнике научных трудов.

Материалы публикуются в авторской редакции.

© ООО «Западно-Сибирский научный центр»

© Авторы опубликованных статей

ОГЛАВЛЕНИЕ

БУХГАЛТЕРИЯ, ФИНАНСЫ, АУДИТ

1. **ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА РАСХОДОВ НА ПРОДАЖУ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ**.....6
Гаркуша М.Н.
2. **УРОВЕНЬ СУЩЕСТВЕННОСТИ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ПРОЦЕДУРА АУДИТОРСКОЙ ПРОВЕРКИ**9
Кумукова Р.Р., Колодина Л.А.
3. **БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ**12
Магомедова М.Н.
4. **СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЛЯ ОЦЕНКИ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**14
Мичурина Ю.В.
5. **ПРЕИМУЩЕСТВА ПЕРЕХОДА НА РЕДАКЦИЮ 3.1 КОНФИГУРАЦИИ «1С: ЗАРПЛАТА И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ 8»**17
Сидавская В.В.

ВЫСШИЙ, СТРАТЕГИЧЕСКИЙ И СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

6. **ОПТИМИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ ЗАКУПКАМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОПТОВОЙ И РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ**21
Лазеева В.И.
7. **РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ВЫХОДА ИЗ КРИЗИСА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ ЖКХ**23
Луговнина С.М.
8. **РОЛЬ МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ВЕДУЩИХ МЕГАТЕНДЕНЦИЙ МИРОВОГО РАЗВИТИЯ**26
Юрченко В.И.

ИННОВАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ И МЕНЕДЖМЕНТЕ

9. **ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ И ИНДИКАТОРЫ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ**.....30
Алексеев Д.М., Толоманенко Е.А., Шумилин А.С.
10. **НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ КАК УСКОРЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА**.....32
Воликов И.Р.
11. **СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ**33
Скороход О.В., Чичева О.С.
12. **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРИОРИТЕТНЫХ ПРОЕКТОВ АРКТИЧЕСКОЙ ЗОНЫ РОССИИ**36
Теш А.А., Пак М.В.

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА, PR

13. **РЕБРЕНДИНГ КАК ПРОЕКТ ИЗМЕНЕНИЯ ПОЗИЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ**40
Фалилеева И.С.

МАКРО И МИКРОЭКОНОМИКА

14. **АНАЛИЗ ТЕКУЩЕГО СОСТОЯНИЯ И ФОРМИРОВАНИЕ ПУТЕЙ**

РАЗВИТИЯ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ (НА ПРИМЕРЕ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ)	43
Исакова А.И., Протченко А.Р.	
15. ВЛИЯНИЕ ЭМБАРГО НА ЭКОНОМИКУ РОССИИ	46
Мелконян А.С., Алоева А.А.	
16. ПОСЛЕДСТВИЯ ЗАПАДНЫХ САНКЦИЙ И ОТВЕТНЫХ САНКЦИЙ РФ	49
Протченко А.Р., Исакова А.И.	
17. ОСОБЕННОСТИ ПОДХОДА К УПРАВЛЕНИЮ ИЗМЕНЕНИЯМИ В ПЕРИОД КРИЗИСА	52
Франк А.В.	

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ

18. ПОВЫШЕНИЕ НАДЕЖНОСТИ КАЛЕНДАРНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАБОТЫ ГОРНЫХ МАШИН	55
Бобров В.А.	
19. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ОБРАЗОВАНИЯ В ТЕХНИЧЕСКОМ УЧРЕЖДЕНИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ НА ОСНОВЕ ПРИНЦИПОВ TOTAL QUALITY MANAGEMENT	58
Данилов Ю.Д., Бурко О.П., Кудрицкая Е.Г.	

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

20. ВЛИЯНИЕ ЛИЧНОСТИ РУКОВОДИТЕЛЯ НА УСПЕШНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ	61
Кантаева В.О.	
21. РОЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНИЗАЦИИ	63
Масько Г.Г.	

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

22. ИНДИВИДУАЛЬНАЯ КОРРЕКТИРОВКА КАДАСТРОВОЙ СТОИМОСТИ ЗЕМЕЛЬНОГО УЧАСТКА	67
Кравцова Н.Г.	

БУХГАЛТЕРИЯ, ФИНАНСЫ, АУДИТ

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА РАСХОДОВ НА ПРОДАЖУ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ

Гаркуша М.Н.,

Научный руководитель – Грекова В.А., к.э.н., доцент кафедры учета, анализа и аудита
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»
Институт экономики и управления
(структурное подразделение)
Россия, г. Симферополь

Аннотация

В статье изложены рекомендации по ведению бухгалтерского учета расходов на продажу. Кратко изложены особенности учета транспортных расходов, расходов на рекламу. Приведены примеры проводок, необходимых для отражения операций по бухгалтерскому учету издержек на продажу.

Ключевые слова

Расходы на рекламу, транспортные расходы, рекламные расходы.

Суть любой торговой деятельности основана на реализации произведенной продукции либо продаже приобретенного товара по более высоким ценам. В связи с этим и учет расходов, связанных с продажей товара в торговых организациях, ведется определенным образом. Торговые организации могут включить в состав расходов на продажу такие затраты, как: представительские, управленческие, затраты на перевозку товаров, расходы на оплату труда, затраты на аренду помещений, расходы на хранение товара. При этом следует учесть, что некоторые из данных расходов могут формировать фактическую себестоимость приобретенных товаров. К таковым относятся транспортные расходы, которые можно разделить на две условные группы:

- затраты по доставке товара от поставщика на склад торговой организации-покупателя,
- затраты по доставке товара непосредственно потребителю.

Особенность транспортных расходов первой условной группы в том, что их можно отражать на счете 41 «Товары» (соответственно, включать их в себестоимость товаров) или на счете 44 «Расходы на продажу», при условии, что стоимость доставки не была включена в цену приобретаемого товара. Но выбранный вариант отражения в учете обязательно необходимо закрепить в учетной политике организации.

Расходы по доставке товара покупателям, не влияющие на стоимость товаров, на счете 41 отражать нецелесообразно. Их необходимо учитывать на счете 44 «Расходы на продажу».

Организациям, применяющим общую систему налогообложения, необходимо учитывать, что в бухгалтерском учете издержки на продажу товаров признаются в том отчетном периоде, в котором они имели место, независимо от времени поступления денежных средств за них. А для организаций, которые вправе вести упрощенный бухгалтерский учет, предусмотрен особый порядок учета расходов: данные организации признают выручку кассовым методом, соответственно, и расходы нужно принимать к учету по мере поступления денежных средств за них.

Бухгалтерский учет затрат на продажу состоит из следующих операций:

1) весь отчетный период затраты, которые согласно установленной учетной политике должны быть включены в состав «Расходов на продажу», аккумулируются на счете 44. При этом в учете отражаются следующие бухгалтерские проводки:

Дебет 44 Кредит 02– начислена амортизация по объектам основных средств;

Дебет 44 Кредит 10- списаны материалы;

Дебет 44 Кредит 60- отражены услуги по охране, аренде, рекламе и т. д;

Дебет 44 Кредит 70- начислена заработная плата сотрудникам;

Дебет 44 Кредит 69- начислены взносы с заработной платы сотрудников;

Дебет 44 Кредит 71- списаны командировочные расходы и т.д.

2) в конце отчетного периода накопленные на счете 44 суммы списываются в дебет субсчета 90-2 «Себестоимость продаж»:

Дебет 90-2 Кредит 44– списаны расходы на себестоимость продаж.

Для списания расходов на продажу в себестоимость существует два способа:

– полностью - расходы списываются в том отчетном периоде, в котором они были понесены;

– частично: пропорционально товарам, реализованным в отчетном периоде, и их остатку.

Организациям, на деятельность которых оказывает влияние сезонность, рекомендуется использовать второй вариант, т.к. он позволяет более равномерно формировать себестоимость.

Бухгалтерский учет транспортных расходов также имеет свои особенности. Чтобы сблизить бухгалтерский и налоговый учет, торговые организации стараются распределить пропорционально стоимости реализованных товаров только затраты, которые понесли при доставке товара от поставщика на свой склад. Это связано с тем, что в налоговом учете стоимость приобретения товаров и затраты на их доставку до своего склада (если они не были включены в стоимость товара) относятся к прямым расходам, т.е. подлежат распределению. Следовательно, чтобы исключить временные различия, в бухгалтерском учете такие транспортные расходы распределяют. Для этого необходимо:

1. Определить средний процент транспортных расходов, относящихся к остатку товаров на конец месяца:

$$\frac{\text{Средний процент транспортных расходов, относящихся к остатку товаров на конец месяца}}{\text{Транспортные расходы, относящиеся к остатку товаров на начало месяца}} = \frac{\text{Транспортные расходы-текущий месяца}}{\text{Стоимость приобретения товаров, которые реализованы в текущем месяце}} : \frac{\text{Стоимость приобретения товаров, не проданных, на конец месяца}}{\text{Стоимость приобретения товаров, не проданных, на конец месяца}} \times 100\%$$

2. Определите сумму транспортных расходов, относящихся к остатку товаров на конец месяца:

$$\text{Транспортные расходы, относящиеся к остатку товаров на конец месяца} = \frac{\text{Средний процент транспортных расходов, относящихся к остатку товаров на конец месяца}}{\text{Стоимость приобретения товаров, не реализованных на конец месяца}} \times \text{Стоимость приобретения товаров, не реализованных на конец месяца}$$

3. Определите сумму транспортных расходов, которые можно учесть в расходах в текущем месяце:

Транспортные расходы, которые можно учесть в расходах в текущем месяце	Транспортные расходы, относящиеся к остатку товаров на начало месяца	Транспортные расходы - текущий месяц	Транспортные расходы, относящиеся к остатку товаров на конец месяца
--	--	--------------------------------------	---

Такой способ обязательно следует закрепить в учетной политике для целей бухгалтерского учета.

Особенности присутствуют и в учете рекламных услуг, входящих в состав расходов на продажу. Они относятся к расходам по обычным видам деятельности. Рекламные расходы должны быть подтверждены документально, но при этом важно учесть, что подтверждением факта оказания является не только документ, но и фактическое распространение рекламы, например: отчеты о проделанной работе, эфирные справки телерадиостанций и т.д.

К счету 44 целесообразно открыть субсчет «Расходы на рекламу».

При размещении рекламы через сторонние организации следует создать такую проводку:

Дебет 44 субсчет «Рекламные расходы» Кредит 60
– отражена стоимость рекламных услуг на основании отчета.

Если организация самостоятельно распространяет рекламную продукцию, то рекламные материалы следует отразить на счете 10 субсчет «Рекламные материалы», исходя из фактических затрат и вести учет по каждому виду продукции. Проводки по поступлению рекламной продукции будут следующими:

Дебет 10 субсчет «Рекламные материалы» Кредит 60;
– приняты к учету рекламные материалы.

И только после распространения материалов следует их стоимость списать на счет 44:

Дебет 44 субсчет «Рекламные расходы» Кредит 10 субсчет «Рекламные материалы»
– списана стоимость рекламных материалов на основании акта об их расходовании.

Список литературы

1. ПБУ 05/01 «Учет материально-производственных запасов» [Электронный ресурс] // <http://vip.1gl.ru/#/document/99/901790702/bssPhr8/> (дата обращения 01.06.2018).
2. ПБУ 10/99 «Расходы организации» [Электронный ресурс] // <http://vip.1gl.ru/#/document/99/901735798/> (дата обращения 01.06.2018).
3. Налоговый Кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] // <http://vip.1gl.ru/#/document/99/901765862/bssPhr7/> (дата обращения 01.06.2018).
4. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» [Электронный ресурс] // <http://vip.1gl.ru/#/document/99/902316088/bssPhr7/> (дата обращения 01.06.2018).

УРОВЕНЬ СУЩЕСТВЕННОСТИ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ПРОЦЕДУРА АУДИТОРСКОЙ ПРОВЕРКИ

Кумукова Р. Р., Колодина Л. А.

Научный руководитель – Бабич А. А., к.э.н, доцент
ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»,
Россия, г. Ставрополь

Аннотация

В данной статье анализируется значение уровня существенности при планировании и проведении аудиторской проверки. Раскрывается взаимосвязь уровня существенности с аудиторским риском. На примере Публичного акционерного общества междугородной и международной электрической связи «Ростелеком» показывается методика расчета данной экономической категории.

Ключевые слова

Существенность в аудите, методика расчета уровня существенности, аудиторская проверка, МСА, аудиторский риск.

При проведении аудиторской проверки всегда возможен риск необнаружения каких-либо ошибок и искажений в бухгалтерской (финансовой) отчетности организации, а это, в свою очередь, повлияет на мнение аудитора и достоверность аудиторского заключения. Поэтому важнейшим условием планирования и проведения аудита является определение уровня существенности и взаимосвязанного с ним аудиторского риска для того, чтобы аудитор мог получить разумную уверенность в том, что отчетность организации в целом составлена правильно и содержит достоверные данные.

Согласно Международному стандарту аудита МСА № 320 «Существенность при планировании и проведении аудита» под существенностью понимается степень значимости информации о доходах, расходах, активах, обязательствах, составляющих капитала и хозяйственных операциях, искажение или пропуск которой повлияет на экономические решения пользователей, которые принимаются на основе бухгалтерской (финансовой) отчетности[4]. Другими словами, уровень существенности – это максимальный размер искажения или ошибки, который допускается в бухгалтерской информации и не способный ввести квалифицированного пользователя этой информации в заблуждение, в особенности аудитора. Следовательно, в процессе планирования и проведения проверки аудитор должен собрать достаточно надлежащие аудиторские доказательства, чтобы получить разумную уверенность в надежности бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Нормативно-правовые документы регламентирует взаимосвязь между уровнем существенности и аудиторским риском, под которым понимается риск того, что аудитор может выразить ненадлежащее мнение из-за существенных искажений или ошибок в бухгалтерской (финансовой) отчетности. При этом отмечается тот факт, что более жесткие требования к аудиторской проверке влекут за собой значительную вероятность нарушения данных требований. Стремление снизить уровень существенности заставит аудитора обращать внимание на самые незначительные отклонения, а, следовательно, возрастает аудиторский риск – возможность пропуска какого-либо нарушения.

При значительном уровне существенности главной целью аудитора становится отслеживание самых крупномасштабных отклонений бухгалтерской (финансовой) отчетности, значит, аудиторский риск снижается, так как внимание аудитора будет

акцентировано на тех ошибках, которые существенно искажают информацию, значимую для ее пользователей.

Таким образом, нормативно-правовое законодательство в области аудита подчеркивает, что между уровнем существенности и аудиторским риском обратная зависимость.

Каждый аудитор оценивает уровень существенности для бухгалтерской (финансовой) отчетности в целом, исходя из своего профессионального суждения «в целях оценки рисков существенного искажения и определения характера, сроков и объема последующих аудиторских процедур» (п. 11 МСА № 320)[4].

Расчет уровня существенности в аудите [5] проводится на основе бухгалтерской (финансовой) отчетности организации (в данном случае на основе отчетности за 2017 год ПАО «Ростелеком») [3]. За базовые показатели берутся: балансовая прибыль организации, выручка, валюта баланса, собственный капитал и общие затраты, данные о которых отражены в бухгалтерском балансе и отчете о финансовых результатах организации. При этом следует отметить, что доля, на которую в последующем умножается значение базового показателя, определяется внутренними инструкциями аудиторской фирмы, которая проводит проверку (табл. 1).

Таблица 1. Необходимые значения для расчета уровня существенности

Базовые показатели	Значение базового показателя, млн. руб.	Доля, %	Значение, применяемое для нахождения уровня существенности, млн. руб.
1	2	3	4
Балансовая прибыль	18 906	5	945
Выручка	305 329	2	6 107
Валюта баланса	560 229	2	11 205
Собственный капитал	249 364	10	24 936
Общие затраты	267 444	2	5 349

Значение, применяемое для нахождения уровня существенности, находится путем умножения значения базового показателя на долю. После данного действия рассчитывается среднее арифметическое – уровень существенности в аудите – с целью его использования для нахождения процента отклонения наименьшего и наибольшего значения от уровня:

$$\frac{945 + 6\,107 + 11\,205 + 24\,936 + 5\,349}{5} = 9\,708 \text{ (млн. руб.)}.$$

Отличие показателей от среднего значения находится по следующей формуле:

$$\frac{(Z_{\text{ср}} - Z_{\text{исп.}})}{Z_{\text{ср}}} * 100\%, \quad (1)$$

где $Z_{\text{ср}}$ – среднее значение, а $Z_{\text{исп.}}$ – значение, применяемое для нахождения уровня существенности.

$$\frac{(9\,708 - 945)}{9\,708} * 100\% = 90,3\%;$$

$$\frac{(9\,708 - 6\,107)}{9\,708} * 100\% = 37,1\%;$$

$$\frac{(9\,708 - 11\,205)}{9\,708} * 100\% = -15,4\%;$$

$$\frac{(9\,708 - 24\,936)}{9\,708} * 100\% = -156,9\%;$$

$$\frac{(9\,708 - 5\,349)}{9\,708} * 100\% = 45\%.$$

По методике расчета уровня существенности рассчитываются наибольшие и наименьшие значения, которые могут сильно отличаться от среднего:

$$\frac{(Z_{max} - Z_{cp})}{Z_{cp}} * 100\% = \frac{(24\,936 - 9\,708)}{9\,708} * 100\% = 156,7\%; \quad (2)$$

$$\frac{(Z_{cp} - Z_{min})}{Z_{cp}} * 100\% = \frac{(9\,708 - 945)}{9\,708} * 100\% = 90,3\%. \quad (3)$$

где Z_{max}, Z_{min} – максимальное и минимальное значения отбрасываемых величин.

Следует отметить, что максимальное и минимальное значения отбрасываются, если их отклонения составляют более 20% от среднего уровня существенности.

В итоге полученных отклонений данные значения и рассчитывается скорректированное среднее значения уровня существенности:

$$\frac{(6\,107 + 5\,349)}{2} = 5\,728 \text{ (млн. руб.)}.$$

Скорректированное значение может округляться в пределах 20% как в наименьшую, так и в наибольшую сторону, в процессе чего получается конечный уровень существенности будет равен 6 000 (млн. руб.).

Таким образом, подводя итоги вышесказанного, следует отметить, что существенность в аудите рассматривается с двух сторон. С качественной стороны должны браться во внимание такие факторы, которые делают бухгалтерскую (финансовую) информацию существенной и несущественной (независимо от суммы нарушений), а с количественной стороны учитывается общая совокупность нарушений, как выборочная, так и генеральная совокупность.

Список литературы

1. Бабич А. А., Колесникова А.С. Существенность согласно МСФО и МСА // Материалы IV международной научной конференции студентов, аспирантов, молодых ученых «Научный потенциал студенчества в XXI веке». Том 3. Экономика Ставрополь: СевКавГТУ, 2010.
2. Бабич А.А., Соловьева И.В., Бурмистрова А.В. Аудит как вид независимого финансового контроля // Материалы V-й ежегодной научно-практической конференции преподавателей, студентов и молодых ученых Северо-Кавказского федерального университета «Университетская наука – региону». / под редакцией Ушвицкого Л.И., Савцовой А.В. – Ставрополь: Издательско-информационный центр «Фабула», 2017. – 696 с.
3. Консолидированная финансовая отчетность за 2017, подготовленная в соответствии с МСФО [Электронный ресурс] // Официальный сайт ПАО «Ростелеком». URL: https://www.rostelecom.ru/ir/results_and_presentations/financials/IFRS/2017/4/ (дата обращения 27.03.2018).
4. Международный стандарт аудита 320 «Существенность при планировании и проведении аудита» (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 24.10.2016 N 192н) [Электронный ресурс] //

КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_206945/ (дата обращения 27.03.2018).

5. Расчет уровня существенности в аудите [Электронный ресурс] // Главная книга. URL: <http://glavkniga.ru/situations/s504665> (дата обращения 27.03.2018).

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Магомедова М.Н. – студент,
Научный руководитель - Камилова Р.Ш., доцент кафедры
«Бухгалтерский учет»
Дагестанский государственный университет,
Россия, г. Махачкала

Аннотация

В данной статье рассматриваются особенности бухгалтерского учета в туристических предприятиях в зависимости от осуществляемой деятельности: туроператорской и турагентской.

Ключевые слова

Бухгалтерский учет, туристическая деятельность, туроператор, турагент, турпродукт.

Туризм - один из самых крупнейших и высокодоходных отраслей экономики, по своим объемам уступающий лишь добычи нефти. Туристический бизнес как важная составляющая многих государств, оказывает влияние не только на социально-культурную и политическую среду, но и способствует нарастанию экономического благосостояния страны.

Так, согласно исследованию, проведенному Всемирной туристической организацией (ВТО), туристическая отрасль в 2017 году создала 10,4 % ВВП или 8,3 триллиона долларов. Каждое седьмое рабочее место в мире приходится на туристический бизнес. За быстрые темпы он признан экономическим феноменом столетия.

Во многих странах туризм находится под пристальным вниманием государства, как экономически выгодная и прибыльная отрасль. Кроме того, разнообразие видов деятельности, которыми занимается турфирма, требует применения различных методов и способов учета хозяйственных операций, чем и обуславливается актуальность постановки и ведения четкой системы бухгалтерского учёта, являющийся важнейшим институтом управления в туристических организациях.

Учетная процедура может отличаться в зависимости от того, к какой группе турфирм относится то или иное предприятие. Так, среди фирм, занимающихся туристической деятельностью, выделяют две основные группы:

- фирмы-туроператоры;
- фирмы-турагентства.

Под туроператором понимается турфирма, формирующая тур, т.е. занимающаяся разработкой туристического маршрута и обеспечением его услугами, а также продвижением и реализацией туристического продукта, осуществляющая деятельность на основе соответствующей лицензии.

Турагентством признается турфирма, выступающая в качестве посредника между туроператором и клиентом-туристом, которая способствует дальнейшему продвижению и конечной реализации турпродукта [1].

В настоящее время часто функции туроператоров и турагентств встречаются в

рамках одного предприятия. В рамках закона это не запрещено при наличии соответствующих лицензий, и на практике фирма может сама разрабатывать маршруты как туроператор и продавать их туристам и другим агентам, одновременно как турагент, приобретая туры у других фирм для своих клиентов.

Объектами бухгалтерского учета в туристической организации, как и в любой другой, являются основные средства, материально-производственные запасы, денежные средства, текущие обязательства с поставщиками и покупателями, капитал и резервы и финансовые результаты. Но главную роль в бухгалтерском учете занимает турпродукт.

Туристический продукт является главным результатом деятельности предприятия туристического бизнеса, под которым подразумевается право на тур. Тур – это французское слово, означает «поездка», «прогулка». Тур представляет собой комплекс различных услуг (размещение, питание, транспортные услуги, бытовые, экскурсионные), объединенные на основе главной цели путешествия и предоставляющих на определенном маршруте в определенный срок.

Совокупность услуг и товаров туристического назначения образует понятие «туристический продукт», который оформляется туристической путевкой или туристическим ваучером. Туристическая путевка – документ, подтверждающий факт передачи турпродукта, а туристический ваучер – документ, который устанавливают право туриста на услуги, входящие в состав тура [1].

Как мы уже отмечали ранее, формированием тура занимается туроператор – именно он бронирует и оплачивает отель, заказывает авиарейс, обеспечивает услугой по предоставлению транспорта, экскурсионные услуги и т.д. и после, с учетом прибыли, определяет конечную стоимость тура.

Учет затрат и формирование себестоимости туристической услуги осуществляется в соответствии с Приказом Госкомитета по физической культуре и туризму от 4.12.1998 г. №402 «Об утверждении Методических рекомендаций по планированию, учету и калькулирование себестоимости туристического продукта и формированию финансовых результатов у организаций, занимающихся туристической деятельностью».

При формировании себестоимости турпродукта выделяют три метода учета расходов на его создание, и именно позаказный метод, метод «директ-костинг» и нормативный метод, каждый из которых имеет свои особенности. Так, позаказный и метод «директ-костинг» может использоваться при формировании не только пакетного тура, формирующегося для группы туристов, но и для обслуживания одного туриста, а нормативный метод предупреждает неэффективное использование трудовых и финансовых ресурсов, позволяет определить, какие были затраты и какими они должны быть [2].

Сформированные туры реализуются им самостоятельно или через туристических агентов. Реализация при этом осуществляется на основе договора, заключаемый в письменной форме в соответствии со гл. 39 ГК РФ. Туроператор с турагентом заключает агентский договор, а турагент с туристом – договор о реализации туристического продукта. В учете турагента при составлении отчета о реализации туристического продукта формируется выручка в сумме агентского вознаграждения и дополнительной выгоды в случае ее возникновения. В учете туроператора при утверждении отчета турагента формируется выручка от реализации туристических услуг, а агентское вознаграждение признается в качестве расходов по обычным видам деятельности.

Список литературы

1. Саполгина, Л.А. Бухгалтерский учет и налогообложение в туристической фирме: учебное пособие/– М.: КНОРУС, 2014 – 160 с.
2. Медведева Е.В. Особенности калькулирования себестоимости туристического продукта [Электронный ресурс] // URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/9/57> (Дата обращения: 08.06.2018)

СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЛЯ ОЦЕНКИ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Мичурина Ю.В. – студентка
Научный руководитель – Демидова Л.Н., к.э.н., доцент
Финансовый Университет при Правительстве РФ (КФ)
Россия, г. Калуга

Аннотация

В данной статье исследуется система показателей для оценки платежеспособности предприятия. Одной из ключевых характеристик финансового состояния организации выступает оценка ее платежеспособности, то есть способности в полном размере и в срок погашать свои платежные обязательства легкорезализуемыми денежными средствами. Анализ структуры платежеспособности позволяет оценить степень ликвидности оборотных активов. Выявляются задачи эффективного привлечения заемных средств.

Ключевые слова

Платежеспособность; ликвидность; финансовое состояние; коэффициент;

В анализе платежеспособности нуждается не только сама компания для того, чтобы оценивать и прогнозировать свою финансово-хозяйственную деятельность, но еще и внешние лица: инвесторы, кредиторы, контрагенты. Перед тем как выдать кредит предприятию, банку необходимо удостовериться в кредитоспособности заемщика. Самим организациям, желающим вступить в экономические отношения, следует сделать то же самое.

Анализ платежеспособности базируется на степени ликвидности оборотных активов и производится внешними инвесторами. Платежеспособность непосредственно влияет на формы и условия осуществления сделок, в том числе на возможность привлечения заемных средств.

Для анализа платежеспособности и ликвидности субъекта хозяйствования возможно использование следующих методов:

1. Анализ ликвидности баланса. В процессе исследования ликвидности баланса проводится сравнение активов, систематизированных по уровню ликвидности, с обязательствами по пассивам, распределенными в соответствии со сроками их погашения.

2. Расчет финансовых коэффициентов ликвидности и их оценка. Расчет финансовых коэффициентов ликвидности дает возможность определить уровень обеспеченности краткосрочных обязательств самыми ликвидными активами, в том числе за счет денежных средств.

3. Анализ финансовых или денежных потоков. При анализе финансовых потоков оценивается способность организации формировать денежные средства в необходимом размере и в необходимые для производства предполагаемых расходов и платежей сроки.

Группировка статей актива баланса:

А₁: Быстрореализуемые активы. К ним относятся денежные средства и краткосрочные финансовые вложения.

А₂: Среднереализуемые активы. В их состав включаются дебиторская задолженность со сроком погашения до 12 месяцев.

А₃: Медленно реализуемые активы: раздел II бухгалтерского баланса, статьи запасы и затраты.

А₄: Труднореализуемые активы. В их состав входят внеоборотные активы или раздел I бухгалтерского баланса.

Распределение обязательств в соответствии со сроками их погашения:

П₁: Наиболее срочные обязательства. В их составе определена только кредиторская задолженность.

П₂: Краткосрочные пассивы. К ним относятся краткосрочные заемные средства и прочие краткосрочные обязательства, то есть раздел V бухгалтерского баланса.

П₃: Долгосрочные пассивы. В состав долгосрочных обязательств включаются долгосрочные кредиты и заемные средства, доходы будущих периодов, а также резервы предстоящих расходов и платежей, иначе раздел IV бухгалтерского баланса.

П₄: Постоянные пассивы – это статья «Капитал и резервы», раздел III бухгалтерского баланса.

Анализ способности организации своевременно и в полном объеме производить расчеты по всем обязательствам или анализ ликвидности баланса осуществляется посредством сопоставления группировок статей актива и пассива.

Баланс является абсолютно ликвидным при соблюдении необходимых условий: $A_1 \geq P_1$; $A_2 \geq P_2$; $A_3 \geq P_3$; $A_4 \geq P_4$.

Во всех остальных случаях баланс не будет считаться абсолютно ликвидным, и в дальнейшем следует провести более подробное исследование структуры активов и пассивов баланса, что позволит сделать вывод об уровне его ликвидности. Применительно к практической ситуации абсолютная ликвидность баланса встречается довольно редко.

Более подробно платежеспособность организации следует рассматривать посредством расчетов финансовых коэффициентов.

1. Коэффициент абсолютной ликвидности определяет, какую долю краткосрочной задолженности компания способна погасить в ближайшей перспективе за счет денежных ресурсов. Он рассчитывается по формуле: $K_{ал} = (ДС + КФВ) / КО$, где ДС – денежные средства; КФВ – краткосрочные финансовые вложения; КО – краткосрочные обязательства.

Рекомендуемое значение данного коэффициента находится на уровне 0,15-0,2. Значение ниже приведенного рекомендуемого уровня может указывать на снижение платежеспособности.

2. Коэффициент текущей ликвидности демонстрирует ситуацию, когда существует возможность погасить задолженность по расчетам и кредитам при мобилизации всего оборотного капитала. Формула нахождения данного показателя следующая: $K_{тл} = (ДС + КФВ + ДЗ) / КО$, где

ДЗ – дебиторская задолженность.

Рекомендуется удерживать значение приведенного коэффициента в пределах 0,5-0,8. Если значение более высокое, то предприятию необходимо превратить дебиторскую задолженность в деньги путем систематической работы с дебиторами.

3. Коэффициент ликвидности при мобилизации средств указывает на уровень зависимости степени платежеспособности от материально-производственных запасов с

точки зрения мобилизации средств, чтобы погасить краткосрочные обязательства. Расчет коэффициента производится по формуле: $K_{ЛМС} = З/КО$, где З - запасы.

Рекомендуемое значение коэффициента находится в пределах 0,5-0,7. Уровень минимального значения свидетельствует о достаточности мобилизации материальных запасов для финансирования краткосрочных обязательств предприятия.

4. Коэффициент общей ликвидности характеризует отношение всех ликвидных средств предприятия к сумме всех обязательств. Данный параметр используется для оценки ликвидности баланса в комплексе, для анализа динамики финансового положения с позиции ликвидности и при выборе надежного предполагаемого партнера. Вычисляется такой показатель по формуле: $K_{ОЛ} = (ДС+КФВ+ДЗ+З)/КО$;

Рекомендуется значение коэффициента $K_{ОЛ} > 1$. Минимально допустимое значение свидетельствует о достаточности оборотного капитала для покрытия краткосрочных обязательств хозяйствующего субъекта.

5. Коэффициент собственной платежеспособности характеризует часть средств, которые были вложены собственниками организации в ее имущественный комплекс и устанавливает степень зависимости от кредиторов. Показатель определяется по формуле: $K_{СП} = (ОА-КО)/КО$;

Такой коэффициент обычно зависит от характера хозяйственной деятельности и является индивидуальным для каждого определенного субъекта хозяйствования.

В случае если уровень платежеспособности по текущим обязательствам ниже 6 месяцев или значение относительного показателя текущей ликвидности выше единицы, то такой объект относится к группе платежеспособных объектов. Если уровень платежеспособности по текущим обязательствам свыше полугода и значение показателя текущей ликвидности ниже единицы, то в таком случае объект относят к группе не имеющих достаточных финансовых средств для покрытия собственной платежеспособности.

Учитывая все преимущества метода расчета финансовых коэффициентов платежеспособности предприятия, а именно наглядность исследования и простоту вычислений, нельзя не принимать во внимание тот факт, что в рамках данного метода присутствует и такой недостаток как неточность выводов, что обосновывает рекомендации к крайне осторожному применению вычислений относительных показателей в оценке платежеспособности компаний.

Список литературы

1. Бережная Е.В. Диагностика финансово-экономического состояния организации/ Учеб. пособие. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014 – 304 с.
2. Волосевич Н.В. Методические подходы в оценке платежеспособности коммерческих организаций//Теория и практика общественного развития – 2014. - № 16. – с. 98-102.
3. Грибов В.Д. Экономика предприятия/Учебник. Практикум. 6-е изд., перераб. и доп. – М.: КУРС: ИНФРА-М, 2015. – 448 с.
4. Изюмова Е.Н. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности промышленного предприятия/ Учеб. пособие. – 2-е изд. – М.: РИОР: ИНФРА-М, 2014. – 313 с.
5. Камысовская С.В. Бухгалтерская финансовая отчетность: формирование и анализ показателей/ учебное пособие. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2014. – 432 с.

ПРЕИМУЩЕСТВА ПЕРЕХОДА НА РЕДАКЦИЮ 3.1 КОНФИГУРАЦИИ «1С: ЗАРПЛАТА И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ 8»

Сидавская В.В.

Научный руководитель: Кулякина Е.Л., ассистент кафедры учета, анализа и аудита
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»
Институт экономики и управления
Россия, г. Симферополь

Аннотация

В статье рассмотрены вопросы автоматизации ведения кадрового учета и учета заработной платы в организации, определены преимущества работы с «1С: Зарплата и Управление персоналом 8» редакцией 3.1 перед 2.5.

Ключевые слова

Персонал, заработная плата, кадровый учет, проблемы ведения учета труда, программные продукты.

В современных условиях информатизации и компьютеризации деятельности организаций возникает потребность в использовании новейших автоматизированных систем бухгалтерского учета. Данное инновационное внедрение позволит практически полностью исключить бумажную работу, значительно снизить вероятность ошибок и повысить эффективность работы бухгалтера. Автоматизация систем бухгалтерского учета по расчету заработной платы является актуальной темой, поскольку имеет отношение к условиям современного развития бухгалтерского учета.

Ведение учета труда, начисления и выплаты заработной платы является важным элементом системы учета и управления организацией, поскольку, с одной стороны, помогает определить сумму расходов организации на оплату труда и соответственно определить фактическую себестоимость произведенной продукции, выполненных работ и оказанных услуг, с другой стороны, позволяет максимально эффективно использовать имеющиеся трудовые ресурсы организации [2, с. 261].

Анализ существующего программного обеспечения показал, что для автоматизации учета заработной платы, задач управления персоналом, ведения кадрового учета и расчетов по заработной плате в соответствии с требованиями законодательства наиболее рациональным является использование специализированной конфигурации «1С: Зарплата и Управление персоналом 8». Это прикладное решение используется крупными организациями с различными формами оплаты труда (повременная, сдельная, аккордная, по договорам гражданско-правового характера и т.д.), с широким списком доплат и удержаний, и даже просто с большим количеством работников (более 100 человек). Программа позволяет автоматически начислять работникам зарплату по часовой тарифной ставке и осуществлять индексацию. Начисление ведутся в соответствии с отработанным временем, указанным непосредственно в таблице учета рабочего времени. Алгоритм выплаты зарплаты позволяет оформлять перечисления средств на банковские счета и осуществлять выплату через кассу. В системе проводится настройка отображения начислений (удержаний), отражения расходов на оплату труда, начислений взносов в социальный и пенсионный фонды в бухгалтерском и налоговом учете, рассчитываемые автоматически. По окончании отчетного периода можно автоматически сформировать регламентированные отчеты в отношении физических лиц, отчеты в фонды, статистическую отчетность и т.д. [3, с. 27].

С апреля 2018 года прекращена поддержка старых редакций конфигураций для расчета заработной платы. Пользователям редакции 2.5 конфигурации «Зарплата и управление персоналом» рекомендовано перейти на редакцию 3.1. Рассмотрим преимущества работы с «1С: Зарплата и Управление персоналом 8» редакцией 3.1

перед 2.5 в табл. 1.

Таблица 1. Преимущества «1С: Зарплата и Управление персоналом 8» 3.1

№ п/п	Преимущества	Характеристика
1.	Возможность удаленной on-line работы в программе	Появилась возможность подключаться к базе из любой точки мира при наличие компьютера и доступа в интернет.
2.	Удобный расчет страховых взносов	Расчет страховых взносов осуществляется в одном документе с начислением заработной платы, что позволит сократить количество ошибок.
3.	Возможность изменения вида занятости сотрудника кадровым переводом	В редакции 2.5 изменить вид занятости сотрудника можно только через увольнение и прием, что совсем неудобно, ведь влечет за собой расчет при увольнении с компенсацией неиспользованного отпуска и соответствующее оформление по ТК РФ.
4.	Оформление перемещения между организациями-филиалами можно оформить без увольнения и приема	Данное преимущество актуально для групп компаний, теперь перевод сотрудника из одной организации в другую становится значительно проще.
5.	Упрощение доплат за совмещение	Доплата за совмещение назначается отдельным документом и может рассчитываться как разница в окладах, процент от заработной платы замещаемого сотрудника или фиксированная сумма.
6.	Реализован учет отгулов	Возможным становится учет количества отгулов, которые предоставляются сотруднику за работу в праздничные и выходные дни, сверхурочную работу. В программе создан специальный отчет, в котором можно посмотреть остаток неиспользованных отгулов.
7.	Регистрация отсутствия на несколько часов	Внутрисменными могут быть не только отгулы, а также командировки, простои, отпуска без оплаты и прогулы. При условии оплаты за отработанное время по часам, данная возможность может быть очень актуальна.
8.	Расчет оценочных обязательств (резервов) по отпускам	Реализован расчет резервов по отпускам нормативным методом и методом обязательств (МСФО). Доработаны специальные отчеты для получения нужной информации.

Проанализировав преимущества редакции 3.1, можно сделать вывод о том, что программа в целом более удобна и проста в использовании. Немалую роль в этом играет так называемый интерфейс «такси», в котором улучшились дизайн, навигация по приложению, можно настраивать рабочее пространство. Наряду со всеми перечисленными преимуществами новой редакции 3.1 можно ещё отнести работу с

несколькими производственными календарями, что невероятно удобно и это новшество оценит любой бухгалтер. Обновленная программа гораздо удобнее, проще и интереснее предыдущей версии. Рассмотрим алгоритм расчета заработной платы.

1. Ввод в информационную базу сведений о текущей выработке работников, об отклонениях от графика работы (в том числе почасовых невыходов), о разовых начислениях и удержаниях. Данная информация вносится на основании приказов, табелей учёта рабочего времени, больничных листов, документов по оплате праздничных и выходных дней, что в программе отражается в разделе «Зарплата».

2. Для расчета оплаты переходим в раздел «Зарплата» и выбираем «Начисление зарплаты и взносов». Чтобы произвести основные начисления сотрудникам в открывшемся окне нажимаем «Создать». Появляется новый документ «Начисление зарплаты и взносов», который отличается от документа «Начисление зарплаты» редакции 2.5 количеством вкладок. Для автоматического заполнения табличного поля нажимаем «Заполнить». После автоматического заполнения в начислениях можно заметить оплату по окладу и сверхурочные, доплату за работу в ночные часы и праздничные дни. На закладке «Начисления» можно выбрать сотрудника и воспользоваться кнопкой «Расчетный листок», в этом случае в отдельном окне будет сформирован расчетный лист по конкретному человеку.

3. В разделе «Выплаты» следует выбрать нужный вариант выплаты зарплаты. Большинство организаций выбирают выплату зарплаты зачислением на карточку, данный факт отражается документом «Ведомость в банк».

4. Передача в электронном виде реестра в банк. Если имеется возможность использовать электронный документооборот с банком, то формируется специальный файл, содержащий в себе информацию о сотрудниках (лицевых счетах), по которым распределяется вся сумма. Этот файл передается в банк (кнопка «Выгрузить в файл»). Банк после обработки этого файла отправляет ответный файл, по которому формируется документ «Подтверждение зачисления зарплаты».

Таким образом, подводя итог выше изложенного материала, следует отметить, что для полного, эффективного и систематического учета начисления заработной платы в организации, наилучшим специализированным программным продуктом является «1С: Зарплата и Управление персоналом» редакции 3.1. Программа имеет существенные преимущества, особенно актуальна в условиях постоянной изменчивости законодательной базы, поскольку соответствует действующему законодательству, что позволяет справиться с потребностями организаций разного уровня и упрощает работу бухгалтеру.

Список литературы

1. Макарова Л. М., Жуткина Н. П. Использование программ полного документооборота в автоматизации деятельности предприятия. Сборник «Технические и естественные науки: проблемы, теория, практика. Межвузовский сборник научных трудов». Саранск, 2011. С. 37-40.

2. Клименко А.В. Информационные системы и технологии в учете. Учеб. пособие.- М., 2008. - 320 с.

3. Травин В.В., Дятлов В.А. Основы кадрового менеджмента. – М., 2005. – 59 с.

4. Официальный сайт фирмы «1С» - М., 2016. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.1c.ru/> (дата обращения: 25.05.2018).

ВЫСШИЙ, СТРАТЕГИЧЕСКИЙ И СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

ОПТИМИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ ЗАКУПКАМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОПТОВОЙ И РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Лазеева В.И. студент 2 курса магистратуры ИУБПЭ СФУ
Россия, г. Красноярск

Аннотация

В данной статье рассмотрены проблемы управления закупками на предприятиях оптовой и розничной торговли. Выявлена и обоснована необходимость оптимизации бизнес-процесса. На основе проведенного исследования автором предлагается использовать аналитическую систему управления запасами на складе.

Ключевые слова

Оптимизация, оптовая и розничная торговля, управление запасами, склад.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что управление запасами готовой продукции в современных условиях рынка является необходимым условием повышения эффективности бизнеса. Современные предприятия вынуждены постоянно заниматься улучшением своей деятельности, что требует разработки новых технологий и приемов управления бизнеса. Одним из важнейших бизнес-процессов являются закупки. Цель закупочной деятельности - удовлетворение потребностей в материальных ресурсах с максимально возможной экономической выгодой. Постановка задач автоматизации процессов на предприятии и самостоятельный анализ является важным фактором в работе компании. В этих условиях тщательный контроль учёта запасов является объективной необходимостью, который должен заключаться в своевременном пополнении товара на складе.

Оптимизация складского учёта позволит рационализировать процесс товародвижения, а так же обеспечить экономию средств на осуществление организации складской службы. Разработка системы складирования товаров, решение вопросов складской переработки необходимы для обеспечения непрерывности процесса товародвижения и товароснабжения оптово-розничной торговой компании.

Система оптовой и розничной торговли является посредническим звеном в распределения потребительских товаров, в которой сосредоточена значительная часть материальных ресурсов. Предприятия оптовой и розничной торговли выступают важными элементами рыночной инфраструктуры.

Современный российский оптовый рынок характеризуется наличием большого числа оптово - розничных структур. Посредническая деятельность компаний сопровождаются множеством проблем, которые обусловлены становлением рыночных отношений в России. В годы экономических реформ существенно снизилась роль оптовой торговли в снабжении розничной торговли. Непосредственная разрозненность рыночной информации препятствует эффективному использованию ресурсов и управлению ими с учетом изменения рыночной конъюнктуры.

В условиях нестабильной экономической ситуации на предприятиях оптово-розничной торговли возрастают риски, связанные с возможными изменениями условий работы с поставщиками товаров. Важными антикризисными задачами на участке материального снабжения являются:

- снижение затрат на поддержание складских запасов;
- гибкая работа с поставщиками на выгодных условиях;
- своевременная поставка товара;
- ведение точного учета закупаемых комплектующих и мест их складирования [1, с. 272].

Одна из распространённых ошибок предприятий заключается в том, что зачастую на складе содержится избыточное количество закупаемых товаров, это обусловлено желанием иметь страховой запас, который, как правило, аналитически не рассчитан. Поэтому когда срочно требуется конкретная номенклатурная единица, она может отсутствовать в необходимом количестве, происходит экстренная закупка по завышенным ценам, срываются сроки поставок продукции и создается угроза потери не только текущей, но и будущей прибыли - в виде потери клиентов, что является недопустимым.

Контроль за состояние запасов и формированием заказа может осуществляться периодически, по одной из следующих систем:

1. Система оперативного управления – через определенный промежуток времени принимается оперативное решение заказывать или не заказывать какое-то количество единиц товаров.

2. Система равномерной поставки – через равные промежутки времени заказывается постоянное количество единиц товара.

3. Система пополнения запаса до максимального уровня – через равные промежутки времени заказывается партия, т.е. число единиц товара, равен разности установленного максимального уровня запасов и фактического уровня запасов на момент заказа.

Исходя из выше изложенного, можно сделать вывод, что главная проблема для оптимизации товарных запасов на складе - непредсказуемость спроса. Главными особенностями управления запасами является невозможность ведения запасов без специализированного программного обеспечения, а ее оптимизация подразумевает сокращение расходов при неизвестном уровне спроса в будущем. Именно на этих особенностях разрабатываются и применяются методы управления запасами готовой продукции [2, с. 512].

На сегодняшний день ключевым показателем деятельности оптово-розничной компании является грамотное стратегическое планирование цепей поставок и процесса принятия управленческих решений, связанных с применением информационных технологий. В связи с этим возникает необходимость перехода к современным средствам оптимизации деятельности компании и проведением реинжиниринга бизнес-процессов, а именно внедрению единой аналитической и многофункциональной системы.

Список литературы

1. Любанова, Т.П. Стратегическое планирование на предприятии: Учебное пособие / Т.П. Любанова, Л. В. Мясоедова, Ю. А. Олейникова. - М. : ПРИОР, 2001.-272 с.

2. Репин В.В. Бизнес-процессы. Моделирование, внедрение, управление / В.В. Репин. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. - 512 с.

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ВЫХОДА ИЗ КРИЗИСА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ ЖКХ

Луговнина С.М., к.э.н., доцент

Аннотация

Отражены основные подходы и этапы разработки стратегии выхода из кризиса предприятия сферы жилищного хозяйства и коммунальной инфраструктуры. Выделены основные направления работы по выходу из кризиса предприятий ЖКХ. Определены основные стратегии и мероприятия по выходу из кризиса.

Ключевые слова

Жилищно-коммунальное хозяйство и инфраструктура, стратегия, цели, стратегический анализ, кризис.

Жилищно-коммунальное хозяйство – это стратегически и социально значимая отрасль национального хозяйства, которая сегодня находится в условиях финансового, технического и технологического кризиса. Для ее выхода из сегодняшнего состояния нужно последовательно решать тактические задачи, позволяющие достичь стратегической цели по ее перевооружению, переоснащению, модернизации и выходу на финансовую окупаемость.

Сегодня специалисты выделяют следующие признаки кризиса на предприятиях ЖКХ:

- по итогам двух лет получен убыток в абсолютном выражении в соответствии с бухгалтерской отчетностью.
- экономический анализ предприятия ЖКХ показал, что фактическая себестоимость жилищно-коммунальных услуг больше чем на 25% превышает утвержденный тариф;
- кредиторская задолженность предприятия ЖКХ растет и для ее погашения недостаточно оборотных активов;
- стабильное снижение объема реализации предоставляемых услуг;
- фактический расход ресурсов (топлива, электроэнергии) значительно выше утвержденного.

Для поиска путей выхода из экономического кризиса необходимо разработать стратегию выхода из кризиса. Для формирования стратегии необходимо провести тщательный анализ внешней и внутренней среды сферы ЖКХ в целом и конкретного предприятия ЖКХ. Выделяются те компоненты, которые действительно имеют значение для организации сферы ЖКХ и коммунальной инфраструктуры, проводится сбор и отслеживание информации по каждому компоненту и на основе оценки реального положения предприятия и отрасли в целом выясняются причины кризисного состояния. Проводится, комплексная, своевременная диагностика состояния предприятия жилищного хозяйства и коммунальной инфраструктуры, что является первым этапом в разработке стратегии антикризисного управления деятельностью предприятий сферы ЖКХ.

При проведении анализа внешней среды сферы ЖКХ большой объем полученной информации может привести к путанице. В то же время неполный анализ способен исказить истинное положение. Чтобы сформировать четкую и понятную картину развития ситуации, полученные результаты необходимо правильно сопоставить, свести в единое целое несколько этапов анализа:

1. анализ макросреды сферы ЖКХ, которую условно можно поделить на четыре сектора: политическое окружение, экономическое окружение, социальное окружение, технологическое окружение.

2. анализ конкурентной среды по ее пяти основным составляющим: потребители услуг ЖКХ, поставщики – ресурсные организации, конкуренты внутри отрасли, потенциальные новые конкуренты, товары-заменители.

Получив достаточно обширную информацию о внешней среде, можно синтезировать ее методом создания сценариев.

При изучении внешней среды, необходимо концентрировать свое внимание на выяснении, какие угрозы и какие возможности таит в себе внешняя среда. Это возможно выполнить методом SWOT.

Одновременно с анализом внешней среды предприятия важно провести углубленное исследование его реального внутреннего состояния. Это позволит разработать антикризисную стратегию для предприятия сферы ЖКХ.

Чем слабее настоящее положение предприятия, тем более тщательному критическому анализу должна подвергнуться его стратегия. Кризисная ситуация на предприятии — признак или слабой стратегии, или ее плохой реализации, или того и другого вместе.

Анализируя стратегию предприятия сферы ЖКХ, можно выделить следующие моменты:

1. Оценить эффективность текущей стратегии предприятия ЖКХ.
2. Выявить силу и слабость, возможности и угрозы для предприятия ЖКХ.
3. Определить конкурентоспособность цен и издержек по предоставляемым услугам предприятия сферы ЖКХ.
4. Оценить прочность конкурентной позиции предприятия ЖКХ.
5. Выявить проблемы, вызвавших кризис на предприятии ЖКХ.

Затем для разработки антикризисной стратегии сферы ЖКХ необходимо скорректировать миссию и систему целей предприятия ЖКХ.

Четко сформулированная миссия вдохновляет и побуждает к действию, дает возможность сотрудникам предприятия проявлять инициативу, формирует главные предпосылки успеха деятельности предприятия при различных воздействиях на нее со стороны внешней и внутренней среды.

Затем идет процесс корректировки системы целей. Для этого необходимо сравнить желаемые результаты работы предприятия сферы ЖКХ и результаты исследований факторов внешней и внутренней среды, которые ограничивают достижение желаемых результатов, и вносит изменения в систему целей предприятия сферы ЖКХ.

На основе краткосрочных и долгосрочных целей формируется систем стратегического планирования, мотивации и контроля, используемых на предприятиях сферы ЖКХ. Цели лежат в основе организационных отношений и оценки результатов труда отдельных работников, подразделений и организации в целом.

Цели более высокого уровня ориентированы на долгосрочную перспективу. Они позволяют менеджерам взвешивать влияние сегодняшних решений на долгосрочные показатели. Цели более низкого уровня ориентированы на краткосрочную и среднесрочную перспективу и являются средством достижения целей высокого уровня.

Краткосрочные цели определяют скорость развития компании ЖКХ, уровень показателей деятельности и результаты, которые нужно достичь в ближайшем будущем. То, на какой уровень целей ориентируется высшее руководство предприятия, может служить причиной кризисной ситуации. Очень часто на российских предприятиях ЖКХ менеджеры сосредоточивают свое внимание на краткосрочных финансовых целях, пренебрегая долгосрочными.

Обязательным этапом разработки антикризисной стратегии предприятий сферы ЖКХ, является анализ основных аспектов финансовой и хозяйственной деятельности предприятия, который состоит в анализе:

- системы договоров, локальных актов компании ЖКХ;
- доходов и расходов организации ЖКХ;
- системы расчетов с потребителями и поставщиками;
- технологии производства и (или) передачи ресурса потребителям.

Для разработки стратегии выхода из кризиса и для повышения рентабельности деятельности предприятий ЖКХ необходимо работать по четырем направлениям:

1. Сфера доходов предприятия. Необходимо увеличивать объем реализации предоставляемых услуг, снижать уровень потерь ресурсов, снижать уровень расхода ресурса на собственные нужды, вводить экономически обоснованный тариф на предоставляемые ресурсы и услуги, совершенствовать механизмы привлечения внешнего финансирования деятельности предприятия ЖКХ;

2. Сфера расходов организации ЖКХ и энергетики. Необходимо внедрять экономически эффективные производственные решения, то есть проводить модернизацию, автоматизацию и энергосбережение. Повышать качество принимаемых управленческих решений, то есть повышать эффективность условий пользования имуществом, системы мотивации сотрудников и системы управления затратами ЖКХ;

3. Система стратегического развития компании, включающая оценку возможности расширения рынка оказания услуг, открытия смежных направлений деятельности;

4. Работа с должниками в ЖКХ.

Во время кризиса последовательность действий любой компании известна. Сначала — сжатие бизнеса для того, чтобы в условиях падения спроса обеспечить его выживаемость и высвободить дополнительные денежные средства, то есть сократить издержки, избавиться от неэффективных или непрофильных направлений и активов. Затем — интенсивное развитие в рамках новой бизнес-модели или развитие новых привлекательных направлений.

Сегодня предприятиям жилищного комплекса и коммунальной инфраструктуры можно рекомендовать использовать четыре наиболее эффективных стратегии выхода из кризисного состояния, которые могут быть сегодня реализованы: смена позиционирования; инвестирование в инновации; пересмотр портфеля бизнесов, концентрация на основной деятельности; слияния и поглощения.

Для реализации антикризисной стратегии предприятиями сферы ЖКХ, что бы минимизировать убытки и выйти в ближайшей перспективе на прибыль, рекомендуется провести и реализовать следующие мероприятия:

- подготовка документов, технико-экономического обоснования для привлечения внешнего финансирования в жилищно-коммунальный комплекс муниципального образования;
- реализация правовых решений управления и эксплуатации имущественного комплекса;
- расчет и защита экономически обоснованного тарифа;
- разработка и помощь при утверждении инвестиционных программ, программ энергосбережения;
- бизнес-планирование развития новых перспективных направлений деятельности.
- постановка систем управления затратами ЖКХ, бюджетирования, мотивации персонала.

Список литературы

1. Малкандуев Э. М., Черкесов М. Т. Проблемы ЖКХ и пути их решения. Экономические науки №77-1, 25.01.2018

2. Соколова С.А., Борисова К.В. Проблемы жилищно-коммунального хозяйства как индикатор состояния общества // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 11-4. URL: <http://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=41271> (дата обращения: 14.06.2018).

РОЛЬ МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ВЕДУЩИХ МЕГАТЕНДЕНЦИЙ МИРОВОГО РАЗВИТИЯ

Юрченко В.И.

Акционерное общество Научно-исследовательский институт
полупроводниковых приборов.
Россия, г. Томск

Аннотация

Оцениваются тенденции и направления развития менеджмента для изменения управления предприятием с учетом интенсивного развития мегатенденций мирового общества.

Ключевые слова

Мегатенденция, менеджмент.

В условиях роста технической оснащенности и независимо от специфики области приложения человеческих усилий стали действовать новые объективные закономерности, плохое понимание которых неизбежно вызывает крах самых перспективных начинаний и обесценивает любые усилия даже при достаточном обеспечении всеми ресурсами. Сущность этих закономерностей в первичности управления по отношению к материальному производству и созданию услуг. Кризис в недрах управления предшествует кризису в сферах производства и проявляется в застое развития каждого предприятия.

Повсеместно в мире идет поиск путей, обеспечивающих успешное развитие в условиях сокращающихся свободных рынков и охватывающей все сферы человеческой деятельности конкуренции. Интенсивное расширение производства и рынков сбыта становится достижением все меньшего числа компаний. В мире отчетливо проявились мегатенденции - глобальные изменения, охватывающие общество в целом, оказывающих сильное влияние как на предприятие в целом, так и на каждого менеджера и работника предприятия.

Изменяются ценностные ориентации людей на новый критерий типа «индивидуальная модель качества жизни» - степень внутренней удовлетворенности, которую ощущает индивид, продавая на рынках труда свой труд, а вместе с ним свое время или часть своей жизни. Все большее число людей начинает осознавать негативность современной цивилизации при ее общей нестабильности и информационных перегрузках. Их ослабление зависит от того насколько эффективно и в каких направлениях будет развиваться средство саморегулирования человеческих сообществ, структурообразующий компонент внутренней среды предприятий и общества в целом, а именно менеджмент.

Сознавая это предприятия, государства и мировое сообщество реагируют на растущую нестабильность экономической среды, расширением сфер своей деятельности, разработкой создания крупных программ преобразования мировых рынков. Такую программу, например, разработала корпорация «Филипс», «Видение будущего» ("Visions of the Future")², определяющего стратегию корпорации по созданию и широкому производству серии принципиально новых товаров.

Менеджмент сам постоянно изменяется и подвержен воздействию мировых мегатенденций. Ключевой проблемой стратегического проектирования научно-технического предприятия в XXI веке является проблема изменение роли менеджмента предприятия в его будущее состояние (место и роль в перспективе). Данная проблема, по сути своей, одновременно носит не только теоретический но и практический характер.

Это состояние, во-первых, должно, соответствовать ряду уже фактически имеющихся достижений мировой техники, приносящих людям несомненную пользу в повседневной жизни и в сферах производства. Важны и другие показатели, а именно:

- эффективность использования ресурсов;
- технологическая новизна;
- инновационность экономики;
- конкурентоспособность на отечественном рынке и зарубежных рынках товаров;
- экологическая чистота промышленного производства;
- быстрота и надежность коммуникации.

Во-вторых с высокой степенью вероятности вытекать из ряда устойчивых мегатенденций мирового развития [1]: переход от индустриального общества к информационному, от форсированного технологического развития – к передовым технологиям, от национальных экономик – к мировой экономике. В рамках «Проекта-2020 - Контуры мирового будущего», в работе над которым принимало участие более тысячи экспертов представлено 14 наиболее вероятных перспектив [2] развития мира и глобальных тенденций развития на первую четверть XXI

Таблица 1. Ведущие мегатенденции мирового развития до 2020 г.

№ п/п	Мегатенденции
1.	Размах и скорость перемен усилят противоречия глобализации
2.	Подъем новых держав: перемены в геополитическом пейзаже
3.	Новые проблемы управления и государственности, управление под давлением высоких технологий
4.	Замедление темпов демократизации
5.	Всеобъемлющее чувство ненадежности
6.	Расширение мировой экономики
7.	Ускоренные темпы научного прогресса и распространение двойных технологий
8.	Сохранение социального неравенства
9.	Феномен глобального старения
10.	Распространение радикальной исламской идеологии
11.	Потенциальная возможность катастрофического терроризма, но не мировой войны
12.	Распространение оружия массового поражения
13.	Усиление давления на международные институты
14.	Расширение политики этнического самоопределения

Важные в плане качественно нового будущего предприятия представляют 3 и 7 мегатенденции. В программе «Стратегия развития. Россия 2020» особое значение с точки зрения формирования нового общества придано следующим направлениям:

построению инновационного общества; развитию рыночных институтов и конкурентоспособной среды; радикальному повышению эффективности экономики; созданию ориентированного на потребителя управления на базе современных информационных систем [3].

В-третьих, будущее предприятия должно быть суммирующим результатом взаимодействия трех воздействий:

- разнообразных свободных инициатив, которые каждому участнику кажутся правильными и лично каждому интересны;
- целенаправленных усилий групп и подразделений предприятия;
- научно обоснованных и ответственных действий всех участников производства.

Данный вариант всё ещё не состоялся, несмотря на тотальную компьютеризацию, рост доли информационного сектора экономики, преобладание в ВВП передовых экономик мира доли услуг и т.д. Информационные технологии и виртуальная реальность становятся детерминирующими факторами во всех сферах реальности в том числе производства.

Формируется новая глобальная информационная культура, размывающая границу между производителями и потребителями, открывающая новые широкие возможности для самовыражения, творчества, расширяющая для человека границы возможного.

Сегодня диплом – является, прежде всего, социальной квалификацией, а инновационная культура ведет к тому, что необходимо бороться с инерцией когнитивных компетенций и отвечать потребности роста знаний в новых условиях. Обучение является ключевой ценностью и знания будут включать не сумму сведений и фактов, а и когнитивные способности исследовательского типа.

Влияние основных мегатенденций будет выражаться в следующих изменениях

- Новой парадигме управления, основанной на интеллекте, переходе от традиционного руководства к партнерским отношениям сетевого типа.
- Новым критериям эффективности: мобильность, фокусирование на индивидуальном клиенте, способность предугадать изменения внешней среды и предпочтения потребителей.
- Динамике мгновенно изменяющих свою организационную структуру в соответствии с изменениями рынков.
- Переходе от пирамидальных к распределенным сетевым структурам управления, в гораздо большей степени самоуправляемым и саморазвивающимся.
- Новом виде трудовых ресурсов, отличающихся высокой избирательностью в выборе места работы, способностью необычайно гибко маневрировать своими интеллектуальными ресурсами, переходящих к непрерывному интенсивному обучению.

Эффективность развития и важнейшие мегатенденции определяют стратегию успеха предприятия. В ближайшем крайне нестабильном будущем с не прогнозируемыми кризисами, наименьшие потери понесут предприятия, которые сумеют радикально изменить свой подход к управлению, разработать новую концепцию развития своего менеджмента, учесть последствия появления нового качества (сетевого человека) потребителя и одновременно участника производства.

Список литературы

1. Naisbitt J., Aburdene P. Megatrends 2000. - N.Y. 2000.

2. Россия и мир в 2020 году. Доклад Национального разведывательного комитета США “Контурь мирового будущего”. - М., 2005. - С. 172-180.
3. Стратегия развития. Россия 2020. - М., 2008.

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ И ИНДИКАТОРЫ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

Алексеев Д.М. – аспирант 1-го года обучения,
Толоманенко Е.А. – аспирант 1-го года обучения,
Шумилин А.С. – аспирант 1-го года обучения
Южный федеральный университет,
Россия, г. Таганрог

Аннотация

В рамках данной статьи описаны ключевые особенности инновационной экономики, представлены ее принципы, признаки и индикаторы. В ходе исследований определена суть инновационной рыночной экономики, которая заключается в одновременном росте разного рода рынков, а также выделена главная часть любой инновационной системы и экономики — венчурный бизнес.

Ключевые слова

Инновационная экономика, венчурный бизнес, ноу-хау, наука, технологический бизнес, экономическое развитие, принципы ИЭ.

Инновационная экономика (ИЭ, экономика знаний, интеллектуальная экономика) — тип экономики, основанной на потоке инноваций, на постоянном технологическом совершенствовании, на производстве и экспорте высокотехнологичной продукции с очень высокой добавочной стоимостью и самих технологий. Предполагается, что при этом в основном прибыль создаёт интеллект новаторов и учёных, информационная сфера, а не материальное производство (индустриальная экономика) и не концентрация финансов (капитала) [1].

Иными словами, инновационная экономика подразумевает под собой такой вид экономики, при котором максимально эффективно допускается использовать любые полезные для общества инновации (патенты, лицензии, сертификаты, ноу-хау, а также собственные новые технологии и т.д.).

Базовые принципы, признаки и индикаторы инновационной экономики:

- Высокий индекс экономической свободы;
- Высокий уровень развития образования и науки;
- 4-6-е технологические уклады экономики;
- Высокое и конкурентоспособное качество жизни;
- Высокие стоимость и качество человеческого капитала в его широком определении;
- Высокая конкурентоспособность экономики;
- Высокая доля инновационных предприятий (свыше 60-80%) и инновационной продукции;
- Замещение капиталов;
- Конкуренция и высокий спрос на инновации;
- Избыточность инноваций и, как следствие, обеспечение эффективности части из них за счет конкуренции;
- Инициация новых рынков;
- Принцип разнообразия рынков;
- Развитая индустрия знаний и их высокий экспорт [1].

Избыточность и конкуренция

Инновационная экономика подразумевает под собой огромное количество

предоставляемой продукции, услуг и агентов на любом этапе инновационного процесса: излишнее количество знаний, идей, разработок, патентов, высоких технологий, компаний, предпринимателей, ученых, инфраструктур и т.д. Такое излишество является инициатором конкуренции и поддерживает её, что приводит к увеличению разнообразия и качества товаров и услуг, а также к повышению производительности труда из-за большого количества инноваций и постоянно растущей конкуренции между ними.

В развитых странах эффективные инновационные системы поддерживают конкуренцию. Такое поведение является главной отличительной особенностью рыночной экономики с конкурентными рынками практически во всех отраслях и сферах экономики от рыночной экономики, у которой фиксируется низкий индекс экономической свободы. Конкуренция считается движущей силой развития личности, экономики, общества и человеческого капитала, как главного интенсивного фактора развития [2].

Суть инновационной рыночной экономики заключается в одновременном росте разного рода рынков. Это обеспечивается в случае, если имеется определенная избыточность, которая достигается при крайне высокой производительности труда и высоком уровне развития информационных технологий.

Избыточность научных открытий, разработок, идей, специалистов и т.д. порождается научной и инновационной системами, которые определяются потребностями и спросом конечных потребителей. С другой стороны, нестандартное мышление ученых и инноваторов, растущая конкуренция между ними способствуют опережению роста предложения инноваций над их спросом, как со стороны экономики, так и общества в. Таким способом и проявляется опережающее развитие человеческого капитала и его основное значение в современной экономике, как фактора роста.

В рамках инновационной системы в совокупности с наукой и системой образования происходит стимулирование появления различных компаний, которые являются разработчиками инноваций. Такое формирование реализуется за счёт строительства центров коллективного пользования научным оборудованием, технопарков, определённых налоговых зон, льгот и т.д. Параллельно с этим должен создаваться избыток финансовых институтов, которые задействованы в инновационной экономике для того, чтобы инвесторы могли конкурировать между собой за приобретение акций стартапов.

Самая главная часть любой инновационной системы и экономики — это венчурный бизнес.

Венчурный бизнес – рискованный научно-технический или технологический бизнес. Такой бизнес является производным от науки, фундаментальной и прикладной, и появился на свет как требование экономического развития в качестве недостающего звена между наукой и производством [3]

Образованный от английского слова *venture* бизнес по определению рискованный и высокодоходный, но только лишь в случае успеха. Именно в инновационной экономике участие государства в качестве регулятора и инвестора общепринято. Это обусловлено тем, что государство берет на себя часть рисков. Венчурный бизнес зачастую направлен на реализацию крупных и даже прорывных инноваций и нововведений, повреждающихся фундаментальной наукой.

Таким образом соучастие в нем государства на основе частно-государственного партнерства безусловно необходимо и аргументированно полезно.

Список литературы

1. Инновационная экономика [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Инновационная_экономика
2. Портер Майкл. Конкуренция. — Москва: Вильямс, 2003.
3. Инновационная экономика [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Венчурный_бизнес

НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ КАК УСКОРЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Воликов И.Р.
СибГУ
Россия, г. Красноярск

Аннотация

В статье показан научно-технологический опыт развития некоторых стран, в которых эффективно действуют инновационные системы

Ключевые слова

Научно-технический прогресс, технологический прогресс, инновации, высокие технологии.

В XXI веке в мире сложилось осознание того, что научно-технологическое развитие в большей степени влияет на прогресс развития страны в конкурентной борьбе на международных рынках. Развитие технологии обеспечивает более качественную защиту нации. Одна из главных ролей развития научно-технологического процесса обеспечения роста экономики страны за счет развития исследовательской деятельности, введением инновации и новых технологий. Был проведен анализ опыта научно-технологического развития некоторых развитых стран. В таких странах, как США, Япония, Европа инновационные механизмы стали ключевым фактором социального развития. Исследование в области структурных изменений говорит о том, что наиболее значимый вклад они приносят при равномерном соотношении рыночных сил с действующим влиянием страны. Отмечают некоторые важные меры, а именно: ускорение экономического роста, повышение конкурентоспособности страны за счет развития технологической базы экономики и наукоемких производств. Результаты, которые мы получили демонстрируют то, что для развития подходящего инновационного климата нужно принимать во внимание развитость институциональной структуры и правовой рыночной экономики. Главное в инновационном процессе это – коммерциализация разработки и распространение новых технологий, а также права на специфические товары, типа информации или описания какого-либо процесса. Из этого всего следует, что научно-технологическое и инновационное развитие обязано разрабатываться и осуществляться в русле долговременной и результативной научно-промышленной политики государства. А также нужно пересмотреть взгляды на роль науки в современном российском обществе и их спонсирование в условиях развития мировой экономики в целом.

Список литературы

1. Авдониин Б.Н., Хрусталёв Е.Ю. Методология организационно-экономического развития наукоемких производств. М.: Наука, 2010. 367 с.
2. Батьковский А.М. Прогнозирование и моделирование инновационного развития экономических систем. М.: ОнтоПринт, 2011. 202 с.

3. Бендиков М.А., Фролов И.Э. Высокотехнологичный сектор промышленности России: состояние, тенденции, механизмы инновационного развития. М.: Наука, 2007. 584 с.
4. Голиченко О.Г. Основные факторы развития национальной инновационной системы: уроки для России. М.: Наука, 2011. 634 с.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

Скороход О.В., Чичева О.С.
Сибирский государственный университет науки и технологий
имени академика М.Ф. Решетнева,
Россия, г. Красноярск

Аннотация

Рассмотрены основные определения инновационной инфраструктуры, региональной инновационной инфраструктуры, проанализировано современное состояние инновационной инфраструктуры Красноярского края, и выявлены основные проблемы ее развития.

Ключевые слова

Ключевые слова: инновационная экономика, инновационная инфраструктура, региональная инновационная инфраструктура.

Красноярский край – опорный регион России, от того насколько инновационными и высокодоходными будут новые отрасли специализации региона, зависит его способность сохранять устойчивый экономический рост, обеспечивать высокий уровень благосостояния и качества жизни населения. Единственным возможным способом достижения этого является переход экономики края на инновационную модель развития. Переход к инновационной экономике невозможен без эффективных механизмов развития инновационной инфраструктуры.

Согласно проекту стратегии инновационного развития на период до 2020 года, под инфраструктурой инновационной системы понимается совокупность субъектов инновационной деятельности, способствующих осуществлению инновационной деятельности, включая предоставление услуг по созданию и реализации инновационной продукции [1]. Региональную инновационную инфраструктуру Калинина М.И. определяет как совокупность расположенных в регионе организаций, выполняющих работы по созданию и внедрению научно-технических новшеств и предприятий, ориентированных на потребление инноваций, и связей между ними, позволяющих целенаправленно и оперативно обеспечивать получение и применение законченных, практически значимых интеллектуальных продуктов [2]. Также региональную инновационную инфраструктуру можно определить как комплекс взаимосвязанных структур, обслуживающих и обеспечивающих реализацию инновационной деятельности в регионе [5].

В научных работах многих авторов четко видна тенденция рассматривать инновационную инфраструктуру не просто как множество субъектов, так или иначе способствующих инновационной деятельности, а как комплекс подсистем инновационной инфраструктуры, дополняющих друг друга по функционалу. Региональную инновационную инфраструктуру можно разделить на основные подсистемы: производственно-технологическую подсистему, экспертно-

консалтинговую подсистему, финансовую подсистему, кадровую подсистему, информационную подсистему, сбытовую.

Проанализировав субъекты инновационной инфраструктуры Красноярского края и работы Назарова М. А. и Фомина Е. П., рассматривающих инновационную инфраструктуру в виде функциональных подсистем, было выявлено, что каждый субъект инновационной инфраструктуры можно отнести к какой-либо из представленных подсистем, а в некоторых случаях и к нескольким, т.к. один и тот же субъект может оказывать различные виды услуг [3]. В таблице 1 представлены результаты проведенного анализа, даны основные характеристики видам подсистем и соотнесены субъекты инновационной инфраструктуры Красноярского края соответствующим подсистемам.

Таблица 1. Инновационная инфраструктура Красноярского края

Вид инновационной подсистемы	Основные характеристики	Объекты инновационной инфраструктуры Красноярского края
Производственно-технологической подсистемы	Призвана обеспечивать условия доступа к производственным ресурсам.	инновационно-технологический бизнес-инкубатор; кластер инновационных технологий, ЗАТО г. Железногорск; 3 региональных центра инжиниринга; центр прототипирования; пром-парк.
Экспертно-консалтинговая подсистема	Представлена научными центрами, которые в совокупности являются крупными научно-инженерными и технологическими комплексами, выполняющими полный цикл работ от фундаментальных и поисковых исследований до создания новых образцов техники и промышленных технологий в интересах экономики страны.	«Агентство развития инновационной деятельности Красноярского края»; центры молодежного инновационного творчества; «Центр поддержки экспортно-ориентированных малых и средних предприятий Красноярского края»; «Региональный интегрированный центр – Красноярский край».
Финансовая подсистема	Представлена организациями, занятыми оказанием услуг по проблемам интеллектуальной собственности, стандартизации, сертификации, а также центрами консалтинга, как общего, так и специализирующегося в отдельных сферах (финансов, инвестиций, маркетинга, управления и т.д.).	«Красноярский краевой фонд поддержки научной и научно-технической деятельности»; «Красноярское региональное агентство поддержки малого бизнеса и среднего бизнеса».

Кадровая подсистема	Различные типы фондов (бюджетные, венчурные, страховые, инвестиционные), а также другие финансовые институты, например, фондовый рынок, особенно в части высокотехнологичных компаний.	«Красноярский государственный аграрный университет»; «Красноярский государственный медицинский университет имени профессора В. Ф. Войно-Ясенецкого»; «Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнёва»; «Сибирский институт бизнеса, управления и психологии»; «Сибирский федеральный университет».
Информационная подсистема	Образовательные учреждения по подготовке и переподготовке кадров в области научного и инновационного менеджмента, технологического аудита и тд.	«Агентство науки и инновационного развития Красноярского края»; «Агентство развития инновационной деятельности Красноярского края»; «Центр поддержки экспортно-ориентированных малых и средних предприятий Красноярского края»; «Региональный интегрированный центр – Красноярский край»
Сбытовая подсистема	Включает выставочную деятельность, профессиональные объединения, посреднические фирмы, маркетинговые фирмы, Интернет.	Международный выставочно-деловой центр Сибирь; Выставочная компания «MixMax».

Исходя из данных, представленных в таблице, можно сделать вывод о том, что в Красноярском крае представлены все виды инновационной инфраструктуры, необходимые для ее эффективного функционирования, но в настоящее время существующая инновационная инфраструктура не обеспечивает достижения поставленных перед ней целей и задач, ее развитие имеет слабую связь с развитием экономики страны, наблюдается несовершенство институциональной основы для оценки эффективности ее функционирования [4].

Красноярском крае должен быть создан механизм взаимодействия между субъектами региональной инновационной системы, который объединит учреждения образования и науки, осуществляющие подготовку кадров, генерацию, распространение и использование новых знаний, и инфраструктурные элементы, способствующие технологическому, организационному, финансово-экономическому, правовому и информационному обеспечению инновационной деятельности на разных

стадиях инновационного цикла. При этом усилится взаимодействие и кооперация всех участников инновационного развития: университетов, исследовательских центров, производственных компаний, технологических предпринимателей, субъектов инновационной инфраструктуры, будет сформирована сетевая инновационная инфраструктура, объединившая подготовку кадров, генерацию знаний, разработку и внедрение инноваций. Благодаря этому, региональная инновационная система станет ядром роста новой экономики края.

Список литературы

1. Распоряжение Правительства РФ от 08.12.2011 N 2227-р «Об утверждении Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года» [Электронный ресурс] // URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=123444&rnd=238783.104835886&dst=100009&fld=134#0> (дата обращения: 25.05.2018);
2. Калинина М.И. Формирование и управление инновационной инфраструктурой региона [Электронный ресурс]. диссертация на соискание учёной степени к.э.н.- СПб.: РГБ, 2007;
3. Назаров, М. А. Проблемы развития инновационной инфраструктуры в российской экономике / М. А. Назаров, Е. П. Фомин // Экономические науки. –2015. – № 125. – С. 38-43;
4. Инновационная инфраструктура Красноярского края [Электронный ресурс] // URL: <http://i-regions.org> (дата обращения: 26.05.2018);
5. Инновации в России [Электронный ресурс]: Инновации в России, 2016: [Электронный ресурс] // URL: <http://innovation.gov.ru/ru> (дата обращения: 25.05.2018).

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРИОРИТЕТНЫХ ПРОЕКТОВ АРКТИЧЕСКОЙ ЗОНЫ РОССИИ

Теш А.А. – студент гр. ЭФК-312,
Пак М.В. - к.э.н., доцент кафедры «Экономическая теория
и антикризисное управление»
Сибирский государственный университет путей сообщения,
Россия, г. Новосибирск

Аннотация

В статье рассматриваются приоритетные проекты Арктики, являющиеся системообразующими («якорными») для «опорных зон» развития в Арктике. Авторами проанализированы риски, возникающие при реализации проектов, а также предложены механизмы поддержки в освоении этих проектов.

Ключевые слова

«Опорные зоны», санкционные ограничения, секвестирование проектов.

Важной задачей развития экономики в настоящее время выступает освоение Арктики – весьма суровой, но вместе с тем очень богатой природными ресурсами территории. Здесь можно обнаружить практически любой вид природных ресурсов, а потому в перспективе добыча полезных ископаемых пойдет небывалыми темпами. В этой связи для успешного развития региона важно эффективно реализовывать стратегии приоритетных проектов [1].

Поступательное развитие Арктики резко затормозилось после распада СССР. Многие исследовательские работы и наблюдения были практически приостановлены,

опустели населенные пункты, пришли в негодность порты и инфраструктура Северного морского пути. Тем не менее, сегодня современные стратегии, направленные на развитие Арктики, задают новый импульс развития и освоения территории.

Широтное развитие транспортных путей России в первую очередь определяется широтным расположением территории, на которой крупные речные артерии раньше выполняли роль меридиональных связей. В настоящее время возникла нехватка меридиональных транспортных магистралей, это препятствует развитию торговых отношений с промышленно развитыми странами мира, а также освоению северных территорий [2].

В этой связи основной целью Стратегии развития Арктической зоны России является создание главного транспортного каркаса в Арктике, который бы включал новые транспортные коридоры, как в меридиональном, так и в широтном направлениях. Для этого намечается реализовать ряд крупнейших транспортных проектов в регионах.

В 2016 г. Минэкономразвития России были проанализированы предложения по ряду приоритетных проектов на территории Арктической зоны РФ, из которых были определены «якорные», способные оказать мультипликативный эффект.

В Министерство экономического развития РФ были представлены проекты от многочисленных субъектов страны.

В результате было представлено 145 проектов [4]. Важно отметить, что ключевыми областями развития Арктической зоны России выступают добыча и переработка полезных ископаемых, часть из которых реализуется на территории Ямало-Ненецкого автономного округа.

Остальные проекты менее капиталоемкие, не оказывающие комплексное влияние на развитие Арктической зоны Российской Федерации, они представлены в незначительной степени.

С учетом проделанного анализа из рассмотренных 145 проектов, наиболее приоритетными определили порядка 17 проектов.

Ключевыми характеристиками отбора проектов стало влияние проектов на весь арктический макрорегион в целом, а также на развитие отдельных субъектов, входящих в состав Арктической зоны Российской Федерации. Кроме того значимость этих проектов должна подтверждаться на всех уровнях: федеральными органами исполнительной власти, арктическими субъектами и крупными промышленными компаниями.

Например, среди ключевых проектов можно назвать создание Северного широтного хода, проект «Ямал СПГ», освоение нефтяного месторождения «Приразломное», развитие Мурманского транспортного узла, строительство порта Сабетта [2].

Реализация ключевых проектов будет способствовать развитию «опорных зон» в Арктике. «Опорная зона» - это в первую очередь проект планирования и обеспечения комплексного развития арктических территорий с целью достижения стратегических интересов Российской Федерации в Арктике на базе взаимоувязанного применения всего комплекса действующих инструментов и механизмов государственной поддержки [4].

Представляется, что многие выбранные приоритетные проекты могут стать системообразующими («якорными») для «опорных зон развития в Арктике», также в «опорных зонах» могут быть реализованные проекты, взаимоувязанные с приоритетными проектами.

К сожалению, в настоящее время в виду многочисленных санкций со стороны Запада, а также по причине нестабильной мировой финансовой системы, финансовой

обеспечение проектов (государственно-частное партнерство) резко снизилось. Более того, финансирование проектов в области развития Арктической зоны России зачастую сокращается, приостанавливается, как следствие, возникают риски в достижимости целей и задач.

На эти риски обращают внимание практически все заинтересованные субъекты государственной политики Российской Федерации в Арктике.

В этой связи можно выделить следующие риски и проблемы [5]:

- недостаточное финансирование проектов;
- сложности в получении заемных средств;
- риск невыполнения условий лицензионного соглашения и потеря лицензий (для добывающих предприятий);
- несовершенство нормативно-правовой базы;
- неразвитость инфраструктуры (особенно транспортной);
- сложность транспортных схем, длительный период доставки оборудования и материалов;
- сезонность работ, короткий строительный сезон;
- отсутствие квалифицированных кадров;
- риск вывоза стратегического сырья за пределы России (при освоении месторождений полезных ископаемых иностранными компаниями).

В целях минимизации данных рисков были предложены следующие механизмы поддержки проектов:

- прямая поддержка капитальных вложений из федерального и регионального бюджетов;
- помощь в привлечении стратегического инвестора;
- предоставление налоговых льгот хозяйствующим субъектам (в том числе предоставление льготы по НДС);
- предоставление субсидии на возмещение части процентной ставки по кредитам на осуществление инвестиций в основной капитал или инвестиционные цели;
- предоставление субсидий на транспортировку рыбной продукции и энергоносителей;
- софинансирование части затрат на научно-исследовательские работы;
- использование права государства на выкуп земельных участков под государственные нужды (для реализации инфраструктурных проектов);
- включение проектов по геологоразведке в План геологоразведочных работ, финансируемый за счет средств федерального бюджета на очередной финансовый год.

Кроме того, необходимо диверсифицировать источники финансирования перспективных направлений развития приоритетных комплексных проектов и Арктического макрорегиона при повсеместном сжатии кредитной массы. Кроме того, необходимо масштабнее реализовывать программы государственно-частного партнерства, использовать возможности государственных институтов, всячески привлекать иностранные инвестиции помимо федерального и регионального бюджетов России.

Все эти «якорные» проекты развития «опорных зон» станут основой в освоении Арктической зоны России, здесь важно использовать системный и комплексный подходы при реализации ключевых стратегических программ [3].

Список литературы

1. Воробьев В.С., Пак М.В. Экономическое обоснование сценариев развития сухопутного транспорта Сибири // монография. – Новосибирск: АНС Сибак, 2017. –

92с.

2. Пак М.В. Реализация приоритетных проектов Арктической зоны России // Современные финансовые отношения: проблемы и перспективы развития: материалы IV Международной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов и магистрантов. 2017. - С. 229-234.

3. Пак М.В. Северо-Сибирская магистраль в реформировании транспортной системы России // Вопросы новой экономики, 2017. - №3 (43). – С. 49-54.

4. Материалы Минэкономразвития России от 19.05.2016г. №14605-АЦ/Д29н // [Электронный ресурс]. – [Режим доступа]: <http://www.arctic.gov.ru/> (Дата обращения 25.11.2017г.).

5. Транспортная стратегия Российской Федерации на период до 2030 года. – утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 22 ноября 2008 года № 1734-р. - // [Электронный ресурс]. – [Режим доступа]: <http://www.mintrans.ru/documents> (Дата обращения 10.10.2017).

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА, PR

РЕБРЕНДИНГ КАК ПРОЕКТ ИЗМЕНЕНИЯ ПОЗИЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ

Фалилеева И.С. - студентка 3 курса

Научный руководитель – Матерн Н.А., старший преподаватель
Новосибирский государственный университет экономики и управления,
Россия, г. Новосибирск

Аннотация

В статье рассмотрен процесс осуществления ребрендинга компании, описаны этапы и причины его проведения, выделены формы изменения позиции предприятия на рынке, а также рассмотрен процесс изменения позиционирования предприятия на примере Сбербанка и Почты России.

Ключевые слова

Ребрендинг, репозиционирование, рынок, имидж.

В эпоху рыночной экономики и обострения конкуренции компаниям необходимо выделиться среди многообразия предоставляемых товаров и услуг уделять особое внимание укреплению своих рыночных позиций. Одним из инструментов повышения эффективности и конкурентоспособности предприятия является такой маркетинговый инструмент, как ребрендинг.

Стоит отметить, что ребрендинг — это не просто смена названия и логотипа, а работа по корректировке стратегии и позиционированию бренда. Ребрендинг, главным образом, представляет комплекс мероприятий по изменению всего бренда, либо его составляющих (названия, логотипа, визуального оформления, позиционирования, идеологии и т.д.). [2, с.178] Таким образом, под управлением ребрендингом подразумевается управление изменением образа, имеющегося в сознании потребителя, путем преобразования внутренних элементов компании.

К ребрендингу прибегают, если с самого начала бренд был неправильно позиционирован; меняются рыночные условия; уровень узнавания бренда понижается; бренд не выдерживает конкуренции с другими фирмами или перед брендом ставятся наиболее амбициозные задачи. [1, с.201]

Методика ребрендинга состоит в прохождении ряда этапов:

1. Маркетинговый аудит – оценка потребительской осведомленности о бренде, оценка имиджа для различных целевых аудиторий.
2. Репозиционирование бренда - изменение его основных характеристик и закрепление их в сознании целевой аудитории.
3. Рестайлинг визуальной атрибутики бренда – изменение цвета логотипа и других визуальных атрибутов, сопровождающих бренд, в соответствии с новым позиционированием и новыми характеристиками бренда.
4. Внутренняя и внешняя коммуникация – информирование аудитории (сотрудников, потребителей, конкурентов) о характеристиках нового бренда.

Важнейшими составными частями ребрендинга является рестайлинг и репозиционирование. [1, с. 202]

Позиционирование бренда определяется, как место на рынке, занимаемое товаром по отношению к конкурентным, а также набор потребностей и восприятий покупателей, т.е. та индивидуальная часть бренда, которая активно используется для «отстройки» от конкурентов.

Определение позиции бренда на рынке подразумевает анализ данных маркетинговых исследований потребностей, ожидания и возможности (какую сумму денег покупатель готов платить за удовлетворение своих потребностей) покупателей, незанятых или слабо разработанных ниш рынка. [2, с.165]

В условиях конкурентной среды опасность утраты рыночных позиций во многом определяется следующими факторами: высокая скорость технологических инноваций, быстрые непредсказуемые изменения установок потребителей или обострение глобальной конкуренции. [1, с.203]

Выделяют две формы репозиционирования бренда: реальное и психологическое. Реальное репозиционирование осуществляется с помощью применения новых технологий, введения дополнительных функций или изменения дизайна упаковки.

При психологическом репозиционировании компания стремится изменить мнение покупателей о качественных свойствах продукта и статусе бренда. Психологическое репозиционирование может включать конкурентное репозиционирование, мероприятия по перераспределению ценностей и изменению предпочтений.

Конкурентное репозиционирование предполагает указание на те или иные недостатки конкурента, что заставляет покупателя изменить свое отношение не к продвигаемому, а к конкурентному товару.

Перераспределение ценностей осуществляется на основе изменения определенных условий, которые определяют предпочтения покупателей. Так, например, в рекламе средства для мытья посуды Fairy акцент ставился на его способности отмывать жир даже в холодной воде, сейчас же позиционирование компании направлено на способность средства при малом расходе отмыть больше посуды.

Изменение предпочтений осуществляется с помощью распространения в СМИ информации, кардинально меняющую отношение потребителей к марочной продукции. Рекламная кампания, проводимая «Ростар» и Rexam, разрушила у российских потребителей стереотип, что пиво в банках содержит большое количество консервантов и имеет привкус жести. Как правило, реальное и психологическое репозиционирование осуществляется в комплексе. [3, с.41]

Ярким примером репозиционирования на российском рынке является ребрендинг Сбербанка. Компания вела борьбу с собственным, сформированным еще в советскую эпоху, имиджем. Вместо сберкассы, куда люди приходят получить пенсию, оплатить счета за квартиру, иногда — положить деньги «на книжку», руководство стремилось превратить компанию в современный, клиентоориентированный банк.

Смена имиджа проводилась поэтапно. Список изменений, которые произошли в компании огромен: новый дизайн отделений, запуск интернет-банкинга, отмена обеденных перерывов и адаптация графика под клиентов. Изменение старого бренда Сбербанк позиционировал как переход к новому качеству обслуживания клиентов. В логотип были внесены лишь небольшие изменения, он стал чуть светлее и слегка изменил форму. В то же время данные изменения старались привлечь более молодую аудиторию.

На ребрендинг Сбербанка было потрачено около 20 млрд. рублей, однако опыт компании признан удачным примером осуществления ребрендинга в российской практике. Компании удалось обновить имидж бренда, сделав его стиль более современным и динамичным; вывести организацию и перечень предоставляемых услуг на новый уровень; добиться доверия молодого экономически активного населения; привлечь к себе внимание яркой рекламной кампанией, подкрепленной действительными изменениями в работе организации, и исправить сложившееся к себе

отношение.

Таким образом, для того, чтобы добиться изменения позиций на рынке, внешние изменения предприятия должны сопровождаться структурными внутренними изменениями в организации, то есть изменения должны носить комплексный характер.

Примером неудачного ребрендинга является «Почта России». Так, в декабре 2006 года в рамках проекта по проведению ребрендинга Почта России сменила логотип. Необходимо заметить, что к этому времени еще не завершился редизайн отделений, инициированный в 2002–2003 годах. Летом 2009 года стартовала программа, основанная на возможности предоставления финансовых услуг. Со временем на базе почты планировалось создать структуру, превосходящую Сбербанк.

Многие люди, посетившие отделения Почты России, могли заметить, что проблемы этой компании заключены не в логотипе и перечне предоставляемых услуг. Они заключались в длинных очередях, закрытых окошках, неприветливом персонале, неудобном времени работы, в посылках, приходящих с опозданием и часто поврежденными. А попытки оказывать услуги несовместимые с основной функцией почтового оператора, от торговли постельным бельем и моющими средствами до интерактивных услуг, остались не поддержаны населением.

Таким образом, опыт Почты России свидетельствует об отсутствии у компании понимания сути ребрендинга, для осуществления которого необходим анализ и решения проблемных аспектов в деятельности организации.

В результате этого необходимо сказать, что при проведении ребрендинга необходим тщательный анализ сильных и слабых сторон компании, тщательная оценка восприятия компании клиентами. На основе полученных данных необходимо принимать соответствующие мероприятия по репозиционированию.

Список литературы

1. Музыкант В.Л. Бренддинг: Управление брендом: Учебное пособие. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 316 с.
2. Секерин В. Д. Инновационный маркетинг: Учебник - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 237 с.
3. С. А. Старов, Бренд, товарный знак и коммерческий символ как объекты управления компании / Вестник СПбГУ / - №2 / 2012. – С. 33–54

МАКРО И МИКРОЭКОНОМИКА

АНАЛИЗ ТЕКУЩЕГО СОСТОЯНИЯ И ФОРМИРОВАНИЕ ПУТЕЙ РАЗВИТИЯ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ (НА ПРИМЕРЕ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

Исакова А.И., Протченко А.Р.

Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)

Россия, г. Ростов-на-Дону

Аннотация

Развитие туризма является стратегической целью большинства стран мира, так как на сегодняшний день он входит в тройку наиболее прибыльных отраслей экономики. В данной статье проведен анализ динамики роста туристической отрасли Ростовской области. Регион обладает большим потенциалом развития туризма, соответственно, анализ современного состояния данной отрасли, выявление проблем и перспектив могут способствовать совершенствованию туристической отрасли и, как следствие, развитию региона.

Ключевые слова

Туризм, бизнес, деловой туризм, валовый региональный продукт, Ростовская область

Индустрия туризма на сегодняшний день представляет важный индикатор социально - экономического развития страны и ее регионов в системе мировой экономики. Появление современных инновационных принципов управления изменили условия функционирования данной отрасли, существенно реорганизовав ее, выявив новые сегменты, такие, как деловой или бизнес - туризм. В последнее время такой вид туризма считается одним из наиболее динамично развивающихся форм международной торговли 25 туристическими услугами на мировом, национальном и региональном уровне. Объемы международных связей, связывающих Россию с зарубежными странами, постоянно растут и поэтому возникает необходимость в создании и разработке новых видов туристского продукта, соответствующих стандартам деловых иностранных туристов. Дискуссия о развитии делового туризма в Ростовской области ведется уже много лет. Развиваются практически все виды туризма – деловой, лечебно - оздоровительный, рекреационный, историко - культурный, спортивный, водный и событийный. Турпоток в Ростовскую область составляет 1,1 млн., человек, доля туристской добавленной стоимости в валовом региональном продукте Ростовской области составляет 1,17 % , объем платных услуг туристского комплекса — 3,9 млрд., рублей. Правительство РО поставило перед собой задачу — сделать туризм одной из значимых составляющих экономики Ростовской области. Проект областного закона «О туризме в Ростовской области», принятый в 2017 году позволяет определить основные задачи и приоритетные направления региональной политики в сфере туризма, а также закрепить на региональном уровне правовые основы развития туристской отрасли на Дону.

Таблица. 1 Перспективные виды туризма в Ростовской области

Вид туризма	Объекты для въездного туризма
Культурно-познавательный туризм	Памятники культуры и искусства, памятники архитектуры и археологии: Музей донского казачества (Новочеркасск); Стела «Освободителям Ростова»; Мемориал "Змиевская балка"; Азовский историко-археологический и палеонтологический музей-заповедник; Усадьба-музей М.А.; Археологический музей-заповедник Танаис.
Спортивный туризм	Стадионы: «Олимп-2»; «Ростов Арена»; Гребной канал «Дон»; спортивные клубы;
Событийный туризм	«Шолоховская весна, фестиваль бардовской песни «Струны души».
Этнографический туризм	Фестиваль «Донская лоза» (хутор Пухляковский); этнографические музеи (Раздорский этнографический музей-заповедник); станица Старочеркасская;
Экологический туризм	Озера: Маныч-Гудило, Эльдорадо, Еланские озера; Природный парк "Донской"; государственный заказник федерального значения «Цимлянский».

Анализируя тенденции развития Ростовской области в области туристических услуг, отметим, что, несмотря на общее неоднозначное развитие туристической отрасли в Российской Федерации, состояние туризма в Ростовской области показывает его стабильность и динамичное развитие. Отмечается ежегодный рост туристского потока, а также увеличение объема туристических услуг, оказанных населению, который в 2016 году составил 2634,2 млн. руб., увеличив аналогичный показатель на 8,3% по сравнению с 2015 годом. Сегодня в сфере донского туризма деятельность осуществляют 793 субъекта туриндустрии, в том числе 268 туроператоров и турагентов; в регионе действуют 525 гостиниц и иных средств размещения с номерным фондом 31,3 тысячи мест. Добавим, что по в национальном туристическом рейтинге-2017 Ростовская область заняла 12-е место, поднявшись, в сравнении с 2016-м, сразу на 11 пунктов. В 2017 году в рамках маркетинговой стратегии туристской привлекательности Ростовской области минэкономразвития региона был разработан туристический бренд донского края. В его основе – образ донской и казачьей вольности, гостеприимства, многоликости и, конечно, гастрономическая привлекательность региона. Это один из главных посылов, которые наши гости получают, приезжая в РО. В Ростовской области проводилось комплексное исследование сегмента туризма. Основным результатом проведенных мероприятий стало получение данных количественной оценки вклада туризма в экономику региона.

Однако существует целый ряд факторов, сдерживающих развитие донского въездного туризма. Данные факторы в большинстве своем находятся на стадии проработки, на государственном уровне. К данным факторам можно отнести следующие:

- недостаточная развитость туристской инфраструктуры;
- высокая стоимость, которая не оправдывает качество предоставляемых услуг;
- дефицит конгрессно-выставочных площадок для проведения масштабных мероприятий в Ростовской области. В городе таких площадок несколько: Гостиница «Ростов», ДонЭкспоцентр, Конгресс-холл ДГТУ, Конгресс-отель Don Plaza, ДК «Ростсельмаш»;
- высокий уровень конкуренции в макрорегионе;
- недостаточная некоммерческая реклама туристических возможностей РО, как на зарубежных направляющих рынках, так и внутри страны.

Для ликвидации представленных факторов и развития указанных перспективных видов въездного туризма (табл.1) в рамках комплексной региональной программы поддержки туристической отрасли необходимо решить ряд задач, представленных в табл. 2.

Таблица 2. Задачи, для развития въездного туризма в РО

Задача	Ответственные	Сроки
Развитие инфраструктуры	Правительство РО	Постоянно
Создание инвестиционных площадок	Правительство РО	До 2020 года
Изменение стоимости туристических услуг	Правительство РО	В течении 2017-2018 гг.
Разработка рекламной компании туристического продукта	Правительство РО, туроператоры и турфирмы	В течении 2017-2018 гг.
Строительство конгрессно-выставочных площадок на территории Ростовской области	Правительство РО	До 2020 года
Усовершенствование туристских маршрутов	Турфирмы и туроператоры	Постоянно

Анализируя данные в табл.2 , можно сделать вывод о том, что для развития туристической инфраструктуры необходимо строить больше гостиниц международного класса для привлечения туристов с разным уровнем доходов, увеличить количество прямых международных рейсов авиа - и ЖД транспорта, увеличить количество надежных туроператоров, способных предложить интересный продукт. Расценки туристического продукта на сегодняшний день являются довольно завышенными и не соответствуют качеству, поэтому стоит назначить наиболее оптимальные цены для туристов. Помимо этого, нужно разработать качественную рекламную компанию, которая создаст положительный имидж Ростовской области на федеральном и международном уровнях и повысит информационную доступность туристических объектов. В связи с этим можно задействовать СМИ, такие, как местные радиостанции, телевидение, местные газеты. Организовывать более активное участие в выставках международного масштаба. Немало важно совершенствовать уже существующие туристические маршруты и разрабатывать новые, с учетом интересов туристов, и разнообразие высококонкурентного продукта.

На основании проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

- Несмотря на все меры, которые предпринимает государство для развития туризма, потенциал страны все же используется не в полной мере.
- Ростовская область обладает большим потенциалом для развития въездного туризма и при правильном использовании данного механизма, возможно, в ближайшие годы регион станет достойным конкурентом среди регионов-лидеров страны в сфере туристической индустрии;
- Влияние сдерживающих факторов, возможно, преодолеть путем повышения качества управления в сфере туризма, создавая соответствующие организационные структуры на региональном и местном уровнях, при условии стабильного финансирования из бюджетных и внебюджетных источников системных мероприятий;
- Необходимо активно вовлекать общественные и профессиональные туристические объединения в формирование и продвижение регионального туристического продукта и туристской привлекательности Ростовской области, так как это является дополнительным условием успешного развития сферы туризма.

Список литературы

1. Государственная программа Ростовской области "Развитие культуры и туризма" // «Правительство Ростовской области». URL: <http://www.donland.ru/documents/Ob-utverzhdennii-gosudarstvennojj-programmy-Rostovskoj-oblasti-Razvitie-kultury-i-turizma?pageid=128483&mid=134977&itemId=20377&Version=3> (дата обращения: 04.06.2018)
2. Поток туристов в Ростовскую область превышает 1 млн человек в год // «Правительство Ростовской области». URL: <http://www.donland.ru/Donland/Pages/View.aspx?pageid=9&mid=83793&itemId=71648> (дата обращения: 06.05.2018)
3. Число мест в КСР // «Федеральное агентство по туризму». URL: <http://www.russiatourism.ru/contents/statistika/statisticheskie-dannye-po-rf/statisticheskie-dannye-po-subektam-rf-za-2015-god/> (дата обращения: 06.06.2018)

ВЛИЯНИЕ ЭМБАРГО НА ЭКОНОМИКУ РОССИИ

Мелконян А.С.- студентка 2 курса КИТиЭ КБГУ,
Алоева А.А. - к.э.н., преподаватель КБГУ
Научный руководитель - Алоева А.А.
Россия, г. Нальчик

Аннотация

Три года назад вступил в силу указ Владимира Путина о введении продуктового эмбарго в отношении ЕС, США, Австралии, Норвегии и Канады. Этот шаг стал ответом на антироссийские санкции западных стран.

В статье дается оценка положительных и отрицательных моментов влияния санкций, введенных против России странами Европейского союза и США в 2014 году, на ее экономику. Также представлены последствия санкций в различных отраслях экономики РФ. Так же мы описали возможные способы выхода из данной ситуации.

Ключевые слова

Эмбарго, экономика страны, ценовая политика, санкции, господдержка, импортозамещение.

7 августа 2014 года вступил в силу приказ президента России Владимира Путина «О применении единичных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации. Этот шаг стал реакцией на антироссийские санкции западных стран. Установленные Столицей распоряжения нанесли экономике ЕС ущерб в несколько десятков млрд евро.

В то же время РФ приступила к реализации проекта импортозамещения, которая благоприятно воздействовала на аграрное производство. Аграрное производство в РФ сформировано весьма разнохарактерно в связи с этим в момент принятия продуктового эмбарго различные области пребывали в неодинаковом состоянии.

Таким образом, к примеру, согласно сведениям информативного учреждения Bloomberg, Российская федерация за 2015 год преимущественно заработала в реализации пшеницы, нежели в экспорте оружия.

Не плохо обстояли дела в свиноводстве и в птицеводстве, возрождение которых стартовало еще в 2000-х годах. Немного сквернее – в изготовлении молока, говядины крупнорогатого скота и рыбы. В меньшей мере развиты такие разделы, изготовление сыра и овощеводство.

В частности, в секторе овощей закрытого грунта до внедрения эмбарго только лишь 30% продукта производилось в Российской Федерации, а остальное ввозилось. В перечень запретных продуктов оказался огромный ряд продуктовых категорий: мясные и молочные продукты, морепродукты, овощи, фрукты и орехи.

В поддержку эмбарго кроме того изобретена система импортозамещения.

Она подразумевает поддержку отечественным изготовителям и предоставление продовольственной безопасности государства.

Безусловно, фактически в любой области имеется свои характерные трудности, но имеется и группа совместных. К примеру, изготовители жалуются на снижение курса рубля и покупательской возможности, недостаток либо отсутствие высококачественного отечественного оборудования, неудовлетворительную степень общегосударственной помощи и неподъемные кредиты.

В отдельности обозначается кадровый вопрос: привлечь и удержать в аграрном хозяйстве компетентный кадровый состав довольно трудно. Кроме того затрудняет службу большинству учреждений суть аграрного хозяйства как низкоприбыльной сферы, которой необходимы продолжительные и достаточно смелые вложения.

Несомненно, малоустойчивость и сокращение курса отнюдь не пошло на пользу тем изготовителям, которые нацелены на внутренний рынок.

Главные трудности, к каким привело данное положение, подорожание привозных компонентов бизнеса, таких как спецтехника и её обеспечение, и регресс покупательской возможности жителей.

Таким образом, согласно сведениям ФОМа, 47% анкетированных в минувшие полгода начали преимущественно экономить на продуктах питания. Не приходится удивляться, так как расценки на продовольствие, согласно сведениям Росстата, возросли в среднем на 34% за 2 года, а на кое-какие категории – ещё больше: к примеру, цена гречневой крупы возросла в 2 раза, яблок на 60%, мороженой рыбы свыше 50%(табл.1).

Таблица 1. Потребительские цены в динамике. Топ-10 самых подорожавших продуктов питания, январь-март 2014-2016гг.[2]

Продукты	Период				
	2014	2015	2016	2014 к 2015, %	2014 к 2016, %
Крупа гречневая	38,8	69,2	81,5	178,4	210,1
Яблоки	67,8	90,5	110,5	133,6	163,1
Рыба мороженая	99,8	134,1	152,6	134,5	153,3
Помидоры	94,6	122,6	143,5	129,6	151,7
Огурцы	94,7	114,1	122,5	120,5	129,3
Маргарин	82,7	108,1	117,9	130,8	142,6
Рис шлифованный	46,6	65,9	65,8	141,4	141,1
Масло подсолнечное	73,0	95,6	110,4	131,0	151,3
Печенье	108,6	130,3	145,1	120,0	133,6
Чай черный	457,3	633,9	701,7	138,6	153,3

Следующая задача связана с господдержкой, уровнем которой аграрные изготовители, главным образом, недовольны. Констатируя её присутствие, основная масса замечает, что содействия достаточно для того, чтобы держаться на плаву, однако с целью благополучного развития её мало.

Оборудование в аграрном хозяйстве - это третья проблема, всеобщая для всех сфер аграрного хозяйства, которая обострилась в связи со снижением курса рубля. Импортное техническое оснащение применяется в многочисленных аграрных фирмах, и диапазон его весьма обширен – от тракторов и комбайнов, трудящихся в полях, вплоть до особого оборудования с целью упаковки продукта.

Главными целями замещения импорта считаются:

1. Обеспечение общегосударственной безопасности. Значимость этой проблемы увеличивается в фоне изменения интернациональных общественно-политических и финансовых отношений.

2. Снижение промышленной и научно-технической связи в тех сферах изготовления, где прослеживается значительная часть импортного оборудования, автомобилей и техники.

3. Формирование позитивной разницы между валютными поступлениями и расходами трейдерского баланса.

Процедура замещения ввозных товаров является целью российского производства и способствует: росту занятости жителей и, как результат, ведет к уменьшению безработицы и повышению уровня жизни;

- активации учено-технологического процесса и уровня образования;

- укреплению финансовой и боевой сохранности государства;

- увеличению интереса на продукты внутреннего изготовления;

- формированию экономики государства;

- расширению производственной мощности;

- сохранению валютной выручки внутри государства и, как результат, увеличению денежных резервов и увеличению трейдерского баланса. Фактически

продовольственное эмбарго РФ разрешило укрепить приобретенный результат в ряде сфер аграрного хозяйства и предоставило изготовителям шанс закрепить собственные позиции, повысить собственное присутствие на рынке.

Санкционная стратегия ряда государств, например, членов ЕС, США и Канады,

относительно России привела к пересмотру и изменению ценностей и раскладов согласно восстановлению потерянных потенциалов продуктового снабжения и недопущению зарождения продуктового кризиса, в особенности в уязвимых регионах. касательно Российской Федерации привела к пересмотру и изменению ценностей и подходов по потерянным потенциалов продуктового снабжения и недопущению появления продуктового кризиса, в особенности в уязвимых регионах.

Список литературы

1. Как продовольственное эмбарго России сказались на экономике ЕС <https://cont.ws/@potap1956/683232> (обращение 04.06.2018)

2. Влияние эмбарго на сельское хозяйство <http://mix-research.com/novosti/embargo-on-agriculture/>(обращение 04.06.2018)

3. Путин подписал указ об ответных санкциях против Запада. <http://www.forbes.ru/news/264699-putin-podpisal-ukaz-ob-otvetnykh-sanktsiyakh-protiv-zapada>(обращение 04.06.2018)

ПОСЛЕДСТВИЯ ЗАПАДНЫХ САНКЦИЙ И ОТВЕТНЫХ САНКЦИЙ РФ

Протченко А.Р., Исакова А.И.

Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)

Россия, г. Ростов-на-Дону

Аннотация

Статья посвящена санкциям, введённым со стороны Запада по отношению к России. Рассмотрен эффект влияния санкций на экономику России. Выявлены положительные последствия антироссийских санкций. Рассмотрены действующие ограничительные меры, которые предусматривают запрет на кредитование российских банков и госкомпаний в западных банках.

Ключевые слова

Санкции, экономика, последствия, макроэкономические показатели, ограничительные меры.

Санкция - это ограничение юридического характера, вводимое одной страной или несколькими против определенной страны или групп таковых в целях попытки ограничить экономическую, финансовую и торговую активность. [1] Санкции, введенные против РФ, стали своеобразным стимулом для укрепления и развития тесных связей с некоторыми государствами, входящими в БРИКС. Так, значительно укрепились взаимоотношения с Бразилией, которая постепенно становится важным партнером в разрезе продовольственной безопасности, также в круг стратегических партнеров входят Китай и Индия[3].

В современных условиях, характеризующихся взаимозависимостью экономик различных стран и формированием единого экономического пространства, проблема экономических санкций является одной из самых приоритетных[5]. Три года назад Евросоюз ввел секторальные санкции в отношении России из-за ее вмешательства в конфликт на востоке Украины. С тех пор они неоднократно продлевались. Главным

образом санкции нацелены на финансовый, энергетический и оборонный секторы, то есть теоретически они не касаются простых граждан, но на самом деле отголоски европейских санкций ощущают на себе и рядовые россияне, а негативный эффект от «санкционной войны» может растянуться на долгие годы.[2] Санкции, введенные против Российской Федерации, имели определенные последствия и привели к ограничению доступа отдельным российским банкам к дешевым кредитам, росту кредитных ставок и ограничению доступа финансирования иностранными банками и приобретение отдельных видов продукции ряду отдельным российским компаниям. Однако если судить по макроэкономическим показателям, экономика России адаптировалась к европейским санкциям. В 2017 году по отношению к 2016 наблюдается рост ВВП. (Табл.1)

Таблица 1. Динамика ВВП Российской Федерации, 2014-2017 гг.[5]

Показатель	2014	2015	2016	2017
ВВП в текущих ценах, трлн. руб.	79,2	83,2	86	92
Динамика ВВП, %	0,7	-2,8	-0,2	1,5

Динамика ВВП России в среднем 3 % в год, показывает резкие подъемы и падения, обусловленные политической ситуацией и мировыми финансовыми кризисами. Утверждения зарубежных аналитиков и рейтинги агентств прогнозируют рост валового внутреннего продукта будет увеличиваться. График ВВП России за 20 лет показывает, к 2017 году, несмотря на санкции, РФ смогла успешно преодолеть падение 2015. Несмотря на то, что санкции привели к падению уровня ВВП в 2015 году, они имеют и положительные последствия для различных отраслей экономики нашей страны. (Табл. 2)

Таблица 2. Последствия различных видов санкций для Российской Федерации

	Негативные последствия	Позитивный эффект
Персональные санкции	Некоторые граждане РФ могут опасаться попасть в такую ситуацию, если через зарубежные активы связывают свое будущее с Европой или США.	Персональные санкции способствуют консолидации и "национализации" элиты, которая теперь все больше связывает себя со страной, в том числе материально.
Финансовые санкции	Главная проблема — запрет на кредитование российских банков и компаний в западных банках. Это резко сократило доступ российского бизнеса к "дешевым" деньгам. По данным PricewaterhouseCoopers, если в 2013 году только на рынке еврооблигаций российские эмитенты привлекли \$46,4 млрд, то в 2015-м — лишь около \$5 млрд.	Российский бизнес начал искать альтернативные пути и выходить на азиатские финансовые рынки, чего раньше зачастую не делали просто из-за привычки брать деньги в "удобных" западных источниках. Например, "Газпром" в 2015 году впервые привлек \$1,5 млрд от консорциума китайских банков, а в прошлом году договорился с Bank

		of China о кредите на 2 млрд. евро.
Ограничения на импорт оборудования и технологий	Наиболее ощутимым для российского ОПК оказалось прекращение военно-технического сотрудничества с Украиной. На энергетический сектор санкции имеют наиболее долгосрочное и болезненное влияние.	Проблемы с импортными, и, прежде всего, украинскими комплектующими резко ускорили реализацию программы импортозамещения в военной сфере.
Продовольственные контрсанкции со стороны России	В первое время контрсанкции способствовали росту инфляции на продовольственные товары. В результате это стало одним из факторов того, что впервые за многие годы в 2014 году в стране была зафиксирована двузначная инфляция - 11,4%, а в 2015 году она составила 12.9%.	В настоящее время самообеспеченность России по мясу птицы составляет 100%, по свинине — 90%, по говядине — 65%. По затратам на производство молока Россия более конкурентоспособна, чем ЕС, США и Южная Америка, но отрасли очень мешает высокая стоимость кредитов.

Положительный эффект антироссийских санкций выражается также в расширении экономических связей с Китаем, среди них заключение газового контракта в \$400 млрд., который был довольно неожиданным для стран ЕС. [4] В 2015 году Китай и Россия договорились о взаиморасчетах по некоторым сделкам в рублях и юанях, снизив зависимость от американского доллара. Еще одно положительное последствие заключается в переориентации российской экономики на приоритетные отрасли с сырьевых сегментов на сегменты с высокой добавленной стоимостью.

Россия, используя антисанкционные инструменты, сталкивается с множеством проблем, пытаясь успешно их решить, за счет создания открытой экономики и конкурентоспособности отечественных товаров на внутреннем рынке, технологической модернизации производства. Несмотря на то, что внешняя картина экономических последствий от введенных санкций в отношении России выглядит, не слишком радужно, но в российской экономике обозначилась положительная динамика, необходимо отметить, что европейские страны лишены возможности повысить долю поставок товаров из России на свои рынки. Разрыв торговых связей с Европой послужил толчком для возрождения и развития отечественной промышленности и сельского хозяйства в Российской Федерации.

Таким образом, с одной стороны санкции нанесли большой удар по экономике Российской Федерации, но российская экономика смогла удержаться на плаву. Зависимость экономики России от Запада постепенно начала падать. Антироссийские санкции стали мощным стимулом для развития импортозамещения, что является основным экономическим механизмом для повышения ВВП России и успешного восстановления экономических процессов.

Список литературы

1. Официальный сайт «Бизнес России» [Электронный ресурс] – <http://businessofrussia.com> / (дата обращения 31.05.2018)
2. Официальный сайт «Газета.RU» [Электронный ресурс]. – <http://www.gazeta.ru> / (дата обращения 3.06.2018)
3. Официальный сайт «Бизнес - агентство «Экономика сегодня» [Электронный

ресурс]. <http://guesonomy.ru/> (дата обращения 6.06.2018)

4. Завадская, В. В., Сарсенова Д. Р. Влияние санкций на экономику России // Молодой ученый. — 2017. — №10. — С. 232 - 235.

5. Кочеткова, Е.Н. Экономические и финансовые санкции – локомотив роста экономики России. Кемерово // Сборник материалов II Международной научно - практической конференции: в 2 - х томах. 2016. С. 363 - 368.

ОСОБЕННОСТИ ПОДХОДА К УПРАВЛЕНИЮ ИЗМЕНЕНИЯМИ В ПЕРИОД КРИЗИСА

Франк А.В. – студентка

Новосибирский государственный университет экономики и управления,
Россия, г. Новосибирск

Аннотация

В данной статье рассматривается процесс управления изменениями в условиях кризиса. Выявлены причины наступления кризиса. А также даны рекомендации по организации системы антикризисного управления организационными изменениями.

Ключевые слова

Кризис, антикризисное управление, организационные изменения, управление изменениями.

На каждом уровне национальной экономики (микро, мезо, макро) действует присущий ему механизм кризиса. Так как эти уровни переплетаются, то все механизмы кризисов этих уровней сливаются в единый механизм системного кризиса экономики страны.

Рассмотрим кризис на микроуровне, учитывая, что его механизм является подсистемой системного кризиса российской экономики в целом [5].

В деятельности предприятия кризисы или их угроза – постоянное явление. Они возникают, как правило, под действием макроэкономических факторов, на которые накладываются внутренние факторы конкретного предприятия. Изменения, происходящие во внешней среде предприятия, определяют изменения в компании. При этом общие тенденции этих изменений одинаковы как для макроуровня, так и для микроуровня.

Выделяют внешние и внутренние причины кризиса предприятия. Внешними причинами считаются те, на которые фирма не может влиять или это влияние может быть незначительным.

Внутренними причинами является результат деятельности самого предприятия. К ним относятся:

- 1) Конструкторско-технологические причины:
 - неконкурентоспособность продукции;
 - завышенный уровень ресурсоемкости продукции;
 - низкая загрузка избыточных производственных мощностей, рассчитанных на узкую специализацию и широкую кооперацию производства.
- 2) Экономические:
 - высокая себестоимость продукции;
 - низкая рентабельность;
 - отсутствие оборотных средств вследствие замедления движения оборотного капитала и застревания его в товарных запасах и дебиторской задолженности;
 - отсутствие свободных средств для обновления продукции и повышения ее

конкурентоспособности.

3) Финансовые:

– большие оттоки денежных средств на коммунальные расходы и содержание производственных мощностей;

– в структуре выручки мал удельный вес денежных средств и высока доля бартера и взаимозачетов;

– убытки от содержания объектов социальной сферы.

4) Внутрифирменное экономическое управление:

– отсутствие экономической мотивации у персонала управления на снижение затрат, рост выручки и загрузки производственных мощностей;

– наличие теневых предпринимательских доходов у главных специалистов и руководителей подразделений;

– отсутствие финансовой ответственности подразделений за результаты их работы на рынках продукции и услуг.

Таким образом, предприятие попадает в кризисное состояние в результате совокупности внутренних причин конструкторско-технологического, экономического, финансового характера, а также недостатков внутрифирменного экономического управления.

Угрозу кризиса можно избежать, если своевременно выявить и устранить следующие факторы, которые в совокупности или по отдельности сигнализируют о приближении организации к катастрофе:

1) затянувшаяся безрезультативность вложений в производство (неверно определен объект инвестиций, которые лишь оттягивают финансовое положение, что и приведет к срыву);

2) высокая изменчивость базовых параметров организации от незначительных воздействий;

3) существование нескольких вариантов неустойчивого состояния организации, в которое она может быть переведена путем небольших усилий (сокращенный вариант производства, сдача в аренду площадей, пассивный сбыт, сокращение персонала, переход под управление другой организации и др.);

4) необратимость отклонений в деятельности организации и возможных перемен (утрата способности к восполнению потерь, возвращению кредитов, поставкам продукции по авансовым платежам и т.д.);

5) постоянное нарастание задолженности по налогам и платежам в темпе не менее 10% в квартал;

6) увеличение задолженности перед организациями деловой среды (в основном – поставщиками ресурсов и получателями продукции) в темпе не менее 30% в год;

7) рост задолженности по зарплате в темпе не менее 10% в месяц;

8) появление забастовок в коллективе;

9) рост неисполнительности среди менеджеров среднего звена (начальники цехов и отделов) на почве недовольства действиями высших руководителей;

10) резкое нарастание угнетающих действий со стороны местных властей и контролирующих органов (отказ от бартера, блокировка счетов, повышение расценок за аренду земли и др.);

11) нехватка оборотных средств для расширения выпуска наиболее перспективной продукции и т.п.

Эти и другие факторы в совокупности или по отдельности могут нанести вред организации и требуют от менеджмента срочной разработки и осуществления предупредительных мероприятий [1].

При этом не всегда удается избежать столкновения с кризисной ситуацией,

возникает необходимость организационных изменений через преодоление кризиса с помощью запуска процессов преобразований различных элементов [4]. От эффективности выбранного подхода к изменениям зависит продление успешного существования предприятия [2].

Все изменения можно разделить на управляемые и неуправляемые. В этой связи основная задача менеджмента организации – свести к минимуму влияние неуправляемых факторов внешней среды на организацию, чтобы предотвратить кризисные ситуации либо успешно справиться с их возникновением.

В общем виде основной целью организационных изменений является достижение более высоких результатов, освоение и применение новых технологий в процессе производства продукции и оказания услуг, оптимизация бизнес-процессов, модернизация менеджмента организации. В условиях возможного или уже наступившего кризиса цель организационных изменений смещается в сторону оперативного решения вопроса нарушения платежеспособности и финансовой устойчивости, следовательно, меняются задачи, инструменты и методы управления организацией в период планирования и осуществления изменений в условиях кризиса [4].

Управление организационными изменениями в условиях кризиса, на мой взгляд, должно осуществляться на основе процессно-системного подхода при котором процесс изменений рассматривается как последовательность определенных этапов, а управление учитывает системную взаимосвязь и целостность производственной, финансовой, маркетинговой и ресурсной функций менеджмента, целостность компонентов подсистем функций процесса управления (планирования, организации, мотивации, контроля, координации): цели, задачи, технология, структура, формы, методы и средства руководства, опыт и ожидаемые результаты [3].

Таким образом, с помощью проведения организационных изменений можно предотвратить появление кризиса, а в случае его наступления – выйти из кризиса с минимальным ущербом для организации.

Список литературы

- 1 Антикризисное управление: учеб. пособие / В.И. Орехов, К.В. Балдин, Т.Р. Орехова. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 268 с.
- 2 Губкина Н.А. Мировой опыт и российские тенденции преобразования бизнеса // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2008. – №1 (53). – С.220-222
- 3 Распопов В.М. Управление изменениями: учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 336 с.
- 4 Рудакова О.Ю. Антикризисное управление организационными изменениями // Известия АлтГУ. – 2015. – № 2. – С. 151-157
- 5 Ларионов И.К. Антикризисное управление: учебник. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2017. – 380 с.

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ

ПОВЫШЕНИЕ НАДЕЖНОСТИ КАЛЕНДАРНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАБОТЫ ГОРНЫХ МАШИН

Бобров В.А. – студент
Научный руководитель – Кузнецов С.М., д.т.н.
Сибирский государственный университет путей сообщения,
Россия, г. Новосибирск

Аннотация

В статье рассмотрен способ повышения надежности календарного планирования работы горных машин.

Ключевые слова

Календарное планирование, надежность, горные машины, натурные испытания.

Создание информационных баз натурных испытаний, технических и экономических показателей отдельных машин, комплектов и систем способствует оптимизации организационно-технологических решений с заданной надежностью при разработке ресурсосберегающей технологии индустриального производства работ на конкретных объектах [1 – 10].

Одним из важнейших факторов повышения качества работ является правильно рассчитанная при составлении календарных планов эксплуатационная производительность машин, комплектов и систем [1 – 5]. Переход от технической к эксплуатационной осуществляется с помощью коэффициента использования машины по времени (K_B), который учитывает перерывы на техническое обслуживание и ремонт машины, потери времени по погодным условиям, перемещение машины по территории объекта и т.д.

На коэффициент использования по времени в значительной степени влияет коэффициент готовности машин к эксплуатации (K_G), который представляет собой отношение времени бесперебойной работы к совокупности периода исправной эксплуатации и вынужденных остановок работы горных машин, взятых за один и тот же промежуток времени.

В СГУПС собрана статистическая информация по эксплуатации горных машин (карьерных экскаваторов, бульдозеров, а также буровых станков). В таблице 1 приведены основные результаты обработки выборок коэффициентов использования машин по времени горных машин.

Таблица 1. Характеристики модели коэффициента использования по времени горных машин

Показатель	$K_B^{кб}=0,637$ + 0,239 K_G	$K_B^{кэ}=-0,004$ + 0,941 K_G	$K_B^{бс}=0,234$ + 0,617 K_G	$K_B^{гм}=-0,04$ + 0,977 K_G
Доля объясненной вариации, %	7,78	95,31	18,15	91,99
Коэффициент множественной корреляции	0,279	0,976	0,426	0,959
Средний отклик	0,852	0,807	0,772	0,812
Стандартная ошибка в % от среднего отклика	20,73	3,63	9,61	5,64
Стандартная ошибка	0,177	0,029	0,074	0,046

Общий F - критерий регрессии	27,16	11157	33,04	11512
Табличное значение общего F - критерия	3,85	3,84	3,89	3,83

Модель доверительного интервала [6] коэффициента использования по времени карьерных бульдозеров приведена в (1).

$$K_B^{кб} = 0,6368 + 0,239 K_r \pm 0,3484 \sqrt{1,00309 + 0,06741 (\overline{K_r} - 0,9016)} . \quad (1)$$

Модель доверительного интервала [6] коэффициента использования по времени карьерных экскаваторов приведена в (2).

$$K_B^{кб} = 0,004 + 0,941 K_r \pm 0,0813 \sqrt{1,00391 + 0,1262 (\overline{K_r} - 0,8013)} . \quad (2)$$

Модели доверительных интервалов [6] коэффициентов использования по времени буровых станков приведены в (3).

$$K_B = 0,234 + 0,617 K_r \pm 0,2213 \sqrt{1,0067 + 4,248 (\overline{K_r} - 0,8737)} . \quad (3)$$

Модели доверительных интервалов [6] коэффициентов использования по времени горных машин приведены в (4).

$$K_B = -0,04 + 0,977 K_r \pm 0,3374 \sqrt{1,0032 + 0,0643 (\overline{K_r} - 0,75)} . \quad (4)$$

В таблицах 1 – 4 приведены зависимости между коэффициентами использования по времени (K_B) и коэффициентами готовности карьерных бульдозеров, экскаваторов, буровых станков и горных машин (K_r)

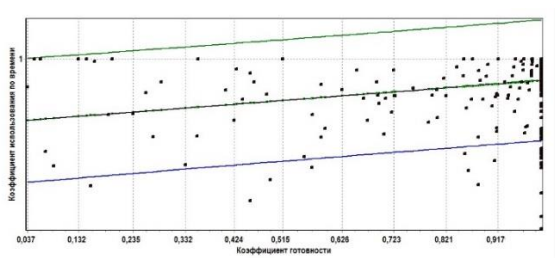


Рис. 1. Зависимость между коэффициентом использования по времени (K_B) и коэффициентом готовности карьерных бульдозеров (K_r)

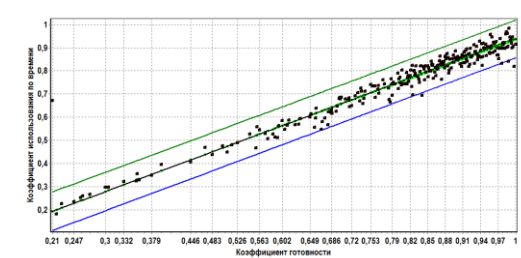


Рис. 2. Зависимость между коэффициентом использования по времени (K_B) и коэффициентом готовности карьерных экскаваторов (K_r)

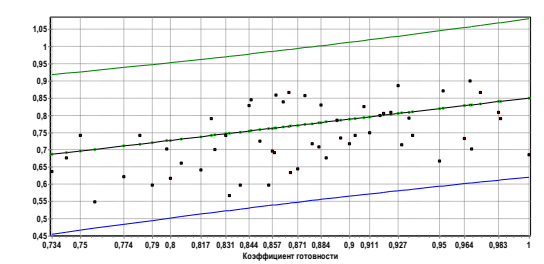


Рис. 3. Зависимость между коэффициентом использования по времени (K_B) и коэффициентом готовности буровых станков (K_r)

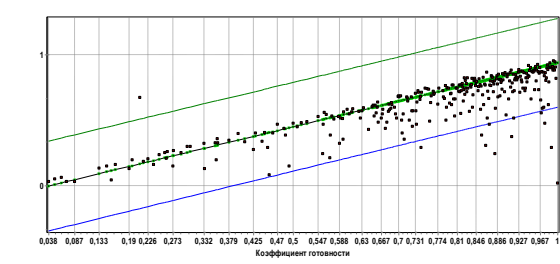


Рис. 4. Зависимость между коэффициентом использования по времени (K_B) и коэффициентом готовности горных машин

Вывод. Учёт технической и организационно-технологической надежности работы систем, комплектов и отдельных машин позволяет с большей точностью планировать их ритмичную работу и определять время производства строительномонтажных работ, что сказывается на снижении стоимости и повышении качества строительной продукции.

Список литературы

1. Исаков А.Л. Оценка потерь рабочего времени землеройно-транспортных систем / А.Л. Исаков, К.С. Кузнецова, С.М. Кузнецов // Трансп.: наука, техника, упр. – 2015. – №2. – С. 57–60.
2. Исаков А.Л. Формирование ресурсосберегающего комплекса машин для строительства / А.Л. Исаков, К.С. Кузнецова, С.М. Кузнецов // Транспортное строительство. – 2013. – № 9. – С. 4 – 7.
3. Кузнецов С.М. Автоматизированное проектирование комплексной ресурсосберегающей технологии строительства промышленных зданий / С.М. Кузнецов, Н.А. Сироткин // Вестник Сибирского государственного университета путей сообщения. 2001. Вып. 4. – С. 78 – 90.
4. Кузнецов С.М. Комплексная оценка организационно-технологической надежности работы парка строительных машин / С.М. Кузнецов, К.С. Кузнецова, Н.А. Сироткин // Экономика ж. д. –2007. –№ 4. –С. 68 – 76.
5. Кузнецов С.М. Организационно-технологическая надежность экскаваторных комплектов / С.М. Кузнецов, О.А. Легостаева // Изв. вузов. Строительство. –2005. –№ 10. –С. 62 – 69.
6. Кузнецов С.М. Построение доверительных интервалов работы гидротранспортных систем / С.М. Кузнецов, А.И. Круглов, О.А. Легостаева // Научно-исследовательские публикации. – 2014. – № 13 (17). – С. 5 – 15.
7. Кузнецов С.М. Совершенствование многовариантного проектирования при принятии оптимальных организационно-технологических решений в ПОС и ППР : сборник научных трудов / Кузнецов С.М., Сироткин Н.А. – // Экономика, управление и технология в транспортном строительстве. – Сб.науч.-исслед.тр. – Новосибирск, 2000. – С. 39–44.
8. Легостаева О.А. Многофакторная модель оценки эффективности инвестиционных проектов / О.А. Легостаева, С.М. Кузнецов // Экономика ж. д. –2004. – № 1. –С. 55 – 64.
9. Оптимизация организационно-технологических решений при строительстве зданий и сооружений / С.М. Кузнецов, Н.А. Сироткин, К.С. Кузнецова, И.Л. Чулкова, // Промышленное и гражданское строительство. –2009. – № 9. –С. 57–60.
10. Технико-экономическое обоснование инвестиционных проектов / В.П. Перцев, В.С. Воробьев, С.М. Кузнецов, О.А. Легостаева // Транспортное строительство. –2004. –№ 3. –С. 17–20.

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ОБРАЗОВАНИЯ В ТЕХНИЧЕСКОМ УЧРЕЖДЕНИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ НА ОСНОВЕ ПРИНЦИПОВ TOTAL QUALITY MANAGEMENT

Данилов Ю.Д. – старший преподаватель,
Бурко О.П. – старший преподаватель,
Кудрицкая Е.Г. – старший преподаватель.
Брестский государственный технический университет
Республика Беларусь, г. Брест.

Аннотация

В статье рассматриваются некоторые аспекты управления качеством образования в Брестском государственном техническом университете на основе мониторинга удовлетворенности потребителей предоставляемыми услугами. Авторы дают краткий анализ и описывают преимущества методик TOTAL QUALITY MANAGEMENT применяемых при проведении и выполнении обработки результатов исследований и их интерпретации. В работе приводятся некоторые примеры противоречий, которые требуют преодоления для повышения эффективности управления процессом обучения и конкурентоспособности учебного заведения на рынке образовательных услуг.

Ключевые слова

TQM, мониторинг, образовательные услуги, рынок, конъюнктура, технологии, фокус-группа.

Современный этап развития технологий и системы общественных отношений характеризуется высокой динамичностью изменений, происходящих в этих сферах. При этом, темпы технологического развития существенно опережают возможности учебных заведений по оперативному реагированию на данные изменения. Особенно актуальна данная проблема для технических учреждений высшего образования (УВО), где требуется обеспечить не только соответствие качества подготовки специалистов уровню технологического прогресса, но и добиться его опережающего развития. Кроме того, коммерциализация образовательных услуг, превращение профессиональных компетенций в объект рыночной конъюнктуры, требуют нахождения новых методов и форм управления качеством образования, повышения его гибкости, адаптивности к рыночным вызовам.

Среди ведущих задач, стоящих перед УВО технического профиля, необходимо отметить следующие:

- приведение в соответствие целевых установок конкретного учебного заведения с образовательной политикой государства;
- создание единой системы менеджмента качества образовательных услуг, основанной на единых стандартах и критериях;
- поиск и разработка эффективных механизмов оперативного управления качеством образования в соответствии с актуальными потребностями экономики, повышение его конкурентоспособности.

Успешное решение указанных задач является фундаментальным условием формирования инвестиционной привлекательности для любого технического УВО, превращения его в современный институциональный механизм, конструирующий будущее общество.

В Брестском государственном техническом университете (БрГТУ) реализуется система менеджмента качества (СМК) требованиям СТБ ISO 9001-2009, призванная

обеспечить системные гарантии приобретения выпускниками знаний, умений, навыков, профессиональной культуры в соответствии с современными и перспективными технологиями. В рамках данной осуществляется постоянный мониторинг качества предоставляемых услуг различных фокус-групп потребителей образовательных услуг, который является одним из оснований для принятия управленческих решений по повышению качества организации учебного процесса [1].

В основу деятельности положены принципы TQM (Total Quality Management – всеобщее управление качеством), основанные и апробированные мировым опытом в различных отраслях рыночного механизма. Их суть сводится к тому, что образовательные учреждения должны в своей деятельности ориентироваться не только на повышение качества образования (конечного продукта) как такового, но и работать над улучшением организационной стороны образовательного процесса. Решение задачи заключается в постоянном взаимообусловленном развитии трех составляющих:

- качества образования (товар, продукция);
- качества организации образовательного процесса (технологическая компонента, позволяющая получить качественную продукцию);
- квалификации профессорско-преподавательского и вспомогательного состава УВО (ресурс, позволяющий обеспечить эффективное использование всех материально-технических и интеллектуальных условий учебного заведения).

При данном подходе, качество образования характеризуется такими категориями, как:

- степень удовлетворения потребностей образовательных услуг;
- эффективность финансовых показателей УВО;
- удовлетворенность своей работой сотрудниками и специалистами учебного заведения.

Наработанный в БрГТУ опыт применения принципов TQM, позволяет утверждать, что важным фактором эффективности данной методологии является проблема выбора оптимального содержания и последовательности управленческих действий, позволяющих гарантировать потребителям получение конкурентоспособных профессиональных компетенций.

Важно иметь в виду, что решение этого ключевого вопроса неизбежно столкнется с необходимостью преодоления целого ряда барьеров, имеющих на институциональном уровне. К ним следует отнести функциональную ограниченность ранее сложившихся подходов к управлению образовательными процессами, несовершенство механизма обеспечения конкурентных позиций на образовательном рынке, низкий уровень позиционирования профессорско-преподавательского состава в общественной иерархии, слабой разработанности методик применения TQM, отсутствием желания (возможностей) у руководителей образовательных структур различного уровня учитывать данные социометрии при выработке управленческих решений.

Так, например, в ходе опросов работодателей, на протяжении последних лет фиксируется устойчивое мнение о слабом развитии у выпускников технических специальностей навыков управленческого труда (коммуникативных, организационных, этических и др.), формируемых, преимущественно, при изучении социально-гуманитарных дисциплин. Данная ситуация объективно формирует весьма сложное для преодоления в техническом УВО противоречие между необходимостью обеспечить фундаментальную подготовку студентов по специальности и должным образом развить как будущих руководителей [2].

Использование принципов и технологий TQM дает возможность классифицировать требования к профессионально значимым характеристикам,

провести их диагностику и перейти к созданию такой социально-педагогической модели, которая обеспечила бы гармоничное профессиональное становление будущих инженеров-руководителей.

Учитывая то, что в современных условиях «качество образования» является многофакторным феноменом, его оценка рассматривается как сложный симбиоз взаимозависимых и автономных качественных и количественных характеристик, которые в ходе исследований выражаются в числовом и нечисловом формате. Применение TQM-методик при обработке результатов исследований обеспечивает четкую композиционную связь между различными сегментами изучаемых проблем, что позволяет легко переводить числовые показатели в герменевтическую интерпретацию, и наоборот – придавать интерпретационным формулировкам вид числовых значений. Таким образом, достигается единый подход к исследованиям, используются универсальные критерии оценки уровней удовлетворенности, имеется возможность сравнивать результаты различных фокус-групп определенным срезам и с высокой достоверностью переходить в их интерпретации от количественных величин к качественным аналогам.

Используемая матричная модель полностью соответствует требованиям СТБ ISO 9001-2009, а получаемые результаты позволяют ориентировать руководство УВО и его структурных подразделений на деятельность, в максимальной степени учитывающей потребности рынка труда. В университете разработана и активно реализуется SMK, включающая следующие компоненты:

- описание целей, политики и миссии учебного заведения в области качества образования;

- стандарты по качеству подготовки специалистов по каждой из специальностей;

- описание процедур, выполняемых в рамках системы менеджмента качества по повышению уровня удовлетворенности качеством образовательных услуг.

Осуществляемый в целях реализации программы мониторинг качества обучения дает возможность объективно оценить и интерпретировать эффективность инноваций, уровень преподавания, организационную сторону образовательного процесса и его информационное обеспечение, иные аспекты функционирования университетского комплекса.

Как показывает практика, система исследований уровня удовлетворенности качеством образовательных услуг в БрГТУ, позволяет существенно продвинуть вперед практически все составляющие конкурентоспособности учебного заведения: маркетинговую, финансовую, кадровую, материально-техническую, спроса выпускников на рынке труда.

Список литературы

1. Центр менеджмента качества образования. // Брестский государственный технический университет [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <http://www.bstu.by/ru/universitet/sistema-menedzhmenta-kachestva>. – Дата доступа: 10.06.2018.

2. Бурко, О.П. Анализ удовлетворенности потребителей Учреждения образования «Брестский государственный технический университет» / О.П. Бурко, Ю.Д. Данилов, Е.Г. Кудрицкая // Вестник БрГТУ. – 2017. – № 3 (105). – С.120–125.

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

ВЛИЯНИЕ ЛИЧНОСТИ РУКОВОДИТЕЛЯ НА УСПЕШНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ

Кантаева В.О. – студент,
Научный руководитель – Матерн Н.А., старший преподаватель.
Новосибирский государственный университет экономики и управления,
Россия, г.Новосибирск

Аннотация

В данной статье представлены необходимые качества руководителя, которые способствуют эффективному управлению организацией.

Ключевые слова

Руководитель, качество, руководство, бизнес, лидер.

От начальника ждут компетентности, лидерских качеств, гибкости мышления. Топ-менеджер высшего звена должен быть специалистом в своей области, хорошим психологом, контактным, общительным человеком, умеющим убеждать. Совместить все эти качества в одном человеке – не просто. Рассмотрим, как воспитать в себе качества руководителя, стать авторитетной личностью, умеющей добиваться поставленных целей и увлекать за собой подчиненных.

Современные психологи и специалисты рекрутинговых агентств называют 7 качеств, присущих идеальному руководителю [1]:

- воля к победе (умение преодолевать трудности, находить и исправлять ошибки);
- стратегическое мышление (способность строить реалистичные планы и воплощать их в жизнь);
- организаторские способности,
- компетентность,
- честность,
- ум,
- готовность к переменам.

Некоторые из этих качеств лежат в этической плоскости, часть – относится к волевой, а часть - к интеллектуальной сфере. Все недостающие качества можно развивать в себе. Главное – не бояться трудностей, не останавливаться, двигаться вперед, оценивая эффективность своего управления в фактах и цифрах.

Среди качеств, которые мешают стать высокоэффективным менеджером можно назвать такие как:

1. Страх который присущ каждому начинающему управленцу, но довольно быстро отступает, как только человек начинает предпринимать конкретные шаги. Когда много работы - некогда бояться.

2. Некомпетентность исправляется путем образования и самообразования.

3. Необходимо бороться с чрезмерным проявлением таких качеств как доброта и щедрость, будучи руководителем большого коллектива. Все сотрудники равны перед директором в том смысле, что отношение к ним и оплата их труда прямо пропорциональны вкладу в общее дело.

4. Перфекционизм очень мешает по-настоящему умным людям стать эффективными менеджерами.

5. Усталость. Хороший руководитель продуцирует энергию, чтобы зарядить ею всех остальных. Для этого он должен быть в хорошей физической форме, заниматься спортом, полноценно отдыхать, находить время для общения с близкими людьми.

6. Самоуверенность мешает видеть свои ошибки. Пусть вы и главный, необходимо прислушиваться к мнению других людей.

7. Эмоциональность. Будучи все время «на передовой», трудно удержаться от выражения чувств. Однако задача начальника - не изображать из себя бездушного робота, а направлять эмоции в позитивное русло.

Самое большое подспорье для руководителя – это опыт: производственный, организаторский, жизненный. Не даром в объявлениях о вакансии пишут: «опыт на руководящей должности не менее 5 лет». Если такого опыта нет, у начинающего руководителя есть три пути:

- изучать на месте структуру предприятия, вникая в самые тайные его уголки;
- заниматься образованием и самообразованием;
- перенимать опыт других людей.

В современной психологии разработаны инструменты, позволяющие выработать в себе недостающие качества руководителя. Для кандидатов, претендующих на ведущую роль, проводят специальные семинары и тренинги, отрабатывая в игровых ситуациях проблемы, с которыми человеку в директорском кресле придется столкнуться в реальной жизни. Но по-прежнему главной «школой» остается сам производственный процесс.

По мнению успешного бизнесмена Павла Анненкова, написавшего книгу «Ошибки на Миллион», есть 4 основных этапа, которые преодолевает человек, претендующий на руководящую должность:

1. Подражание. Вы выбираете публичного человека, который производит впечатление эффективного руководителя, и копируете его манеру поведения.

2. Изучение специальных методик на курсах и тренингах, чтение специализированной литературы. Обязательно выделяйте время на изучение теоретического аспекта руководства. В мире есть десятки умных людей и сотни прекрасных книг, которые действительно могут помочь.

3. Вытеснение конкретными делами негативных мыслей. Человеку, который что-либо делает, некогда бояться, придумывая себе затруднения и неприятности – ведь они могут и не произойти.

4. Планирование и контроль. Планируйте свою деятельность и проверяйте исполнение пунктов плана, иначе вы погрузитесь в хаос - ведь у руководителя всегда тысячи дел.

«Меня часто спрашивают предприниматели: «Что самое главное в бизнесе?»... Мой ответ: главное в бизнесе – это сам предприниматель. Именно он со всеми его качествами, как положительными, так и отрицательными, есть то, вокруг чего вертится все в компании. На нем держится компания, ее боевой дух, атмосфера в коллективе и способность преодолевать трудности». [2,41]

Приведем пример удачного руководства.

Форд советует руководителю не дистанцироваться от своего коллектива и производимого продукта, не бояться и не останавливаться, всегда помнить о том, что он работает не для себя лично, а для общего блага. Хотя идеи этого великого человека подвергаются критике современные экономисты, множество его советов – по-прежнему актуально.

Приведем теперь пример негативного руководства.

В 2017 году наемные менеджеры российского ритейла «Дикси» были вынуждены покинуть свои посты из-за негативных изменений в компании. В том числе

остался без работы ее президент Педро де Сильва. Он провел неудачные кадровые перестановки, заключил неудачные договоры с деловыми партнерами, уменьшил ассортимент магазинов, а это привело к недовольству покупателей. В результате прибыль резко сократилась,

Сильва имел удачный опыт работы с торговыми сетями и решил механически перенести его на новый объект. «По мнению эксперта, ключевой ошибкой да Сильвы стало то, что он решил продемонстрировать акционерам быстрые результаты вместо системной долгосрочной работы по трансформации бизнеса».[4]

Таким образом установлено что, личность руководителя оказывает существенное влияние на организационные изменения по нескольким причинам:

1. Социальный коллектив нуждается в человеке, на которого можно равняться в профессиональном отношении и на которого можно положиться в трудной ситуации. Он сплачивает, объединяет и вдохновляет людей.

2. Руководитель ищет нестандартные решения и находит выход там, где теряется рядовой сотрудник.

3. Руководитель мыслит «стратегически». Решение мелких задач он поручает другим, сам же занят планированием и разработкой конкретных шагов, которые помогут организации измениться в лучшую сторону.

Лидерские качества могут быть у руководителя с рождения, или же он сознательно воспитывает их в себе. При этом положительные для лидерства качества могут оказать позитивное влияние на преобразованиях в компании и отрицательное. Сравним их в таблице 1.

Таблица 1. Сравнение лидерских качеств

Лидерские качества	Способствуют проведению изменений	Препятствуют проведению изменений
Гибкость мышления	Постоянный поиск новых решений позволяет повысить эффективность компании	Если руководитель постоянно увлекается новизной, он может недооценить удачные модели, которые уже хорошо «работают» и приносят прибыль
Любознательность, способность к обучению	Узнавая новую информацию, руководитель находит неожиданные способы и средства изменить организацию, сделать ее лучше.	Чрезмерное увлечение научной стороной вопроса может мешать положительным изменениям, так как технический аспект получает приоритет над человеческим фактором
Упорство, целеустремленность	Прекрасное качество, которое помогает преодолевать трудности, не останавливаясь на половине пути	Может отрицательно сказаться на деятельности организации, если руководитель вовремя не увидит ошибки, не отменит своего неэффективного

		решения
Общительность	В разумных дозах помогает создать лояльные отношения с сотрудниками и клиентами	Мешает делу, если переходит границы
Авторитарность (единоличное принятие решений)	Полезна при принятии непопулярного решения	Вредит, если человек считает себя всегда правым

Список литературы

1. Борис Гройсберг. 7 главных качеств хорошего руководителя [Электронный ресурс] URL: <http://hbr-russia.ru/karera/lichnye-kachestva-i-navyuki/p13600/> (дата обращения 02.05.2018)
2. Павел Анненков. Ошибки на миллион долларов [Электронный ресурс] URL: <http://www.rulit.me/books/oshibki-na-million-dollarov-read-406872-1.html> (дата обращения 02.05.2018)
3. Аверченко Л.К., Залесов Г.М., Мокшанцев Р.И., Николаенко В.М. Психология управления: Курс лекций. - Новосибирск: НГАЭиУ; М.: ИНФРА-М, 2003. -246с.
4. Оксана Гончарова. Газета «Ведомости» [Электронный ресурс] URL: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2017/02/02/675875-ushli-inostrannie-top-menedzheri> (дата обращения 02.05.2018)
5. Сенчукова Г.В. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ СТИЛЬ УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ И ЕГО ПРЕИМУЩЕСТВА / Г.В. Сенчукова , Н.А. Матерн // Проблемы и перспективы развития экономики и менеджмента в России и за рубежом. Сборник материалов третьей всероссийской научно-практической конференции (посвященной 70-летию Алтайского государственного технического университета им. И. И. Ползунова). Министерство образования и науки Российской Федерации; Рубцовский индустриальный институт (фил.), ГОУ ВПО "Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова", Каф. "Менеджмент и экономика". – Барнаул. - 2011. - С. 106-114.

РОЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНИЗАЦИИ

Масько Г.Г.. – студент 4-ого курса направления «Управление персоналом»,
 Научный руководитель – Кушнарёва И.В., к.э.н.
 Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) Донского
 государственного технического университета в г. Шахты
 Россия, г. Шахты

Аннотация

От грамотного и качественного управления персоналом зависит ход деятельности и дальнейшее продвижение и успех любой компании. Выбор метода управления персоналом зависит от конкретно сложившейся обстановки в компании и целей, решаемых руководством организации.

Ключевые слова

Персонал, управление, эффективность, планирование.

Положительный эффект деятельности предприятий и организаций находится в прямой зависимости от качества управления персоналом, основным принципом которого является ориентация на потребителя.

Совершенствовать методы и технологии управления персоналом необходимо

при изменении внутренней системы управления персоналом, с целью совершенствования деятельности предприятия, изменения технико-экономических показателей. [2]

По группе признаков можно определить необходимость корректировки или изменения системы управления персоналом в организации (рис. 1).

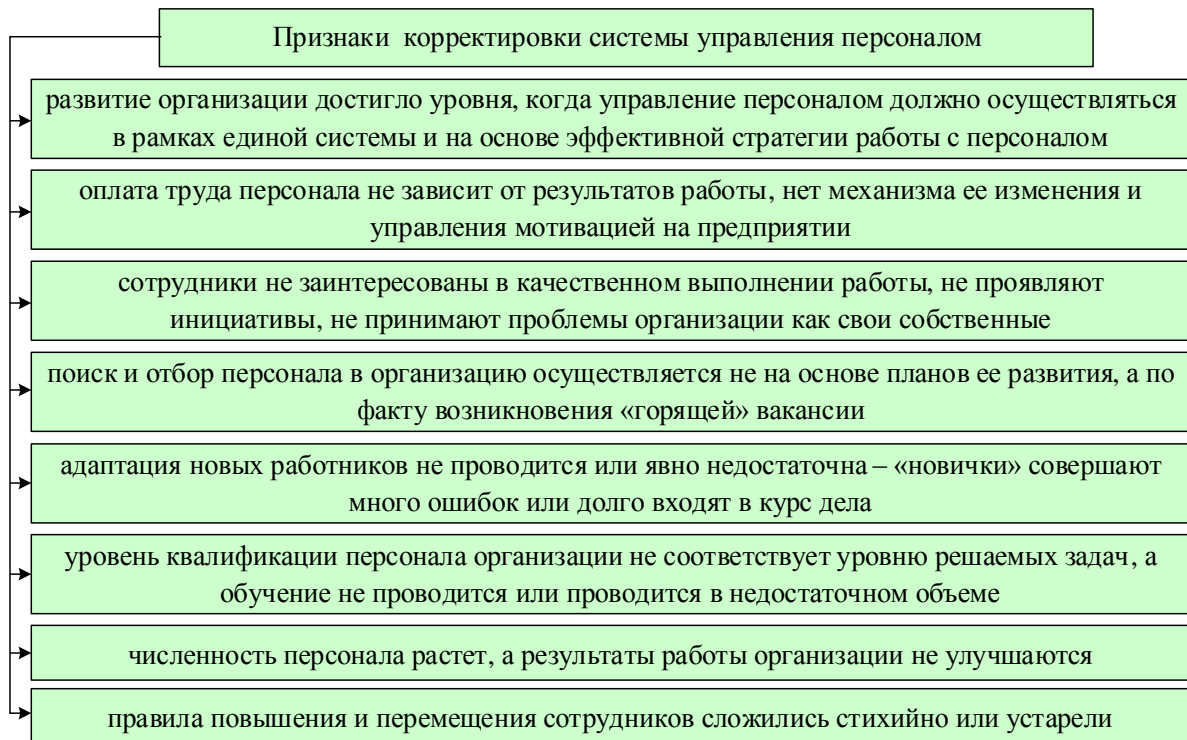


Рис. 1 Признаки корректировки системы управления персоналом

Для повышения эффективности работы персонала организации прибегают к различного рода способам: оптимизация структуру управления сотрудниками, изменение функций управления персоналом, изменение методов работы с кадрами, пересмотр мотивационных и стимулирующих инструментов персонала [1].

Технология управления персоналом в организации может находиться на разной стадии сформированности. Оптимизация системы управления персоналом (СУП) может касаться как технологии в целом, так отдельных подсистем (рис. 2).

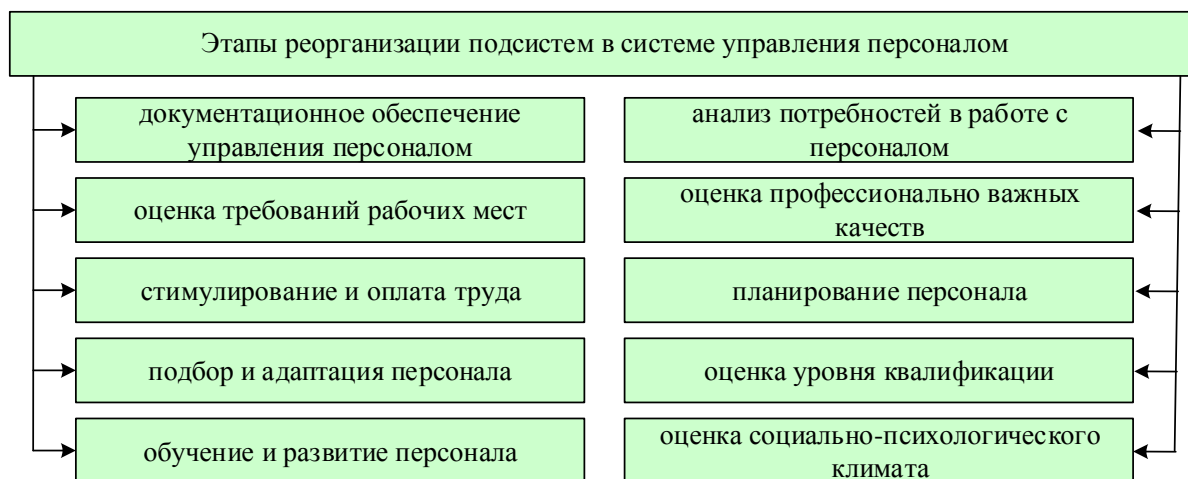


Рис. 2 Этапы реорганизации в системе управления персоналом

Выбор подсистем управления зависит от конкретно сложившейся обстановки в организации и целей, решаемых руководством организации. При оптимизации технологии управления персоналом организации полагается последовательное прохождение четырех этапов: предварительная диагностика состояния системы управления персоналом, реорганизация подсистем управления персоналом, внедрение и сопровождение.

При проведении предварительной диагностики СУП оценивается система в целом с выявлением слабых сторон.

При реорганизации подсистем управления персоналом определяются типовые параметры и критерии эффективности функционирования каждой подсистемы управления персоналом; создается проект идеальной системы управления; разработка документации; разрабатывается план действий по внедрению.

Этап внедрения и сопровождения состоит из настройки и сдачи в опытную эксплуатацию автоматизированной системы управления персоналом.

При оптимизации технологии управления персоналом целесообразно организовать для сотрудников повышение квалификации.

В результате совершенствования управления персоналом можно добиться следующих результатов: сократить трудозатраты специалистов, отвечающих за различные направления работы с персоналом, своевременное обеспечение организации персоналом требуемой квалификации и численности, поддержка мотивации персонала, поддержание требуемой квалификации сотрудников.

Список литературы

1. Кибанов А.Я. Управление персоналом. Учебное пособие. [Текст] А.Я. Кибанов – М.: КноРус, 2016. – 202 с.
2. Управление персоналом [Электронный ресурс] URL: <http://www.kaus-group.ru/knowledge/300-articles/material/781/> (дата обращения 11.03.2018).

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

ИНДИВИДУАЛЬНАЯ КОРРЕКТИРОВКА КАДАСТРОВОЙ СТОИМОСТИ ЗЕМЕЛЬНОГО УЧАСТКА

Н.Г. Кравцова – студент

Д.Н. Суслов - научный руководитель, канд. экон. наук, доцент каф. ОУНП
Сибирский государственный университет науки и технологии имени
академика М.Ф. Решетнева, Россия, г. Красноярск

Аннотация

В статье рассмотрена индивидуальная корректировка кадастровой стоимости земельного участка на основании отчета независимого оценщика об определении рыночной стоимости объекта, результатом которой является исключение из государственного кадастра недвижимости экономически необоснованной кадастровой стоимости объекта недвижимости и включение в него установленной рыночной стоимости в качестве кадастровой.

Ключевые слова

Земельный участок, кадастровая стоимость, сравнительный подход, доходный подход, затратный подход.

Важную роль в регулировании земельно-имущественных отношений играет система кадастровой оценки, являющаяся информационной основой системы налогообложения недвижимого имущества. Все налогоплательщики и арендаторы земельных участков должны знать, что размер уплачиваемого ими налога и арендной платы определяется исходя из кадастровой стоимости земельного участка.

Кадастровая оценка стоимости земельных участков является на сегодняшний день одной из острых проблем, так как имеет место неудовлетворенность результатами ее проведения.

Применение на практике кадастровой оценки вызывает многочисленные споры, связанные с оспариванием кадастровой цены земельного участка. Многие эксперты считают, что основной причиной возникновения подобных споров является несовершенство процедуры массовой оценки, при проведении которой не учитываются индивидуальные параметры каждого конкретного участка [1].

Как показывает практика, значительное увеличение кадастровой стоимости земельных участков по сравнению с рыночной, может привести к многократному увеличению земельного налога. Последнее может привести к невозможности нести бремя содержания участков, прекращению инвестиционных проектов и многомиллионным потерям правообладателей. А это, в свою очередь, означает, что вопросы, касающиеся порядка оспаривания кадастровой стоимости земельных участков, в ближайшей перспективе едва ли утратят статус актуальных.

Нами проведена индивидуальная корректировка кадастровой стоимости земельного участка, расположенного в г. Красноярске, с целью исключения из государственного кадастра недвижимости экономически необоснованной кадастровой стоимости объекта недвижимости и включение в него установленной рыночной стоимости в качестве кадастровой.

Объектом оценки является земельный участок площадью 2328 кв.м., категория земель: земли населенных пунктов, разрешенное использование: бытовое обслуживание (код – 3.3), адрес (местоположение): Красноярский край, г. Красноярск, Советский район, ул. Воронова, 14г, кадастровый номер 24:50:0400084:5795,

кадастровая стоимость - 13 620 592,56 руб.

Кадастровая и единичная (рыночная) оценка земли проводится с использованием доходного, затратного и сравнительного подходов, которые основываются на информации о сделках на рынке земли и иной недвижимости, уровне арендной платы и доходности использования земельных участков.

Доходный подход к оценке базируется на предположении, что между стоимостью объекта оценки и доходом, который этот объект может приносить, существует определенное соотношение.

Поскольку в г. Красноярске, его пригороде и Красноярском крае отсутствует вторичный рынок аренды земельных участков (в основном земельные участки, предоставляемые в аренду, являются собственностью государства или муниципалитета, величина арендной ставки устанавливается не рыночным способом), методы доходного подхода не применяются для расчета стоимости земельного участка.

Считается, что земля постоянна и не расходуема, а затратный метод применяется для оценки искусственных объектов, созданных человеком. Поскольку земельный участок является не возобновляемым активом, улучшения на земельном участке не учитываются для определения рыночной стоимости объекта оценки для целей оспаривания его кадастровой стоимости. Таким образом, методы с элементами затратного подхода не применяются.

Под сравнительным подходом понимается совокупность методов оценки, основанных на получении стоимости объекта оценки путем сравнения оцениваемого объекта с объектами – аналогами.

Основной подход к рыночной оценке - основанный на методе сравнительных продаж. Метод в последнее время получил большое распространение. Это обусловлено относительной развитостью рынка недвижимости. Этот метод очень актуален по ряду причин: - стоимость недвижимости в большинстве случаев определяется спросом на нее, т.е. именно рынок формирует ее стоимость; - на рынке представлено большое количество объектов недвижимости и имеется возможность сравнивать их по стоимости и другим характеристикам; - в большинстве случаев информация является доступной [2].

Сравнимыми с объектом оценки выбрано 3 объекта по предложениям к продаже, поскольку данные объекты относятся к одному с объектом оценки сегменту рынка и сопоставимы с ним по ценообразующим факторам:

1. объект – аналог 1 - земельный участок под строительство административно-производственного здания; земли населенных пунктов; адрес (местоположение): Красноярский край, г. Красноярск, Советский район, проспект Комсомольский, площадь – 6 000,0 кв.м., цена предложения к продаже объекта-аналога - 14 000 000 руб.; цена предложения к продаже за 1 кв.м. объекта-аналога - 2 333 руб.;

2. объект – аналог 2 - земельный участок под строительство здания общественно-делового назначения; земли населенных пунктов; адрес (местоположение): Красноярский край, г. Красноярск, Советский район, ул. 9 мая - ул. Шахтеров, площадь – 59 000,0 кв.м., цена предложения к продаже объекта-аналога - 90 000 000 руб.; цена предложения к продаже за 1 кв.м. объекта-аналога - 1 525 руб.;

3. объект – аналог 3 - земельный участок под строительство здания торгового назначения; земли населенных пунктов; адрес (местоположение): Красноярский край, г. Красноярск, Советский район, ул. 9 мая - ул. Шахтеров, площадь – 32 000,0 кв.м., цена предложения к продаже объекта-аналога - 85 000 000 руб.; цена предложения к продаже за 1 кв.м. объекта-аналога - 2 656 руб.

Поскольку доступна достоверная и достаточная для анализа информация о ценах и характеристиках объектов-аналогов, в рамках сравнительного подхода к оценке

объекта оценки применяется метод количественных корректировок. Последовательность, в которой производятся корректировки, определяется, в основном, анализом рыночных данных и сложившимися традициями на рынке. Приняв определенную последовательность, шаг за шагом применяют корректировки к стоимости предложения к продаже объекта-аналога.

Итоговые значения скорректированных цен продаж сравниваемых объектов различаются, поэтому необходимо проведение согласования скорректированных величин стоимости предложения к продаже путем расчета средневзвешенной величины методом весовых коэффициентов. Наибольший вес присваивается скорректированным величинам цен предложения к продаже тех объектов-аналогов, которые наиболее сопоставимы с объектом оценки по своим характеристикам. Таким образом, по шкале присваиваем каждому из объектов-аналогов соответствующий вес (таблица 1).

Таблица 1. Согласование результатов корректировки значений единиц сравнения по выбранным объектам-аналогам объекта оценки

№	Показатель	Объект оценки	Объект-аналог 1	Объект-аналог 2	Объект-аналог 3
1	2	3	4	5	6
1	Скорректированная цена продажи, руб.		2 053	1 342	2 338
2	Весовой коэффициент		3	1	2
3	Обоснование весового коэффициента		Менее близкий к объекту оценки объект-аналог по своим характеристикам – по локальному месту положению, по площади	Наиболее близкий к объекту оценки объект-аналог по своим характеристикам – по локальному местоположению (в том числе: по окружающей застройке), по площади	Более близкий к объекту оценки объект-аналог по своим характеристикам – по площади, по локальному месту положению
4	Сумма весовых коэффициентов по строке (2)		6		
5	Промежуточный результат, руб. (1)*(2)		6 160	1 342	4 675
6	Сумма промежуточных результатов по строке (5)		12 177		
7	Стоимость за 1 кв.м., руб., объекта оценки в рамках сравнительного подхода (6)/(4)	2 030			
8	Площадь, кв.м	2 328			

№	Показатель	Объект оценки	Объект-аналог 1	Объект-аналог 2	Объект-аналог 3
1	2	3	4	5	6
9	Стоимость объекта оценки в рамках сравнительного подхода, руб. (7)*(8)	4 72482 1	(НДС не облагается)		
10	Стоимость объекта оценки в рамках сравнительного подхода, руб. (округленно)	4 72500 0	(НДС не облагается)		

Таким образом, стоимость объекта оценки, определенная в рамках сравнительного подхода, составляет (округленно) 4 725 000 руб.

В соответствии с п.20 ФСО №4 при наличии достаточной и достоверной информации о ценах предложений по купле-продаже объектов-аналогов объекта оценки, расчет кадастровой стоимости объекта оценки осуществляется преимущественно на основании сравнительного подхода. Альтернатива, по объективности, сравнительному подходу к оценке объекта оценки отсутствует, процедура согласования результатов не применяется.

Таким образом, сравнительный подход признаётся в качестве итоговой величины стоимости объекта оценки.

Итоговая величина рыночной стоимости объекта оценки – земельного участка площадью 2328 кв.м., категория земель: земли населенных пунктов, разрешенное использование: бытовое обслуживание (код – 3.3), адрес (местоположение): Красноярский край, г. Красноярск, Советский район, ул. Воронова, 14г, кадастровый номер 24:50:0400084:5795, полученная в результате оценки 4 725 000 руб. (Четыре миллиона семьсот двадцать пять тысяч рублей).

Кадастровая стоимость оцениваемого земельного участка составляет 13 620 592,56 руб., а рассчитанная рыночная стоимость - 4 725 000 руб. Наглядно видно, что кадастровая и рыночная стоимости могут существенно различаться. Таким образом мы видим, что индивидуальная корректировка обеспечивает восстановление прав заинтересованного юридического или физического лица на случай утверждения экономически необоснованного размера кадастровой стоимости.

Конечно, с учетом масштабов проводимых работ, методы массовой оценки являются для государства наименее затратным способом определения кадастровой стоимости. При этом какие-то индивидуальные специфические особенности земельных участков могут не учитываться, что свидетельствует о несовершенстве методик определения кадастровой стоимости, на основании чего появился новый вид деятельности - оспаривание кадастровой оценки.

Государственная кадастровая оценка является комплексом мер по оценке земельных участков, имеющих очень важное и юридическое, и экономическое значение. Процедура кадастровой оценки ввиду объективной важности правильного ее проведения требует тщательного изучения и разработки методов её проведения, адекватных требованиям сегодняшнего рынка [3].

Список литературы

1. Кравцова Н.Г. Особенности оценки кадастровой стоимости земли. Журнал «Актуальные проблемы авиации и космонавтики» Т. 3, № 13, 2017. С. 51-53.

2. Кудряшов А.Д., Наугольнова И.А. Методы оценки стоимости земельных участков // Журнал. Наука XXI века: Актуальные направления развития. Самарский государственный экономический университет. № 2-2. 2017. С 48-52.
3. Слепенко Ю.Н., Белокопытова Н.Ю., Проценко В.Е. Некоторые проблемы кадастровой оценки земельных участков // Сборник трудов конференции. ФГБОУ ВПО СКФУ ИСТиД. 2017. С 230-233.

Научное издание

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ НАУКА –
ОСНОВОПОЛАГАЮЩАЯ ДИСЦИПЛИНА ВСЕОБЩЕГО РАЗВИТИЯ**

Сборник материалов
VI Международной научно – практической конференции

11 июня 2018 г.

В авторской редакции

Дата подписания к использованию / дата размещения на сайте
18.06.2018 г.

Объем издания в единицах измерения объема носителя,
занятого цифровой информацией
0,9 МБ

Комплектация издания
1 DVD-диск, без сопроводительной документации

Наименование и контактные данные юридического лица,
осуществившего запись на материальный носитель
*Общество с ограниченной ответственностью
«Западно-Сибирский научный центр»,
Тел.: +7(9994)-30-39-13*