

# ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СРЕДА

№ 4 (26)  
декабрь 2018

Журнал издается с сентября 2012 г.

Выходит 4 раза в год

Подписка во всех отделениях связи  
по объединенному каталогу «Пресса России» (индекс E29460)

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи,  
информационных технологий и массовых коммуникаций.

**Свидетельство о регистрации:**

ПИ № ФС 77-67657 от 10 ноября 2016 г.

**Учредитель (издатель):**

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»  
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

**При перепечатке ссылка на издание обязательна**

Редакция журнала «Экономическая среда»:  
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12  
Телефон: (4862) 255037 e-mail: economicsreda@mail.ru  
© ОрелГУЭТ, 2018

Подписано в печать 11.12.2018 г.  
Дата выхода в свет 20.12.2018 г.  
Заказ № 48. Формат 60x84<sup>1</sup>/<sub>8</sub>  
Усл. печ. л. 16,5. Тираж 1000 экз.  
Цена свободная

Отпечатано на полиграфической базе ОрелГУЭТ  
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

**Главный редактор:**

**Паршутина И.Г.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

**Редакционный совет:**

**Глотко А.В.** доктор экономических наук, доцент  
ФГБОУ ВО «Горно-Алтайский государственный университет»

**Карлина Е.П.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Астраханский государственный технический университет»

**Лазаренко А.Л.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

**Лочан С.А.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

**Лыгина Н.И.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

**Рудакова О.В.** доктор экономических наук, профессор  
Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

**Сироткина Н.В.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет»

**Цёхла С.Ю.** доктор экономических наук, профессор  
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»

**Юрзинова И.Л.** доктор экономических наук, профессор  
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

**Ответственный редактор:**

**Жучков А.А.** кандидат технических наук, доцент  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

**Литературный редактор:**

**Зайцева Н.Н.** старший преподаватель  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

**Переводчик:**

**Лепешкина Г.Г.** старший преподаватель  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

# СОДЕРЖАНИЕ

## БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ, АУДИТ И СТАТИСТИКА

- Усенок Д.С.**  
Системный подход к оценке эффективности управления  
коммерческими процессами торгового предприятия 6
- Маланичев А.А.**  
Реформирование бухгалтерского учета в соответствии с принципами  
МСФО 10
- Денина А.Р.**  
Индекс потребительских цен: необходимость и особенности расчета 13

## МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ

- Русев Е.**  
Применение технологии IP-телефонии для малого и среднего бизнеса:  
преимущества, недостатки, перспективы развития 18
- Сергеева И.И., Перелыгина Т.В.**  
Универсальный отчет как инструмент расширения аналитических  
механизмов линейки программ 1С 24

## МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

- Головина Я.О.**  
Роль и задачи обучения и развития персонала 31
- Киселева А.А., Масленникова Ю.С.**  
Проблемы найма и подбора персонала 34
- Алехина Л.Л., Максимов Н.Н.**  
Мотивация торгового персонала в условиях развития розничной  
торговли 39

## МИРОВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

- Бардовский В.П., Давыдова А.В.**  
Направления совершенствования местного самоуправления 46

**Пухалева А.Г., Кузнецова Л.М.**  
Анализ реализации государственных программ социально-экономического развития регионов России (на примере Курской области) 51

**Архипкина Е.В.**  
Россия и ВТО: проблемы и перспективы 56

**Кабышев В.А.**  
Определение вектора развития туризма в республике Крым 61

## **ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ**

**Давыдова А.В., Кузнецова Л.М.**  
Характеристика российской системы оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления 66

**Кузин Д.С., Симонова Е.В., Кузина А.В.**  
Социальная ориентированность малого и среднего бизнеса в регионе Центральной России 70

**Усенок Д.С.**  
Организация и управление коммерческими процессами торговых предприятий 76

**Гордиенко В.А., Муранова П.С.**  
Финансовая политика организации 80

## **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ**

**Бардовский В.П., Пухалева А.Г.**  
Направления государственного регулирования территориального развития 84

**Гопеевцева М.Е., Кочарян К.К.**  
Кластерная политика в России: вызовы и приоритеты 88

## **НАУКА БУДУЩЕГО**

**Ставцева А.Е.**  
Роль патентной системы налогообложения в современной экономике 93

**Батурина В.В.**  
Современный ассортимент пищевых продуктов, предназначенных для больных целиакией 98

---

<b>Базыкина В.С.</b> Проблемы возвращения комплекса ГТО	<b>101</b>
<b>Мезенцева А.Э., Носкова А.А.</b> Инновационные стратегии развития предприятия	<b>105</b>
<b>Якушенко В.М.</b> Мониторинг потребительского спроса на услуги предприятий сервиса	<b>110</b>
<b>Курако О.А.</b> Внутренний контроль как важный фактор экономической безопасности предприятия	<b>115</b>
<b>Понкратова Е.Ю., Третьяков А.И.</b> Особенности бенчмаркинга как инструмента маркетингового и системного анализа	<b>119</b>
<b>УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛОВ</b>	<b>124</b>

## **БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ, АУДИТ И СТАТИСТИКА**

УДК 339.3:658.5

**Усенок Д.С.**

### **СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКИМИ ПРОЦЕССАМИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Усенок Дмитрий Сергеевич\**; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: dmitri.wolf.2017@mail.ru

*Уточнение системы критериев, коэффициентов эффективности коммерческих операций и процессов является одним из важнейших аспектов ведения предпринимательской деятельности в современных условиях. В качестве базы для формирования и оптимизации системы параметров оценки следует использовать результаты прикладных исследований и внутреннего аудита (процессов, операций, взаимодействия и командной работы персонала).*

*Ключевые слова: коммерческие процессы, продажи товаров, обслуживание покупателей, экономическая и социальная эффективность.*

**Usenok D.S.**

### **SYSTEM APPROACH TO THE MANAGEMENT EFFICIENCY ESTIMATION OF THE COMMERCIAL PROCESSES OF TRADE ENTERPRISE**

*Usenok Dmitry Sergeevich*; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: dmitri.wolf.2017@mail.ru

*Specification of the system of criteria and efficiency factors of commercial operations and processes is one of the major aspects of conducting entrepreneurial activity under modern conditions. The results of applied researches and internal audit (processes, operations, interaction and command work of the personnel) should be used as the basis for formation and optimization of the system of estimation parameters.*

*Keywords: commercial processes, sales of the goods, servicing of the buyers, economic and social efficiency.*

Совершенствование деятельности торговых предприятий направлено на создание условий максимального благоприятствования для совершения покупок клиентами, упрощения и ускорения обслуживания при сохранении качественного уровня. Но не стоит забывать и о результативности деятельности самой торговой организации, которой для обеспечения дальнейшего развития требуются финансовые, трудовые и прочие ресурсы. Прибыль как конечный результат осуществления хозяйственной деятельности торгового предприятия служит основой будущего благополучия.

Для достижения общей прибыльности организации следует обратить серьезное внимание на оценку эффективности отдельных процессов и операций. Комплекс взаимосвязанных функций торгового предприятия по обслуживанию клиентов входит в состав коммерческих процессов.

Эффективность управления продажами следует оценивать как эффективность коммерческой деятельности в целом и эффективность отдельных коммерческих процессов. По нашему мнению, в систему показателей оценки эффективности управления технологическими процессами должны включаться следующие показатели (рисунок 1).

---

\* *Научный руководитель: Макарова Татьяна Николаевна, к.э.н., доцент; e-mail: tanya.mak2010@yandex.ru*



Рисунок 1 – Показатели экономической эффективности управления коммерческими процессами торгового предприятия

Наряду с часто применяемыми показателями товарооборота, издержек, прибыли и рентабельности, в условиях жесткой конкурентной борьбы применяется ряд дополнительных параметров. К ним относят показатели эффективности использования торговой и установочной площади, эффективность использования товарных групп в обороте, площади и прибыли магазина. Дополненный список оценочных критериев необходим для получения детальной картины деятельности предприятия, его отдельных элементов. Результаты такой оценки служат основанием для принятия решений об изменении структуры и состава предлагаемого ассортимента товаров, замены или оптимизации использования торгово-технологического и выставочного оборудования и т.д.

Зачастую для получения полной картины сложившейся ситуации инициируются маркетинговые исследования. Цель и задачи, направления исследований, методы сбора и анализа информации определяются руководством и/или специалистами торгового предприятия. Исследования могут проводиться собственными силами (при наличии кадров соответствующей квалификации) или с привлечением сторонних компетентных организаций.

Исследования должны носить систематический характер и опираться на намеренно отобранную информацию, а также осуществлять определенные процедуры обобщения, сбора, анализа и обработки данных и применять специально разработанные для целей анализа инструменты [12].

По результатам исследования формулируются основные выводы и предложения по стабилизации/улучшению ситуации, нивелированию влияния негативных факторов. Для разрешения рискованной/сложной ситуации требуется активное взаимодействие всего коллектива, командная работа.

Командная работа – новая стадия эволюции организации, в которой различные способности и таланты людей становятся востребованными. Именно благодаря слаженному внутрикомандному взаимодействию, общему командному интеллекту команды становятся

успешными. Главным условием командной работы является партнерство, т.к. работа командой имеет такие достоинства, как возможность объединения различных знаний и навыков для решения проблем; повышение ценности личного вклада каждого члена команды; возможность для членов команды учиться друг у друга; взаимная поддержка и взаимовыручка; возможность для членов команды вдохновлять и мотивировать друг друга; определенная степень независимости от администрации [14].

Оптимизация коммерческих операций невозможна без партнерских отношений между сотрудниками торгового предприятия. Как одной цепочкой связаны торговые и технологические операции внутри предприятия, так и в слаженном взаимодействии, дополнении усилий других сотрудников находится залог продуктивности общей работы торговой организации.

Система показателей для оценки экономической эффективности управления коммерческими процессами предприятия должна быть дополнена и уточнена с помощью параметров социальной эффективности (таблица 1).

Таблица 1 – Система критериев оценки эффективности управления процессами продажи товаров в розничной торговле

Коэффициенты (показатели)	Характеристика
<b>Экономическая эффективность</b>	
Коэффициент экспозиции - $K_3$	Дает возможность оценить полноту использования торгово-технологического оборудования путем сравнения с нормативами количества единиц товара на 1 м <sup>2</sup> по различным товарам
Эффективность использования торговой площади по товарообороту - $\mathcal{E}_{\text{то}}$	Показатель отражает отношение удельного веса товарной группы в товарообороте к удельному весу в торговой площади предприятия (промежуточный показатель)
Эффективность использования торговой площади по прибыли - $\mathcal{E}_{\text{п}}$	Показатель отражает отношение удельного веса товарной группы в прибыли к удельному весу в торговой площади предприятия (промежуточный показатель)
Экономическая эффективность использования торговой площади товарной группы магазина - $\mathcal{E}_{\text{топ}}$	Произведение коэффициентов эффективности использования торговой площади по товарообороту и эффективности использования торговой площади по прибыли.
<b>Социальная эффективность</b>	
Коэффициент использования экспозиционной площади - $K_3$	Оценивает эффективность использования торгово-технологического оборудования
Коэффициент широты и стабильности ассортимента товаров - $K_С$	Характеризует стабильность и полноту предлагаемого торговым предприятием ассортимента
Коэффициент внедрения современных форм обслуживания покупателей - $K_{СФ}$	Критерий показывает, насколько быстро внедряются в торговый процесс современные формы и методы торговли
Ритмичность поступления товаров - $\mathcal{C}_{\text{пт}}$	Характеризует процесс пополнения товаров, норматив – поступление товаров раз в месяц, исключение составляют быстропортящиеся изделия
Коэффициент, учитывающий затраты времени на обслуживание клиентов - $K_{\text{р}}$	Соотнесение времени на обслуживание клиента по нормативу к фактическому времени
Уровень качества обслуживания - $U_{\text{ко}}$	Доля удовлетворенных клиентов в общем числе посетителей торгового предприятия
Обобщающий показатель оценки эффективности управления качеством обслуживания - $\mathcal{C}_3$	Суммирование всех предшествующих социальных критериев

Коэффициенты использования площади для экспозиции товаров, широты и стабильности ассортимента товаров, внедрения современных форм обслуживания, ритмичность поступления товаров, качество обслуживания клиентов и время, затрачиваемое ими на ожида-

ние обслуживания, относятся к социальным в силу того, что оказывают непосредственное влияние на удовлетворенность/неудовлетворенность потребителей посещением конкретного торгового предприятия.

Своевременное поступление товаров в ассортименте, соответствующем спросу потребителей, создает предпосылки значительной уверенности клиентов в наличии необходимых им товаров и марок.

Сохранение качества обслуживания на высоком уровне, ускорение времени на обслуживание потребителей, применение современных форматов торговли способствуют высокой удовлетворенности клиентов торговых предприятий.

Таким образом, оценка эффективности торговых процессов должна проводиться по системе параметров и комплексных обобщающих коэффициентов. Такой подход позволяет анализировать общее состояние и отслеживать частные аспекты коммерческой деятельности.

Список источников:

1. Исследование и оценка факторов бизнес-среды: монография / под общ. ред. О.Е. Конобеевой. – Орел: ОрелГУЭТ, 2018. – С. 5-25.
2. Конобеева О.Е. Оценка факторов стратегического развития и выявление резервов эффективного управления предприятием / О.Е. Конобеева, Е.Е. Конобеева, Ю.П. Соболева // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2016. – №3. – С. 324-330.
3. Лебедева О.А. Механизмы выполнения оперативных процессов торговыми организациями / О.А. Лебедева, Т.Н. Макарова, Н.А. Скворцова // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – №1 (39). – С. 178-183.
4. Легостаева С.А. Лидерство, направленное на успех / С.А. Легостаева, Л.Л. Алехина, М.В. Фролова // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2015. – №1 (11). – С. 158-160.
5. Макарова Т.Н. Инновационная маркетинговая стратегия / Т.Н. Макарова, Н.Н. Долина // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2011. – №1 (3). – С. 226-229.
6. Макарова Т.Н. Обеспечение устойчивого развития предпринимательских структур в Российской Федерации / Т.Н. Макарова, Е.В. Ильюшина // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2017. – №3 (21). – С. 34-42.
7. Макарова Т.Н. Создание определенной атмосферы торгового зала с учетом основных приемов мерчандайзинга / Т.Н. Макарова, Е.А. Сотникова // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов. – 2011. – №3 (8). – С. 53-60.
8. Макарова Т.Н. Функционирование предприятий розничной торговой сети города / Т.Н. Макарова, Н.А. Скворцова // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2018. – №2 (26). – С. 29-34.
9. Макарова Т.Н. Функционирование розничных торговых сетей в конкурентном окружении // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2017. – №6. – С. 111-115.
10. Муругова Е.Е. Команда как инновационный ресурс развития организации: условия эффективного управления командой // Инновации в образовании. – 2010. – №10. – С. 18-26.
11. Нерушева Т.В. Управленческая деятельность современного руководителя: мировой опыт и российская практика / Т.В. Нерушева, Н.Н. Зайцева // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – №1 (31). – С. 101-105.
12. Соболева Ю.П. Теоретические основы маркетингового исследования рынка / Ю.П. Соболева, Т.Н. Макарова // Экономическая среда. – 2015. – №2 (12). – С. 29-39.
13. Сотникова Е.А. Инновации на потребительском рынке товаров и услуг / Е.А. Сотникова, О.А. Лебедева, Т.Н. Макарова // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – №3 (37). – С. 33-39.
14. Сусло Е.А. Организация и области применения командной работы / Е.А. Сусло, Т.Н. Макарова // Экономическая среда. – 2017. – №2 (20). – С. 70-75.

УДК 657.1(083.3)

**Маланичев А.А.**

## **РЕФОРМИРОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В СООТВЕТСТВИИ С ПРИНЦИПАМИ МСФО**

*Маланичев Алексей Артурович\**; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: fredson@li.ru

*В настоящее время российские стандарты бухгалтерского учёта значительно продвинулись в сближении с Международными стандартами бухгалтерского учёта, но важно отметить, что трансформация и адаптация к российским реалиям завершилась далеко не в полной мере – уйдёт не одно десятилетие, чтобы максимально эффективно внедрить и приспособить стандарты МСФО в России. Этот вопрос является наиболее важным для рассмотрения, так как при грамотном использовании настоящих стандартов предприятие не только повысит свой уровень доходности и снизит уровень расходов, но и увеличит прозрачность отчётности, что, в свою очередь, поспособствует максимальному анализу со стороны Центрального Банка Российской Федерации. Автор данной статьи рассматривает и анализирует процесс перестроения, метаморфозы стандартов настоящего российского бухгалтерского учёта в соответствии с принципами Международных стандартов отчётности. Обосновывается и аргументируется целесообразность проведения данного мероприятия. Выделены центральные направления, проводимые при осуществлении реформации, а также первоочередные цели и задачи. Описан процесс введения стандартов МСФО (IAS) в российскую систему учёта. Кроме того, названы возможные проблемы и трудности, которые могут произойти при трансформации.*

*Ключевые слова: реформация, бухгалтерский учёт, МСФО, РСБУ, совершенствование учёта, российские и международные стандарты учёта, анализ, унификация, классификация, ЦБ РФ.*

**Malanichev A.A.**

## **REFORMING OF ACCOUNTANCY IN ACCORDANCE WITH THE IFRS PRINCIPLES**

*Malanichev Alexey Arturovich*; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: fredson@li.ru

*Russian accounting standards now have considerably promoted in rapprochement with the international financial reporting standards, but it should be noted that transformation and adaptation to the Russian realities has not come to the end. More than a decade is necessary to introduce and adapt standards IFRS in Russia most effectively. This question is the most important for consideration as competently using this standards, the enterprise will raise not only the profitability level and lower the level of expenses, but will also increase the reporting transparency. It, in turn, promotes the maximum analysis from the Central Bank of the Russian Federation. The author of the article considers and analyzes the process of evolution and metamorphosis of the standards of the present Russian accountancy in accordance with the principles of International financial reporting standards. The expediency of carrying out of the action is substantiated. The central directions of reformation, and also the top-priority purposes and problems are singled out. The process of introduction of IFRS standards (IAS) in the Russian system of accountancy is described. Possible problems and difficulties which can occur at transformation are enumerated.*

*Keywords: reformation, book accountancy, IFRS, RAS, accountancy perfection, Russian and international accounting standards, analysis, unification, classification, the Central Bank of the Russian Federation.*

Трансформация российских стандартов бухгалтерского учёта и формирование его нормативной системы регулирования – чрезвычайно долгое мероприятие, обладающее глав-

---

\* *Научный руководитель: Шпортובה Татьяна Валерьевна, старший преподаватель; e-mail: shportovat@mail.ru*

ной задачей – повысить качество бухгалтерской информации и обеспечить гарантированный доступ к ней всевозможным группам пользователей, в том числе и инвесторов, сопоставляя отечественную систему бухгалтерского учёта с принципами и требованиями МСФО (Международные стандарты финансовой отчётности) [1].

Следует озвучить центральные направления трансформации российских стандартов:

- всестороннее развитие интернационального партнёрства;
- модернизация нормативно-правового регулирования;
- формирование улучшенной нормативной базы;
- обеспечение совместимости, непротиворечивости российской системы системе международных стандартов;
- регулирование финансового учёта;
- целесообразное применение международных стандартов в национальном регулировании;
- создание требуемого методического и квалифицированного профессионального обеспечения.

Кроме того, процедура реформации коснётся непростой задачи разделения учёта на три группы:

- финансовый, с целью демонстрации результатов вкладчикам;
- налоговый, с целью расчёта базы налогов;
- управленческий, с целью принятия решений по управлению.

Первоочерёдной целью реформирования будет создание наиболее оптимальных условий для осуществления функций, которые были возложены на настоящую систему бухгалтерского учёта. Стоит упомянуть, что внедрение процесса исправления и адаптации бухгалтерской отчетности в согласовании с Международными стандартами, пересмотра возможных методов оценивания имущества и обязательств, а кроме того формирование устройства публичности бухгалтерской отчетности является очень важной задачей при реформировании существующего учёта [2]. Главным компонентом реформирования должно являться создание совершенно новых, а также улучшение уже принятых стандартов бухгалтерского учёта, а также нахождения им практического применения. Не менее важным элементом реформирования должно быть создание системы профессиональной аттестации бухгалтеров и аудиторов, создание, введение и адаптация системы профессиональных этических норм и компетенции, кроме того реализация полного контроля за деятельностью бухгалтеров.

Важно озвучить, что внедрение МСФО неосуществимо без всестороннего сотрудничества со специализированными интернациональными организациями, из таких организаций можно выделить следующие:

- Международная федерация бухгалтеров;
- Совет по Международным стандартам финансовой отчётности;
- Конференция ООН по торговле и развитию;
- Всемирная торговая организация;
- Организация экономического сотрудничества и развития;
- Наблюдательный совет по ведению финансовой отчётности публичных компаний;
- Комитет по международным стандартам аудита и подтверждения достоверности информации.

Также стоит отметить тот факт, что значимая роль всей деятельности по всем направлениям реформации российского учёта отводится Институту профессиональных бухгалтеров РФ.

Из наиболее очевидных преимуществ МСФО можно выделить то, что внедрение их в российскую систему смогло бы сократить расходы различных компаний по подготовке отчётности, кроме того значительно уменьшить расходы по привлечению капитала. Если спрогнозировать последствия ввода МСФО, то можно увидеть положительный результат реформирования – значительное повышение количества инвестиций в РФ, это можно объяснить тем, что инвесторы смогут получать наиболее детальные и надёжные данные, необходимые

для оценивания перспектив для вероятных инвестиций. Из этого следует, что возможные риски, связанные с инвестированием, практически пропадут, что сделает капиталовложения гораздо дешевле [3].

Важно сделать акцент на том, что введение международных стандартов не только всесторонне поможет финансовой санации, которую проводит Центральный Банк России по отношению к различным банковским организациям путём увеличения достоверности финансовой отчётности и прозрачности организаций, но и окажет помощь в устранении дефектов и расхождений существующей системы учёта в России в согласовании с настоящими требованиями рыночной экономики. Реформирование существующего учёта даст возможность управленческому персоналу всевозможных организаций гораздо глубже взаимодействовать с последними, это в большей мере увеличит результативность управления компаниями и вероятность прибыльного партнёрства с контрагентами.

Отметим, что трансформация российского учёта не должна быть разовой, то есть изменение всей системы целиком в одно мгновение, напротив, это должен быть целесообразный, долгий, размеренный, адаптивный и целенаправленный переход. Смысл же подобного мероприятия состоит в том, что должны быть устранены все дефекты и недостатки, несоответствия и несовместимость РСБУ. Стоит помнить, что применение международных стандартов на территории России возможно, но только если учитывать специфику деятельности различных организаций, компаний и хозяйствующих субъектов в РФ. В противном же случае реформация окажет больше негативный эффект, чем положительный. Такое ответственное решение делается далеко не сразу.

Любое положение, входящее в состав Международных стандартов финансовой отчётности, принимается в 2 этапа. Сначала ведется подробный анализ настоящего документа с целью установления совместимости с существующей спецификой российской системы. При этом экспертиза проводится организацией, которая никак не связана с правительством России, она представляет интересы обширного круга пользователей и составителей финансовой отчётности. Следующий этап заключается в том, что Центробанк и федеральные органы исполнительной власти, которые были указаны в постановлении, выносят общее решение по данному вопросу. Далее настоящий указ формируется приказом Министерством финансов РФ, который по своей сути будет являться нормативным актом, следовательно, подлежит к обязательной регистрации в Министерстве юстиций РФ. Но, к примеру, если какой-либо стандарт не будет в достаточной мере отвечать требованиями их применимости, то Министерство финансов РФ будет вынуждено утвердить решение о неосуществимости такого стандарта МСФО на территории Российской Федерации либо же отдельных блоков данного стандарта. Также важно отметить тот факт, что разрешается и возможность поэтапного применения стандартов МСФО на территории России. На 1-ом этапе принятия стандарта допускается добровольное применение МСФО, но на 2-ом этапе оно является обязательным.

Глобальная реформация необходима, так как, взяв в пример те российские стандарты, которые были сформированы на основе международных стандартов финансовой отчётности, можно заметить, что в силу объективных причин содержат правила, которые уже давно устарели и подлежат реформации, так как достаточно пагубно влияют на существующее качество учётных данных. Можно взять в качестве примера положение «Учёт расчётов по налогу на прибыль». Оно сформировано на базе, запрещенной в системе международных стандартов, и разительно отличается от МСФО 12 «Налоги на прибыль» [4].

Исходя из общего положения и опираясь на совокупность всех ранее вышеперечисленных и упомянутых фактов, можно сказать: реформирование российского бухгалтерского учёта в согласовании с Международными стандартами финансовой отчётности даст возможность последующей эскалации настоящей экономики в Российской Федерации, увеличит допустимость улучшения сформировавшейся внутренней системы управления различными организационными структурами путём применения общего метода учёта для управления хозяйственной деятельностью, повысит конкурентоспособность последних путём увеличения

прозрачности данных для заинтересованных лиц и контрагентов. Данный переход будет очень длительным и трудоёмким, это потребует огромного количества не только усилий со стороны специализированных органов, ведущих контроль за бухгалтерским учётом, но и тщательной профессиональной подготовки исполнителей – финансистов, аудиторов, бухгалтеров и управляющих компаний. Понадобится не одно десятилетие, чтобы полноценно перейти на Международную систему финансовой отчетности.

Список источников:

1. Медведева И.А. Реформирование бухгалтерского учета в РФ в соответствии с МСФО // Символ науки. – 2016. – №5-1. – С. 155-156.
2. Лиманова Г.А. МСФО как инструмент реформирования бухгалтерского учёта и отчётности в России // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. – 2013. – №1 (39). – С. 160-162.
3. Гришкина С.Н. Проблемы реализации принципов МСФО в положениях по бухгалтерскому учёту (ПБУ) и в российской учётной практике // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. – 2012. – №6 (38). – С. 187-190.
4. Международные стандарты финансовой отчётности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/?oldid=95652931> (дата обращения: 17.10.2018).
5. Богомолова М.Б., Ерохина Е.В. Сравнительный анализ подходов к формированию бухгалтерской отчетности составленной по МСФО и РСБУ (бухгалтерский баланс и отчет о финансовых результатах) // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2016. – № 4. – С. 203-206.
6. Гребнева М.Е., Овчинникова О.А. Оценка и переоценка нематериальных активов в соответствии с МСФО // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – № 3 (33). – С. 73-76.
7. Лазаренко А.Л., Думнова Н.А., Подрезенко Е.В. Корпоративная отчетность как инструмент повышения эффективности деятельности компании // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – № 1 (35). – С. 11-14.
8. Фролова Л.О. Особенности формирования промежуточной бухгалтерской отчетности // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2016. – № 2 (14). – С. 38-43.

УДК 338.5:330.123.4/5

Денина А.Р.

**ИНДЕКС ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ЦЕН:  
НЕОБХОДИМОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ РАСЧЕТА**

*Денина Александра Романовна\**; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: [golokdim@mail.ru](mailto:golokdim@mail.ru)

*Независимые производители, работающие на рынке, обязаны учитывать важнейший аспект существования и благополучия предприятия. Этот аспект касается размера и оправданности цены товара. Цена влияет на многие важные параметры, характеризующие количественные и качественные показатели деятельности компании: рентабельность, оборачиваемость, доля рынка, имидж и прибыльность компании. Это важная составляющая финансовой стабильности компании и мощное оружие в борьбе с конкурентами. Цена относится к одной из самых сложных и важных частей управления бизнесом. Из-за неправильного ценового решения могут не только ухудшиться показатели финансово-экономической деятельности, но и выйти за допустимые пределы, что в дальнейшем спровоцирует возможность банкротства.*

\* Научный руководитель: Голоктионова Юлия Геннадьевна, к.э.н., доцент; e-mail: [golokdim@mail.ru](mailto:golokdim@mail.ru)

*Ключевые слова: ценообразование, индекс потребительских цен, индекс цен производителей промышленных товаров, инфляция, динамика цен.*

**Denina A.R.**

## **CONSUMER PRICE INDEX: NECESSITY AND FEATURES OF CALCULATION**

*Denina Alexandra Romanovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: golokdim@mail.ru*

*Independent manufacturers working in the market must consider the major aspect of existence and well-being of the enterprise. This aspect refers to the size and correctness of the price of the goods. Price influences many important indicators characterizing quantitative and qualitative indicators of the company activity: profitability, turnover, market share, image and profitableness of the company. It is an important component of the company financial stability and powerful weapon in the struggle against competitors. The price concerns one of the most difficult and important parts of business management. Because of the wrong price decision indicators of financial and economic activity can not only worsen, but also exceed the admissible bounds that can lead to bankruptcy.*

*Keywords: pricing, consumer price index, manufacturers price index, industrial goods, inflation, prices dynamics.*

Цена в рыночной экономике является основным экономическим параметром, который характеризует деятельность компании. Поэтому главной проблемой является обоснованность и адекватность ценовой политики компании. Цена является наиболее гибким и важнейшим инструментом коммерческой деятельности предприятия, конечный результат которого во многом зависит от способности правильно строить ценовую политику.

С помощью цены предприятия измеряют стоимость труда и результаты производственного процесса, стимулируют рост и расширение деятельности, а также улучшают структуру производства и распределение ресурсов. Цена является эффективным инструментом для управления бизнесом, основным инструментом финансирования [5].

Цена – это денежное выражение значимости товара, услуги, фактора производства. Для покупателя цена является «финансовой жертвой». Покупатель всегда сравнивает эту «жертву» с его представлением о полезности товара и приобретает его в основном тогда, когда, по его мнению, полезность товара, выраженная в денежном выражении, больше, чем его цена. Цена продавца – это награда за его работу. Цена является важным показателем, влияющим на его доход, прибыль, рентабельность. Именно они определяют структуру производства, оказывают решающее воздействие на движение материальных потоков, распределение товарной массы, уровень доходности предприятия. Поэтому выбор ценовой политики, правильная методика установления цены, последовательная реализация глубоко обоснованной ценовой стратегии составляют необходимые компоненты успешной деятельности любого предприятия в жестких рыночных отношениях [3]. Значимость цены для предприятия состоит в обеспечении прибыли, поэтому ценовая политика должна быть хорошо обоснована и продумана.

Экономические аспекты рыночной экономики и динамика цен рассматриваются с помощью таких показателей, как уровень и индекс цен. Оценка уровня цен является первым этапом статистической оценки. Уровень цен - это общий показатель, характеризующий ценовую ситуацию за определенный период в конкретной области [7].

Взаимосвязь цен в одной системе в основном связана с двумя важными обстоятельствами: все цены формируются на единой правовой и методической основе, а также на основе законов стоимости, спроса и предложения; все предприятия и отрасли экономики образуют единый хозяйственный комплекс.

Тесная взаимосвязь между ценой, экономической системой и окружающей средой приводит рынок в действие. Основу этой среды составляет производство, предприятия различных форм собственности, конкуренция, т.е. основные элементы рыночной экономики. Система ценообразования состоит из различных видов цен, что дает возможность их классификации внутри системы в соответствии с особенностями экономического сектора [8].

Роль цены проявляется через функции. Цена имеет пять основных функций: измерительную, учетную, ориентирующую, стимулирующую и распределительную.

Функция измерения позволяет определить сумму денег, которую покупатель должен заплатить за товар. Кроме того, цена может быть использована для сравнения стоимости различных товаров. Функция учета дает возможность рассчитать стоимость таких показателей, как ВВП, народный доход, объем производства и т.д. Благодаря внедрению функции учета можно получить экономическую информацию для всестороннего анализа и прогнозирования показателей. Функция регулирования заключается во влиянии цены на экономические процессы за счет обеспечения баланса спроса и предложения. Стимулирующая функция проявляется в создании альтернативных вариантов для принятия решений экономического характера через механизм ценообразования. Стимулирование рациональности спроса проявляется в том, что при выборе одного и того же товара с разными ценами потребитель выбирает товар по самым низким ценам. Сущность функции распределения состоит в том, что цена содержит элементы, которые распределяются в виде доходов между субъектами рыночной экономики [1].

Для анализа и регулирования экономических процессов в фирме, наряду с наблюдениями за изменением цен на определенные виды товаров, необходимо обобщить показатели ценовых уровней для различных продуктов [9]. Ценовые индексы могут играть важную роль в стабилизации и эффективном развитии экономики.

Индекс потребительских цен (ИПЦ) измеряет отношение стоимости фиксированного набора товаров и услуг в текущем периоде к его стоимости в базисном периоде и характеризует изменение во времени общего уровня цен на товары и услуги, приобретаемые населением для непроизводственного потребления. Индекс потребительских цен является важнейшим показателем, характеризующим уровень инфляции, и используется для целей государственной политики, анализа и прогноза ценовых процессов в экономике, пересмотра минимальных социальных гарантий, решения правовых споров, а также при пересчете ряда показателей системы национальных счетов текущих цен в постоянные цены [6]. Прожиточный минимум определяется гарантиями государства в области заработной платы и социальных выплат. Расчет ИПЦ производится путем объединения двух информационных потоков: данных об изменении цен, полученных методом регистрации цен и тарифов на потребительском рынке; данных о структуре фактических потребительских расходов населения за предыдущий год.

Потребительский набор, на основании которого рассчитывается ИПЦ, представляет собой единую для всех регионов Российской Федерации выборку групп товаров и услуг, наиболее часто потребляемых населением. В набор товаров и услуг, разработанный для наблюдения за ценами, включены товары и услуги массового потребительского спроса. Отбор позиций произведен с учетом их значимости для потребления населения, представительности с точки зрения отражения динамики цен на однородные товары, устойчивого наличия их в продаже [2].

Рассмотрим базовую структуру потребительских расходов населения, используемую для расчета индекса потребительских цен в 2018 г. (рисунок 1). Исходной информацией для расчета ИПЦ являются данные регистрации цен на конкретные товары и услуги. На их основе определяются средние сопоставимые цены отчетного и предыдущего периодов. Сопоставимой считается цена, зарегистрированная в одной и той же организации торговли (сферы

услуг) на один и тот же или аналогичный по качеству товар (услугу).

Для расчета индекса потребительских цен используются данные о расходах населения на приобретение продовольственных, непродовольственных товаров и на услуги. При этом доля расходов на продовольственные товары приблизительно одинаковая в 2018 г. На приобретение продовольственных товаров направляется 37,46%, непродовольственных – 35,23%. На долю расходов, направляемых на приобретение услуг, несколько ниже. В 2018 г. она составляет 27,31%.

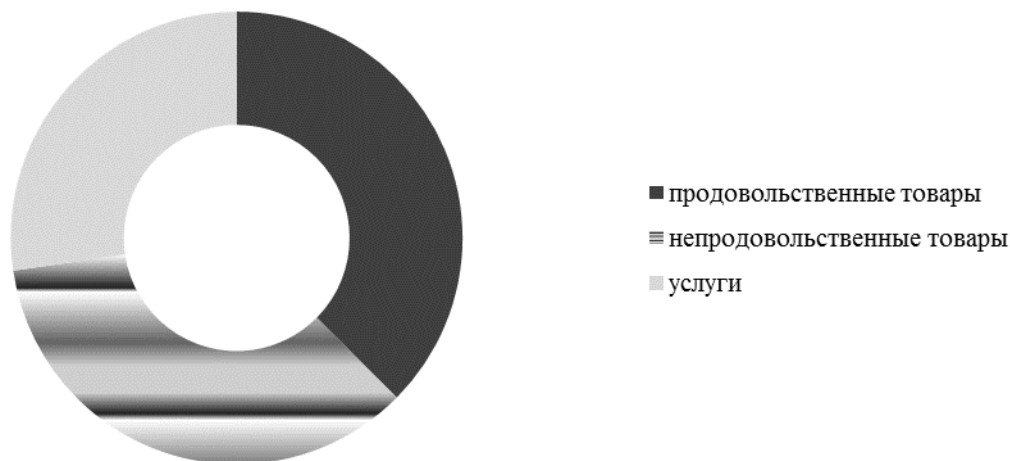


Рисунок 1 – Структура потребительских расходов населения для расчета индекса потребительских цен в 2018 году

Следует отметить, что за период 2014-2018 гг. данная структура несколько изменилась (рисунок 2).

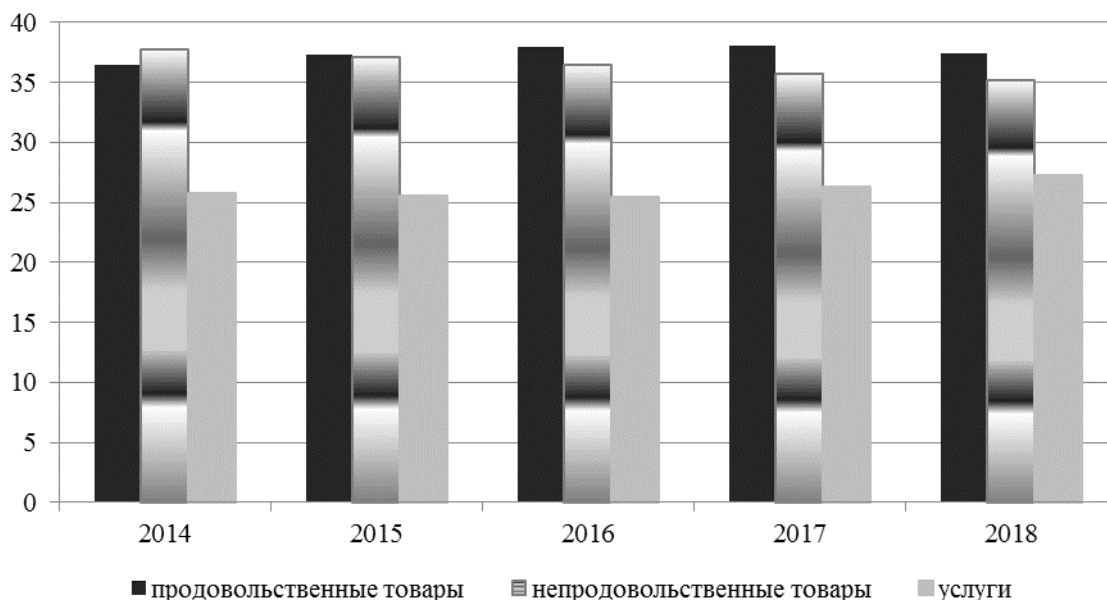


Рисунок 2 – Структура потребительских расходов населения для расчета ИПЦ в 2014-2018 гг.

На протяжении рассматриваемых пяти лет наблюдается постоянное повышение доли расходов на услуги (с 25,78% до 27,31%). В анализируемом периоде значительно возрастает

доля затрат на бытовые и коммунальные услуги [10]. Снижение наблюдается по услугам на образование, на услуги пассажирского транспорта.

Также постоянно возрастает доля расходов на приобретение продовольственных товаров (с 36,51% до 37,46%). Наиболее существенно увеличилась доля затрат на приобретение рыбных продуктов, молока и молочной продукции, чая, кофе и какао. По некоторым группам продовольственных товаров наблюдается снижение доли расходов в общем индексе потребительских цен. Это расходы на приобретение яиц, сахара, хлебобулочных изделий [11]. Можно отметить, что структура расходов на продовольственные товары становится более оптимальной в 2018 г.

На фоне роста доли расходов на приобретение продовольственных товаров и услуг за анализируемый период происходит снижение доли затрат на непродовольственные товары (с 37,71% до 35,23%). Наибольшая доля затрат приходится на приобретение одежды и белья. При этом за последние пять лет она снизилась с 5,27% до 4,84%. Также снижение наблюдается по таким видам расходов, как приобретение меховых изделий, печатных изданий, строительных материалов и автомобилей. Однако значительный рост доли расходов в ИПЦ приходится на долю бензина автомобильного.

Таким образом, изучение структуры потребительских расходов населения, используемых для расчета индекса потребительских цен, необходимо для оценки динамики цен и рыночной конъюнктуры [4]. Проведенные исследования показали, что в структуре ИПЦ происходят определенные изменения. Экономическая ситуация, сложившаяся в РФ, приводит к снижению доли расходов на непродовольственные товары. Это может являться попыткой сдерживать показатели роста цен за счет товарной дифференциации при расчете ИПЦ.

#### Список источников:

1. Арманшина Г.Р. Территориально-отраслевой анализ валового регионального продукта ЦФО РФ // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2018. – №7. – С.13-19.
2. Голоктионова Ю.Г. Ценообразование. Краткий курс лекций [Электронный ресурс] / Ю.Г. Голоктионова, Е.А. Комиссарова, Н.В. Лисичкина. – Орел: ОрелГУЭТ, 2016. – 48 с.
3. Захаркина Н.В., Паршутина И.Г. Инвестиции и качество жизни населения: региональный аспект // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2017. – № 6. – С. 28-33.
4. Илюхина И.Б. Влияние конъюнктуры мирового нефтяного рынка на экономическое развитие России / И.Б. Илюхина, С.А. Ильминская, М.В. Матвеева // Экономическая среда. – 2017. – №1 (19). – С. 116-120.
5. Крылова А.В. Анализ динамики индекса потребительских цен в Российской Федерации // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – № 2 (40). – С. 20-23.
6. Кунцман М.В. Проблемы методологии расчета индекса потребительских цен / М.В. Кунцман, А.А. Султыгова, А.В. Милешкина // Автомобиль. Дорога. Инфраструктура. – 2016. – №4 (10). – С. 13.
7. Минаев Р.М. Анализ индексов потребительских цен в Российской Федерации // Новая наука: Современное состояние и пути развития. – 2016. – №11-3. – С. 131-133.
8. Рашитова О.Б. Анализ динамики индекса потребительских цен в Российской Федерации / О.Б. Рашитова, Р.Б. Абдуллина, Г.З. Альтдинова и др. // Вектор экономики. – 2018. – №3 (21). – С. 15.
9. Савелова Д.С. Факторы, влияющие на динамику и уровень цен / Д.С.Савелова, И.А. Филиппова // Научный альманах. – 2018. – №4-1 (42). – С. 99-101.
10. Социальное положение и уровень жизни населения России. 2017: стат.сб. – М.: Росстат, 2017. – 332 с.
11. Цены в России. 2018: стат. сб. – М.: Росстат, 2018. – 142 с.

## **МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ**

УДК 621.395:004.1

Русев Е.

### **ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ IP-ТЕЛЕФОНИИ ДЛЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА: ПРЕИМУЩЕСТВА, НЕДОСТАТКИ, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

*Русев Евгений\**; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: ms.jeka@mail.ru

*В статье рассмотрено применение технологии VoIP для малого и среднего бизнеса. Отмечены преимущества VoIP по сравнению с классическими АТС. Описаны основные протоколы, которые используются VoIP, их основные объекты и компоненты. Отдельное внимание уделено преимуществам использования VoIP для малого и среднего бизнеса в условиях снижения покупательской способности потребителей. Наряду с преимуществами указаны недостатки VoIP и сделаны выводы о перспективах развития технологии.*

*Ключевые слова:* IP-телефония, VoIP, VoIP-протоколы, качество связи, коммуникация, каналы общения.

Rusev E.

### **IP-TELEPHONY TECHNOLOGY FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESS: ADVANTAGES, DISADVANTAGES AND DEVELOPMENT PROSPECTS**

*Rusev Eugene*; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: ms.jeka@mail.ru

*Use of VoIP technology for small and medium-sized business is considered in the article. VoIP advantages in comparison with classical automatic telephone exchanges are described. The basic protocols which VoIP uses are described and their basic objects and components are also considered. Special attention is paid to the advantages of VoIP use for small and medium-sized business under conditions of decrease in purchase ability of consumers. Along with the advantages VoIP disadvantages are considered and conclusions are made about the development prospects of the technology.*

*Keywords:* IP-telephony, VoIP, VoIP protocols, communication quality, communication, communication channels.

Одной из основных задач IT-службы предприятия является обеспечение постоянной бесперебойной высококачественной коммуникации между ее сотрудниками. Так, официальным каналом общения на предприятии является почта как виртуальная, так и реальная для письменного общения и телефония для устного общения. В современных IT-инфраструктурах предприятий с каждым днем все реже можно встретить так называемые «legacy» (традиционные) АТС. Это в первую очередь объясняется тем, что современные технологии не стоят на месте, а применение самых передовых технологий становится все более доступным. В этой статье мы рассмотрим применение VoIP для малого и среднего бизнеса, достоинства и недостатки технологии, а также перспективы ее развития.

VoIP-технология (Voice over IP) – технология передачи голоса поверх протокола IP, иными словами IP-телефония – это и есть VoIP. Под IP-телефонией подразумевается набор

---

\* *Научный руководитель: Смагина Ирина Валерьевна, к.э.н., доцент; e-mail: irina-smag@yandex.ru*

коммуникационных протоколов, технологий и методов, обеспечивающих традиционные для телефонии набор номера, дозвон и двустороннее голосовое общение, а также видеообщение по сети Интернет или любым другим IP-сетям. Протоколы обеспечивают регистрацию клиентского устройства (шлюз, терминал или IP-телефон) на сервере, вызов и/или переадресацию вызова, установление голосового или видеосоединения, передачу имени и/или номера абонента. Сигнал по каналу связи передаётся в цифровом виде и, как правило, перед передачей преобразовывается (сжимается) для того, чтобы удалить избыточность информации и снизить нагрузку на сеть передачи данных.

Говоря о технологии VoIP, необходимо рассмотреть основные протоколы, которые используются для реализации данной технологии. На данный момент существует несколько стандартизованных протоколов, на базе которых строятся системы IP-телефонии. Рассмотрим некоторые из них более подробно. Важным протоколом является протокол H.323.

К числу объектов стандарта H.323 относятся:

Терминал (Terminal) – конечное H.323-устройство пользователя. Может быть как аппаратным (телефонный аппарат), так и программным (приложение на компьютере). Терминалам могут назначаться один или несколько псевдонимов (номера телефонов, названия).

Шлюз (Gateway) – устройство, предназначенное для сопряжения разнородных сетей. Так, рекомендации ITU-T содержат информацию по сопряжению H.323-устройств с устройствами сетей ISDN, ATM и ТФОП.

Устройство управления конференциями (Multipoint Control Unit – MCU). Предназначено для ситуаций, когда необходимо организовать конференцию с числом участников более трех. Оно координирует передачу управляющей информации между участниками конференций.

Привратник (GateKeeper) – основной управляющий элемент сети H.323, координирующий и контролирующей работу всех ее устройств.

Другим важным протоколом является SIP-протокол, который представляет собой протокол для сигнализации и управления мультимедийными сеансами связи. Наиболее распространённые области применения в интернет-телефонии – для передачи голоса и осуществления видеозвонков, а также обмена мгновенными сообщениями по сетям IP (Internet Protocol). Он используется для создания, изменения и разрыва «сессий» между одним или несколькими участниками. Понятие «сессии» в протоколе SIP достаточно широкое. Под «сессией» могут подразумеваться не только телефонные звонки, но и передача данных, конференции, децентрализованные игры и т.д. SIP регламентирует только процедуру установки соединения между устройствами, поэтому обычно, наряду с SIP, используется протокол передачи информации. В случае IP-телефонии в качестве таких протоколов выступают RTP и SDP.

Рассмотрев принципы работы VoIP, определим основные причины перехода от традиционных АТС на IP-телефонию.

1. В рамках технологии VoIP телефонный звонок идет через интернет, а не через телефонную сеть, построенную оператором связи. Вы можете позвонить бесплатно сотруднику, который находится в другой стране, если он подключен к вашей IP – АТС (например, через программный телефон на его мобильном). Звонки на мобильные номера получаются также дешевле, поскольку большую часть пути до вызываемого абонента звонок идет через интернет, и только в конце переходит к поставщику телефонных услуг для терминации звонка.

2. Пользователи традиционных АТС привыкли, что для проверки голосовой почты нужно набрать определенный номер, прослушать сообщение и удалить его. С VoIP-технологиями голосовое сообщение будет приходиться вложением на ваш адрес электронной почты, причем есть возможность распознать его содержимое и прислать его в качестве текста.

3. Упрощение работы с факсами. В IP-телефонии факс будет приходиться на адрес электронной почты с указанием того, кто его прислал, когда и во сколько. Такой функционал позволяет избежать лишних затрат на факсимильные аппараты.

4. Возможность использования сервисов самообслуживания, которая позволяет пользоваться умными IVR (Interactive Voice Response) – системами голосового меню, в котором

клиент сможет сам найти ответ на свой вопрос.

Рассмотрим преимущества использования VoIP-технологии для малого и среднего бизнеса. В условиях снижения покупательской способности и перенасыщенности рынка товарами и услугами каждая компания стремится минимизировать расходы с целью повышения маржинальности своего продукта. В таком разрезе применение IP-телефонии – идеальное решение, так как основное преимущество ее использования - это экономия. По данным многочисленных исследований, внедрение IP-телефонии позволяет уменьшить расходы на связь от 50 до 75%. Это обусловлено тем, что IP-телефония работает немного иначе, чем обычная старая телефонная связь. Компании не нужно приобретать огромное количество дополнительного оборудования, протягивать кабели, отводить отдельное помещение под громоздкую телефонную станцию и т.п. Так как мы говорим об использовании IP-телефонии для малого и среднего бизнеса, где штат образован относительно небольшим количеством людей, то для организации связи подойдет небольшой сервер, который может работать на обычном компьютере. В качестве станций можно использовать как стационарные телефоны, так и мобильные телефоны или даже программу на компьютере. Такое преимущество очень удобно: если появляется новый сотрудник, его можно оперативно подключить к общей сети.

Основные преимущества VoIP-технологии отражены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Преимущества VoIP-технологии перед классическими АТС

Как уже говорилось ранее, основное и немаловажное преимущество IP-телефонии – это экономичность. Практически все компании работают со своими клиентами по телефону и вынуждены закладывать в бюджет средства на телефонную связь. Конечно, последнее время на рынке появляется огромное количество «выгодных» коммерческих предложений для корпоративных клиентов, но ни одно из них не сравнится с экономией от использования IP-телефонии.

Другим немаловажным преимуществом является качество связи. Использование современной телефонной системы позволит избежать проблем с качеством звука и даст уверенность, что никакой сбой не мешает работе.

IP-телефония позволит подстроиться под любую задачу для вашего бизнеса. Ее можно успешно интегрировать с используемой CRM и сразу получать в ней карточку клиента, управлять и принимать вызовы, хранить записи звонков и быть уверенным, что у вас не затеряется ни один клиент.

Еще одним скрытым, но важным преимуществом является уменьшение времени обработки звонка. Среднее время обработки звонка при использовании аналоговой телефонии – 1 минута 30 секунд, в то время как среднее время обработки звонка в IP-телефонии – 40 секунд. Такая существенная разница позволяет уменьшить «бесполезное время ожидания», что особенно важно в работе тех людей, которые регулярно совершают звонки (например, сотрудники call-центров).

Преимущества использования такой технологии очевидны, так как они напрямую связаны с затратами предприятия. Однако у каждой технологии есть свои недостатки, уязвимости и ограничения, и VoIP не исключение.

Одна из проблем – проблемы с NAT. NAT (от англ. Network Address Translation – «преобразование сетевых адресов») – это механизм в сетях TCP/IP, позволяющий преобразовывать IP-адреса транзитных пакетов. Чтобы позволить устройству с приватным IPv4-адресом обращаться к устройствам и ресурсам за пределами локальной сети, приватный адрес сначала должен быть переведен на общедоступный публичный адрес. И вот как раз NAT переводит приватные адреса в общедоступные. Это позволяет устройству с частным адресом IPv4 обращаться к ресурсам за пределами его частной сети. NAT в сочетании с частными адресами IPv4 оказался полезным методом сохранения общедоступных IPv4-адресов. Один общедоступный IPv4-адрес может быть использован сотнями, даже тысячами устройств, каждый из которых имеет частный IPv4-адрес. NAT имеет дополнительное преимущество, заключающееся в добавлении степени конфиденциальности и безопасности в сеть, поскольку он скрывает внутренние IPv4-адреса из внешних сетей. Маршрутизаторы с поддержкой NAT могут быть настроены с одним или несколькими действительными общедоступными IPv4-адресами. Эти общедоступные адреса называются пулом NAT. Когда устройство из внутренней сети отправляет трафик из сети наружу, то маршрутизатор с поддержкой NAT переводит внутренний IPv4-адрес устройства на общедоступный адрес из пула NAT. Для внешних устройств весь трафик, входящий и выходящий из сети, выглядит имеющим общедоступный IPv4-адрес. Маршрутизатор NAT обычно работает на границе Stub-сети. Stub-сеть – это тупиковая сеть, которая имеет одно соединение с соседней сетью, один вход и выход из сети. Когда устройство внутри Stub-сети хочет связываться с устройством за пределами своей сети, пакет пересылается пограничному маршрутизатору, и он выполняет NAT-процесс, переводя внутренний частный адрес устройства на публичный, внешний, маршрутизируемый адрес. Сигнальные протоколы SIP и H.323 работают, обмениваясь сообщениями с сервером IP-телефонии. Пользователь, который совершает звонок, и пользователь, который принимает его, могут находиться в разных сетях за NATирующими устройствами. Несмотря на это, VoIP-трафик может дойти до сервера и пользователи услышат звонок, после того как параметры вызова будут полностью согласованы. Как только пользователь, принимающий звонок, поднимет трубку, в дело вступает медиапротокол RTP, который будет отправлять пакеты на внутренний адрес удаленного телефона (так как именно внутренний адрес будет указан в предшествующих SIP/H.323 заголовках), вместо того чтобы отправлять их на правильный NATируемый адрес. Но даже если RTP-пакеты будут отправляться на правильный NATируемый IP-адрес, большинство межсетевых экранов, особенно без соответствующей настройки, будут выкидывать такие пакеты. Поэтому, если принято решение о внедрении IP-телефонии и в компании есть удаленные сотрудники или филиалы, необходимо разбираться в теории NAT и правильно настраивать Firewall.

Другая проблема – возможные сложности с качеством связи. Сети с коммутацией каналов (ТФоП) гарантируют отличное качество передаваемой аудиоинформации, поскольку не делят среду передачи с другими сервисами. IP-телефония, как правило, пересекается с другим пользовательским трафиком, таким как почта и интернет. Поэтому, чтобы достичь такого же хорошего качества голоса при использовании IP-телефонии, зачастую приходится правильно настраивать приоритизацию трафика или даже обновлять имеющуюся инфраструктуру.

Еще одним негативным аспектом является отсутствие возможности определения местоположения звонящего. В случае с сетями с коммутацией каналов информация о местоположении абонента записывается всего раз при непосредственном предоставлении абоненту сервиса и изменяется только в том случае, если он перемещается, при этом номер за ним сохраняется. В случае с сетями подвижной сотовой связи информация о местоположении абонента может быть определена при помощи метода триангуляции по имеющимся координатам базовых станций (мобильных вышек) или при помощи GPS-координат, которые сообщает мобильный телефон абонента. В сетях VoIP нет простого способа определения местоположения звонящего, чем очень часто пользуются мошенники, вымогатели и другие сомнительные личности. Кто-то может подумать, что это и хорошо: зачем кому-то давать возможность узнать Ваше местоположение? Но подумайте о безопасности своей и своих сотрудников. В случае звонка на номер экстренных служб в чрезвычайной ситуации, они также не смогут определить где находится звонящий, а это может стоить кому-то жизни.

Рассмотрев преимуществ и недостатки, необходимо поговорить о перспективах развития технологии. Как и в любой информационной системе, здесь речь идет в первую очередь об улучшении безопасности. Если раньше, выбирая, на чём строить офисную телефонию, заказчиков больше всего волновали вопросы стоимости и надёжности, то в связи с нынешним положением вопросы защиты и безопасности всё чаще начинают преобладать. Хотя IP-телефония имеет массу преимуществ по сравнению с системами традиционной телефонии, её намного легче взломать. В случае с традиционной системой PSTN злоумышленник должен получить физический доступ к среде передачи или системам, которые задействованы в обмене голосовой информацией. IP-телефония – это, прежде всего, сеть с коммутацией пакетов, которые передаются наряду с другими корпоративными сервисами: интернетом, почтой и другими. Если эта сеть недостаточно защищена, то злоумышленнику даже не обязательно находиться в одной стране с системой IP-телефонии, чтобы получить доступ к критичным данным, украсть их или модифицировать.

Вот почему необходимо обеспечивать многоуровневую защиту систем корпоративной IP-телефонии. Недостаточно просто поставить стойкий пароль к интерфейсу управления. Это должен быть чёткий набор определённых мер, применяемых в комплексе, – межсетевое экранирование, антивирусная защита, регулярные обновления программного обеспечения, шифрование передаваемых данных и другое.

Отдельно следует уделить внимание повышению осведомлённости своих сотрудников об атаках из разряда социальной инженерии. Одним из наиболее распространённых векторов атаки данного типа на сегодняшний день является «фишинг». Суть его заключается в том, что злоумышленник рассылает письма с вредоносными вложениями в надежде на то, что человек откроет это вложение и тем самым загрузит его на свой компьютер. Защититься от таких атак можно сразу на нескольких уровнях:

1. Межсетевой экран, на котором адрес отправителя фишинговых писем должен быть заблокирован. Автоматизировать процесс получения актуального списка адресов активных отправителей для блокировки на МСЭ можно с помощью решений Threat Intelligence. Существуют как платные решения от таких компаний, как Anomali, ThreatConnect или EclecticIQ, так и бесплатные OpenSource, например, YETI и MISP.

2. Решение для защиты почтового сервера, которое проверяет все письма на предмет подозрительных вложений, адреса отправителя, блокирует спам. Примерами таких решений является Kaspersky Security для почтовых серверов, AVG Email Server Edition для ME, McAfee Security for Email Servers. Кстати, в этом случае также можно автоматизировать процесс блокировки с помощью решений TI.

3. Антивирусное ПО для защиты конечных устройств, которое заблокирует опасное вложение, если всё-таки вредонос сможет пролезть через МСЭ и почтовый сервер. Для этого подойдёт Kaspersky Endpoint Security, Norton, Trend Micro и другие.

Отдельное внимание стоит уделить безопасности облачных систем. Сейчас уже слож-

но обозначить чёткие границы офисной сети. С распространением облачных решений, распределённых сетей VPN и всеобщей виртуализации корпоративная сеть уже перестала иметь чёткую географическую привязку.

Аналогично обстоят дела и в сфере VoIP. Каждый крупный провайдер IP-телефонии имеет в своем наборе услуг облачную АТС, которая настраивается в считанные минуты и способна обеспечить телефонией компанию любого размера и неважно, где территориально она расположена. Облачная или виртуальная АТС – это очень удобное решение, которое привлекает заказчиков тем, что не надо держать лишние сервера в здании и обслуживать их. Вместо этого можно просто арендовать необходимые серверные мощности или сервис телефонии. Однако с точки зрения информационной безопасности, облачные АТС – это идеальная цель для хакерских атак, потому что, как правило, аккаунты для доступа к настройкам АТС находятся в открытом доступе. Если владелец аккаунта не озаботится созданием стойкого пароля, то он рискует оплатить немаленький счёт за телефонные разговоры злоумышленника или предоставить доступ к записям разговоров своих сотрудников. В этой связи при выборе провайдера следует также проверить, обеспечивает ли он дополнительные мероприятия по защите целостности и конфиденциальности данных, используется шифрование при подключении к аккаунту с настройками облачной АТС, шифруются ли данные при их транспортировке.

Другим, наиболее распространённым методом защиты корпоративной инфраструктуры является организация защищённой сети VPN, когда подключение извне осуществляется по зашифрованному каналу, а данные внутри сети передаются в незашифрованном виде. Это относится и к голосовому трафику. Однако тенденции развития информационных технологий указывают на то, что в недалёком будущем голосовая информация также будет подвергаться шифрованию. Большинство VoIP-вендоров уже давно имплементируют в своих решениях поддержку таких протоколов, как SIP/TLS, SRTP, ZRTP и др., стимулируя пользователей применять ещё один уровень защиты. Например, большинство IP-телефонов и решений видеоконференцсвязи от компании Cisco, а также системы CUCM, CUBE, Cisco SBC, UCCS и др. поддерживают TLS 1.2 и SRTP. Самое распространённое Open Source решение IP-АТС Asterisk имеет поддержку защищённых протоколов передачи медиатрафика начиная с версии 1.8. В программной Windows-based АТС 3CX версии V15 поддержка SRTP включена по умолчанию.

VoIP-решения зачастую очень тесно интегрируются с другими корпоративными системами, такими как CRM, ERP, CMS, не говоря уже о таких каналах бизнес-коммуникаций, как e-mail, обмен мгновенными сообщениями (чат) и социальные сети, формируя в совокупности концепцию UC (Unified Communications). Потенциальные преимущества, которые несёт данная концепция, очень привлекательны, но вместе с тем создаётся множество точек, уязвимых к возможному взлому. Недостаточный уровень защиты одной из них может быть угрозой всей корпоративной сети. Поэтому разработчики, несомненно, будут усиливать безопасность каналов интеграции данных систем.

Можно также ожидать интеграцию систем корпоративной телефонии в такие средства защиты, как DLP (средства защиты от утечек), адаптации метрик VoIP в SIEM-системах (система управления информацией и событиями безопасности), а также появление унифицированных репутационных баз (Threat Intelligence) со списками потенциально опасных номеров или других индикаторов компрометации, относящихся к VoIP, которые будут автоматически блокироваться имеющимися средствами защиты.

Список источников:

1. IP-телефония [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/IP-телефония>.
2. Атаки на VoIP: кому это выгодно? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wiki.merionet.ru/ip-telephoniya/67/ataki-na-voip-komu-eto-vygodno/>.
3. Взаимодействие клиентов SIP [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://habr.com/post/188352/>.

4. Гольдштейн Б.С, Пинчук А.В., Суховицкий А.Л. IP-телефония. – М.: Радио и связь, 2001. – 336 с.
5. Защита VoIP сетей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://habr.com/company/audiocodes/blog/270739/>.
6. Гольдштейн А.Б. Основы IP-телефонии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://iks.sut.ru/lectures/agold/>.
7. Мегеллен Д.В., Мадсен Л., Джаред С. Asterisk: будущее телефонии. - Пер. с англ. – СПб: Символ-Плюс, 2009. – 656 с.
8. Основы IP-телефонии, базовые принципы, термины и протоколы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://habr.com/post/183152/>.
9. Райт А. IP-телефония – немного теории, немного практики, немного экономики // Компас. – 2002. – №3. – с. 14-15.
10. Дмитриев Е.Е. Сокращение расходов организации путем внедрения инновационных информационных технологий // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2016. – № 3 (15). – С. 149-156.
11. Матрохина К.В. Разработка средств защиты информации в системах корпоративной мобильной VOIP связи // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2017. – № 7. – С. 13-16.

**УДК 657.6:004.1**

**Сергеева И.И., Перелыгина Т.В.**

### **УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ КАК ИНСТРУМЕНТ РАСШИРЕНИЯ АНАЛИТИЧЕСКИХ МЕХАНИЗМОВ ЛИНЕЙКИ ПРОГРАММ 1С**

*Сергеева Инна Ивановна, кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: [inchiksergeeva@yandex.ru](mailto:inchiksergeeva@yandex.ru)*

*Перелыгина Татьяна Владимировна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: [t183@mail.ru](mailto:t183@mail.ru)*

*Основной целью любой информационной системы предприятия является сбор информации для последующего анализа и определения на его основе управленческого воздействия на бизнес-процессы предприятия. Для реализации данной цели разработчики программных продуктов линейки 1С предусмотрели широкий спектр аналитических инструментов. В их число входят, в том числе, стандартные и универсальные отчеты. Они очень гибки в настройках и доступны любому пользователю в режиме «1С:Предприятие».*

*Стандартные отчеты можно сформировать по системным настройкам или разработать собственный вариант отчета, задать для любого из них отборы, сортировки, группировки, оформление и расшифровки данных, а также сохранить неограниченное количество вариантов любого отчета с различными наборами настроек и выводимых данных. Для повседневного учета этого достаточно.*

*Инструмент «Универсальный отчет» позволяет конечному пользователю реализовать собственную аналитическую логику и дает возможность более глубокого анализа данных (например, для сравнения записей в документе и в регистрах, на основании которых он заполняется) либо для создания собственного отчета. Он помогает получать информацию, недоступную в стандартных отчетных формах, поскольку строится на основании данных списков, справочников, документов, задач, бизнес-процессов, планов видов расчета и их табличных частей, регистров накопления, регистров сведений, регистров расчета, регистров бухгалтерии и их виртуальных таблиц.*

*Вариантов применения «Универсального отчета» очень много, например, предложенная авторами данной статьи проверка корректности расчета среднего заработка – ключевого показателя при расчете больничного листа, отпускных, командировочных и других выплат. В каждом случае средний заработок считается по-разному и регулируется при этом законодательством РФ, поэтому степень ответственности и значимость расчета этого показателя очень высока. Стандартными*

*средствами программных продуктов линейки «1С» невозможно проверить корректность расчета, но предложенные авторами варианты «Универсального отчета» делают эту проверку не только возможной, но еще и наглядной, удобной и информационно насыщенной.*

*Ключевые слова: универсальный отчет, настройка, инструменты анализа.*

**Sergeeva I.I., Perelygina T.V.**

## **UNIVERSAL REPORT AS AN EXTENSION TOOL OF ANALYTICAL MECHANISMS OF 1C PROGRAMS**

*Sergeeva Inna Ivanovna, candidate of economics sciences, associate professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: inchiksergeeva@yandex.ru*

*Perelygina Tatyana Vladimirovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: ttl83@mail.ru*

*The main objective of any information system of the enterprise is to gather information and on its basis to analyze and define the administrative influence on the enterprise business processes. To realize this purpose the developers of 1C software products have provided a wide spectrum of analytical tools. Standard and universal reports are among them. They are very flexible in setting and are accessible to any user in the mode of "1C:Business". Standard reports can be generated on the system setting or to develop one's own variant of the report, to set selections, sortings, groupings, registration and decodings of data for any of them, and to save unlimited quantity of variants of any report with different sets of options and derived data. It is enough for daily accounting. The tool "Universal report" allows the end user to realize his own analytical logic and makes it possible to analyze the data more profound (for example, to compare the records in the document and in registers on the basis of which it is filled) or to create one's own report. It helps obtain the data inaccessible in standard accounting forms as it is made on the basis of the given lists, directories, documents, problems, business processes, plans of calculation and their tabular parts, registers of accumulation, registers of data, registers of calculation, registers of accounts department and their virtual tables.*

*There are many variants of "Universal report" use, for example, correctness check of average earnings calculation suggested by authors of the article. It is a key indicator at calculation of medical certificate, holiday pay, travel allowance and other payments. In each case the average earnings are calculated in a different way and thus are regulated by the legislation of the Russian Federation, therefore the degree of responsibility and the importance of calculation of this indicator are very high. It is impossible to check up calculation correctness with the standard tools of 1C software products, but the variants of "Universal report" suggested by the authors of the articles not only makes this check possible, but also obvious, convenient and information-intensive.*

*Keywords: universal report, configuration, setting, analysis tools.*

Неотъемлемой частью деятельности любого хозяйствующего субъекта является сбор информации. Но необходимая информация чаще всего отсутствует в нужном виде, поэтому ее следует найти, обработать, правильно проанализировать и интерпретировать.

Для получения и анализа данных из информационной базы в программных продуктах линейки 1С используются отчеты. В режиме «1С:Предприятие» любой пользователь может сформировать отчет с предложенными системой настройками или установить свои настройки. Опытный пользователь может самостоятельно разработать свой собственный вариант отчета.

Для любого предложенного системой отчета может быть создано несколько вариантов. Вариант определяет, в каком виде будут выводиться данные в результат отчета. Например, для отчета может быть создан вариант, в котором данные по периодам отображаются в виде диаграммы, и вариант, в котором данные отображаются в виде таблицы. В отчете можно задать отборы, сортировки, группировки, условное оформление и расшифровки данных.

При этом каждый вариант отчета обладает своим набором настроек.

В программных продуктах линейки 1С по всем разделам учета предусмотрено множество всевозможных отчетов (закупки, продажи, склад, и т.д.), каждый из которых можно настраивать «под себя» с возможностью сохранения настроек.

Как правило, для повседневного учета их достаточно. Однако бывают случаи, когда для анализа той или иной проблемы нужно, например, сравнить записи в документе и в регистрах, на основании которых он заполняется. Для такого глубокого анализа данных либо для создания собственного отчета в программе предусмотрен инструмент «Универсальный отчет», который помогает получать данные, недоступные в стандартных отчетных формах.

«Универсальный отчет» строится на основании данных списков, справочников, документов, задач, бизнес-процессов, планов видов расчета и их табличных частей, регистров накопления, регистров сведений, регистров расчета, регистров бухгалтерии и их виртуальных таблиц. Такой инструмент позволяет получить данные, если в имеющихся отчетах по каким-либо причинам эти данные отсутствуют.

Некоторые периоды работы сотрудника оплачиваются исходя из среднего заработка. В итоге размер оплаты может отличаться от привычного, поскольку расчет может выполняться на основании различной информации: разная расчетная база (включение или исключение тех или иных начислений), период расчета, цель расчета.

Поскольку исходя из среднего заработка в некоторых ситуациях рассчитываются некоторые выплаты (в том числе заработная плата, выходное пособие, компенсации за неиспользованный отпуск, компенсации за простой по вине работодателя, а также предел материальной ответственности работника), корректность расчета среднего заработка очень важна. Процесс этот очень сложный и кропотливый, поскольку для каждого случая оплаты по среднему существуют свои критерии приема сумм заработка и периодов работы в расчет (например, для оплаты больничных и отпусков), поэтому вероятность ошибок в расчете очень высока.

Для того чтобы рассчитать средний заработок, необходимо знать показатели для его расчета: время расчета (период работы, за который берется средний заработок у текущего работодателя) и сумма заработка за требуемый для расчета период времени. Также важно помнить, что не все суммы заработка и периоды времени следует принимать в расчет в соответствии с действующим законодательством РФ. Стандартные инструменты позволяют автоматически получить рассчитанную в программе величину, основание для расчета в явном виде не представлено. Тем не менее, требуется объяснить работникам, откуда именно появились эти суммы. Более того, нужно, чтобы была видна правомочность (т.е. ее основания – документы-регистраторы). Эта проблема может быть решена с помощью «Универсального отчета». Вариантов его создания очень много, но для всех них существует единая схема построения (рисунок 1).

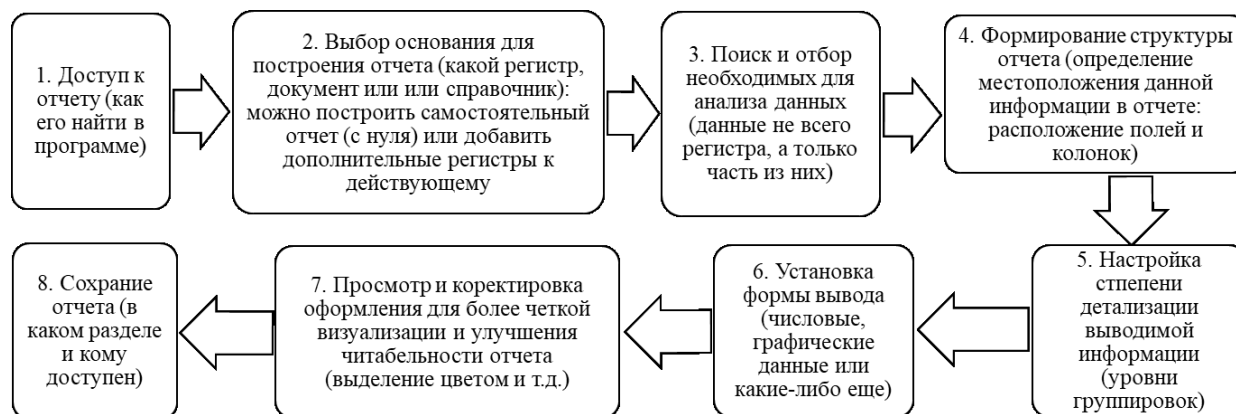


Рисунок 1 – Алгоритм построения «Универсального отчета»

«Универсальный отчет» можно найти в любом программном продукте линейки 1С через «Все отчеты» и настроить его расположение в любом разделе. Также «Универсальный отчет» можно вызвать по команде ВСЕ ФУНКЦИИ – ОТЧЕТЫ – УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ. Универсальный отчет имеет собственный набор инструментов, в который входят стандартные функции и команды. Кроме них, имеются и дополнительные, находящиеся в меню ЕЩЕ. Они позволяют выполнить следующие действия:

- Загрузить схему из файла (обеспечивает доступ к схеме компоновки универсального отчета из XML файла). Это расширяет возможности универсального отчета, можно использовать опыт других разработчиков.

- Восстановить стандартную схему (возвращает настройки универсального отчета по умолчанию, если новая схема компоновки по каким-либо причинам не устраивает).

- Редактировать схему (что позволяет вносить произвольные изменения в схему компоновки универсального отчета). Команда работает только в толстом клиенте.

Рассмотрим некоторые примеры использования Универсального отчета на практике. Рассмотрим расчет и корректность заполнения суммы среднего заработка при создании документа «Командировка» (рисунок 2).

Рисунок 2 – Сумма среднего заработка в документе «Командировка»

Сумма среднего заработка при создании документа рассчитывается автоматически. Но программа позволяет просмотреть данные, влияющие на ее расчет, и, при необходимости, откорректировать их. Для этого следует нажать на картинку «карандаш» рядом с суммой. Откроется табличная часть «Ввод данных для расчета среднего заработка». В таблице указываются суммы общего заработка, премий и число отработанных дней, вошедших в расчет, но не понятно, на основании каких документов-регистраторов появились эти данные. Собирать их вручную по системе долго и неэффективно. Поэтому воспользуемся инструментом «Универсальный отчет».

Количество отработанных дней проверим с помощью регистра накопления «Данные о времени для расчета среднего заработка», для чего обратимся к «Универсальному отчету», используя опцию ВСЕ ОТЧЕТЫ.

Для начала построения отчета необходимо выбрать тип данных (основной объект конфигурации) из перечня с помощью кнопки открывающегося списка. В рассматриваемом случае построение отчета осуществляется на основе регистра накопления.

В зависимости от типа данных необходимо указать дополнительные сведения (в нашем случае нужно выбрать ПЕРИОД). Далее требуется конкретизировать вид данных – РЕГИСТР НАКОПЛЕНИЯ «ДАННЫЕ О ВРЕМЕНИ ДЛЯ РАСЧЕТА СРЕДНЕГО ЗАРАБОТКА» – и указать какие данные выдать – ОСНОВНЫЕ ДАННЫЕ или ОБОРОТЫ.

Для большей наглядности и читаемости выводимых отчетом данных воспользуемся типовым функционалом системы и донстроим отчет самостоятельно. Для этого на панели отчета необходимо обратиться к окну Настроек, которое состоит из четырех вкладок. На вкладке «Отборы» добавить в отбор конкретного сотрудника и указать его в шапке отчета. При необходимости можно изменить состав полей и сортировок.

Данные на вкладке структура состоят из предустановленных по умолчанию реквизитов. При необходимости можно изменить структуру выводимого отчета или создать новую (например, иерархическую, по сотруднику с подчиненным ему документом основания (регистратором)).

После всех произведенных настроек формируем отчет о времени для расчета среднего заработка по сотруднику (в верхнем уровне иерархии) и регистратором (в нижнем). Уровней иерархии в «Универсальном отчете» может быть создано сколь угодно много, при этом их можно динамически группировать по нужному уровню иерархии. «Универсальный отчет» – инструмент достаточно гибкий в настройках практически под любые нужды пользователей.

Например, если в отчете много сотрудников, то данные по ним можно сгруппировать, выбрав любой нужный уровень группировки. В результате произведенных действий получим отчет со сгруппированными по сотрудникам данными для удобства просмотра и анализа информации (рисунок 3).

Сотрудник	Порядок расчета	Отработано дней	Отработано часов	Отработано дней по шестидневке	Отработано дней по пятидневке	Отработано часов по пятидневке	Отработано дней календарных
Регистратор							
Лосева Светлана Юрьевна	Постановление2010	19,00	151,00	23,00	19,00	151,00	28,00
	Начисление зарплаты и взносов 013К-000014 от 28.02.2018	19,00	151,00	23,00	19,00	151,00	28,00
Итого		19,00	151,00	23,00	19,00	151,00	28,00

Рисунок 3 – Отчет о времени для расчета среднего заработка.

По кнопке «Сохранить вариант отчета» можно сохранить для дальнейшего использования подготовленный вариант отчета и степень его доступности текущему пользователю или всем.

Данные расчётных сумм, вошедших в расчет среднего по документу «Командировка», проверим с помощью отчета построенного по регистру накопления «Данные о начислениях для расчета среднего заработка (общий)». Построение отчета осуществляется аналогично ранее рассмотренной схеме. Отбирается конкретный Регистр накопления. В зависимости от типа данных необходимо указать дополнительные сведения (в нашем случае нужно выбрать ПЕРИОД).

Далее конкретизируется вид данных РЕГИСТР НАКОПЛЕНИЯ «ДАННЫЕ О НАЧИСЛЕНИЯХ ДЛЯ РАСЧЕТА СРЕДНЕГО ЗАРАБОТКА (ОБЩИЙ)» и указывается, какие данные выдать – ОСНОВНЫЕ ДАННЫЕ или ОБОРОТЫ.

На вкладке «Отборы» добавим в отбор конкретного сотрудника и укажем его в шапке отчета, настроим состав полей и сортировок, а вкладку оформления оставим без изменений. Нажмем кнопку СФОРМИРОВАТЬ. В результате получим отчет по начисленным суммам сотруднику (рисунок 4).

← → ☆ Данные о начислениях для расчета среднего по организации и сотруднику

Период: 01.01.2018 – 31.07.2018 Регистр накопления Данные о начислениях для расчета среднего заработка (общий) Основные данные

Организация: Сотрудник: Лосева Светлана Юрьевна

Сформировать Настройки... Найти...

Параметры: Период: 01.01.2018 - 31.07.2018  
 Тип объекта: РегистрыНакопления  
 Имя объекта: ДанныеОНачисленияхДляРасчетаСреднегоЗарплатаОбщий  
 Имя таблицы:  
 Отбор: Сотрудник Равно "Лосева Светлана Юрьевна"

Сотрудник	Порядок расчета	Составная часть	Способ отражения зарплаты в бухучете	Облагается ЕНВД	Индекс	Год	Дата начала базового периода	Количество месяцев	Организация	Физическое лицо	Сумма	
Лосева Светлана Юрьевна	Постановление2010	Общий заработок	Нет	Да				1	С	И ПАО	Лосева Светлана Юрьевна	190 059,10
Лосева Светлана Юрьевна	Постановление2010	Премия, полностью учитываемая	Нет	Да		01.01.2018		1	С	И ПАО	Лосева Светлана Юрьевна	6 000,00
Лосева Светлана Юрьевна	Постановление2010	Премия, полностью учитываемая	Нет	Да		01.02.2018		1	О	И ПАО	Лосева Светлана Юрьевна	631,58
Лосева Светлана Юрьевна	Постановление2010	Премия, полностью учитываемая	Нет	Да		05.02.2018		1	С	И ПАО	Лосева Светлана Юрьевна	5 368,42
Лосева Светлана Юрьевна	Постановление2010	Премия, полностью учитываемая	Нет	Да		01.03.2018		1	О	И ПАО	Лосева Светлана Юрьевна	4 500,00
Лосева Светлана Юрьевна	Постановление2010	Премия, полностью учитываемая	Нет	Да		01.04.2018		1	О	И ПАО	Лосева Светлана Юрьевна	6 000,00
Лосева Светлана Юрьевна	Постановление2010	Премия, полностью учитываемая	Нет	Да		01.05.2018		1	О	И ПАО	Лосева Светлана Юрьевна	6 000,00
Лосева Светлана Юрьевна	Постановление2010	Премия, полностью учитываемая	Нет	Да		01.06.2018		1	О	И ПАО	Лосева Светлана Юрьевна	6 000,00
Лосева Светлана Юрьевна	Постановление2010	Премия, полностью учитываемая	Нет	Да		01.07.2018		1	С	И ПАО	Лосева Светлана Юрьевна	4 636,37
Итого												229 195,47

Рисунок 4 – «Универсальный отчет» по проверке начислений для расчета среднего заработка

Средний заработок – ключевой показатель при расчете больничного листа, отпускных, командировочных и других выплат. По общему правилу средний заработок рассчитывается делением суммы начислений на количество дней расчетного периода. При определении расчетного периода и сумм существует много нюансов. Важно знать, что из расчетного периода нужно исключить некоторые периоды, и также суммы, выплаченные за них, а некоторые суммы учесть, но в особом порядке. В каждом случае он считается по-разному. Например, для расчета отпускных действуют одни правила, а для командировочных – такие же, как и для отпускных, но с некоторыми корректировками, для больничного учитываются другие расчеты и периоды.

Порядок расчета среднего заработка регулируется законодательством РФ, поэтому степень ответственности и значимость расчета этого показателя очень высока.

В построенных нами версиях «Универсального отчета» четко видны суммы и периоды для корректного расчета среднего заработка.

Поскольку «Универсальный отчет» может строиться по данным различных конфигурационных элементов (спискам, справочникам, документам, задачам, бизнес-процессам, планам видов расчета и их табличным частям, регистрам накоплений, регистрам сведений, регистрам расчета, регистрам бухгалтерии и их виртуальным таблицам) спектр применения данного инструмента практически неограничен. Возможность его использования обеспечивается профессиональной подготовленностью и компетенциями учетного персонала. Функциональность «Универсального отчета» благодаря разработчикам и пользователям возрастает от версии к версии. Если раньше такой инструмент был доступен только разработчикам-профессионалам в области ИТ, то сегодня алгоритмы обращения к нему настолько упростились и унифицировались, что стали доступны конечному пользователю, хотя и требуют более широкого спектра знаний и умений.

Список источников:

1. Алехина Л.Л., Язвинская Ю.О. Совершенствование инструментов формирования и реализации кадровой политики на предприятии // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – № 2 (40). – С. 7-11.
2. Аржанова Я. Расчет зарплаты без ошибок: основные правила и рекомендации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kontur.ru/articles/4795>.
3. Библиотека стандартных подсистем 2.4.6. Документация; Глава 5. Пользовательская документация; 5.8 Варианты отчетов; Универсальный отчет) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://its.1c.ru/db/bsp246doc>.

4. Васенина С.А. Методика технологии анализа эффективности управления персоналом // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2016. – № 1 (13). – С. 71-77.
5. Киселева Н.А. Информационные потоки коммерческого предприятия как основа стратегии его развития // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – № 4 (38). – С. 148-155.
6. Лытнева Н.А., Курако О.А., Парушина Н.В. Актуальные вопросы организации расчетов по оплате труда работников предприятия // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2017. – №4(22). – С. 5-15.
7. Макарова Т.Н., Лебедева О.А., Сотникова Е.А. Актуализация создания аналитической платформы для поддержки малых и средних предприятий // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – № 2 (40). – С. 43-48.
8. Малявкина Л.И., Исмаилов Э.М. Системы поддержки принятия решений как составляющая эффективного управления предприятием // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2016. – № 5 (17). – С. 56-61.
9. Музалевская А.А. Методология построения информационной системы менеджмента качества // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2016. – № 2. – С. 335-341.
10. Расчет среднего заработка в 2018 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gazeta-unp.ru/articles/51572-raschet-srednego-zarabotka-v-2018-godu>.
11. Сергеева И.И., Шапиро О.С. Использование линейки программ «1С» в России и за рубежом // Экономическая среда. – 2016. – №1 (15). – С. 46-52.
12. Средний заработок: что это, зачем нужен и как рассчитать [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kontursverka.ru/stati/srednij-zarabotok-cto-eto-zachem-nuzhen-i-kak-rasschitat>.

## МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

УДК 331.101.3

Головина Я.О.

### РОЛЬ И ЗАДАЧИ ОБУЧЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА

*Головина Яна Олеговна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; тел: +79536169520*

*Важной особенностью современного производства является широкое использование новейших достижений науки и техники. Это влечет усложнение процессов производства и продукции, повышает требования к их качеству и к квалификации работников. Обучение и развитие персонала в организации является актуальной проблемой управления, от успешности решения которой зависит уровень конкурентоспособности и организации и результаты ее деятельности. В статье охарактеризована роль и значение обучения персонала во взаимосвязи с другими компонентами системы управления персоналом.*

*Ключевые слова: обучение, развитие, персонал, организация, управление, эффективность, конкурентоспособность.*

Golovina Ya.O.

### IMPORTANCE AND PROBLEMS OF PERSONNEL TRAINING AND DEVELOPMENT

*Golovina Yana Olegovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; tel: +79536169520*

*Wide use of the latest achievements of science and technology is an important feature of modern manufacture. It results in complication of production processes, raises the requirements to its quality and to workers qualification. Training and development of the personnel in the organization is an actual management problem the solution success of which competitiveness level of the organization and the results of its activity depends on. In the article the role and importance of personnel training interrelating with other components of the personnel control system are characterized.*

*Keywords: training, development, personnel, organization, management, efficiency, competitiveness.*

В настоящее время основным фактором развития и становления экономики является интеллектуальный труд. В современных условиях глобализации и трансформаций экономики [5, 7] и интенсификации интеграционных процессов важной особенностью производства является широкое использование новейших достижений науки и техники, современных информационных систем [8, 9] и каналов коммуникаций, бизнес-структур [11, 12].

Эти факторы влекут усложнение процессов производства и продукции [10], повышение требований к их качеству, соответственно и рост требований к квалификации кадров. Человеческий капитал вследствие растущей роли знаний и компетенций является главным стратегическим ресурсом организаций [3], а вложения в него и развитие влияют на объемы доходов от деятельности организации в целом. Компетентный и квалифицированный персонал способен создавать конкурентоспособные товары и услуги, повышать прибыль организации [1].

В условиях постоянного наращивания знаний, умений и практических навыков интенсивного обновления технологий организации вынуждены постоянно повышать профессио-

нализм и компетентность своих работников [2].

Уровень развития персонала является важнейшим фактором обеспечения устойчивых позиций организации в условиях растущей конкуренции, обновления и роста объемов предложений товаров и услуг. Профессиональный опыт необходим для достижения целей организации и эффективного функционирования.

В Указе Президента Российской Федерации В.В. Путина от 07.05.2012 г. №597 «О мерах по реализации государственной социальной политики» поставлена задача «увеличения к 2020 г. числа высококвалифицированных работников с тем, чтобы оно составляло не менее трети от числа квалифицированных работников».

Таким образом, управление персоналом и его ресурсами является важнейшей составляющей развития организации, целью управления персоналом является обеспечение достижения успеха организации.

Управление персоналом в организации представляет собой целенаправленную деятельность руководства по разработке концепции и стратегии кадровой политики, принципов и методов управления персоналом; заключается в формировании системы управления, планировании кадровой работы, определении кадрового потенциала и потребности в персонале.

Немаловажное значение имеет не только подбор персонала, но и дальнейшее его развитие. Потребность организации в специалистах можно определить по таким основаниям, как уровень и профиль образования, стаж и опыт работы по специальности, возраст и т.д., а также на основании требований должностной инструкции. Организация должна обеспечить сотрудникам возможность постоянно проходить обучение, совершенствоваться, развиваться. Вопросы управления, развития и обучения персонала касаются всей организации и должны решаться в соответствии с целями и задачами подготовки кадров.

Обучение персонала является важнейшим инструментом, с помощью которого руководство получает возможность повышать потенциал человеческих ресурсов, и имеет цель - подготовить персонал к успешному решению широкого круга задач, в том числе и новых. Благодаря обучению работники приобретают новые знания, вырабатывают необходимые умения и навыки, выстраивают систему ценностей своего труда в новых рыночных условиях. В результате обучения работникам передается информация о текущем состоянии дел и перспективах развития организации [4]. Обучение можно рассматривать как инструмент корпоративной стратегии организации. Логика обучения должна быть тесно связана с вектором развития бизнеса.

Расширение знаний и развитие умений и навыков работников не только способствует успешному выполнению поставленных перед ним задач, но и повышает степень его удовлетворенности от выполненной работы. Чем лучше работник подготовлен к выполнению своих обязанностей, тем ниже его физические и психологические затраты на выполнение работы.

Высокая роль обучения персонала в организации обусловлена следующими факторами:

- обучение является важнейшим средством достижения стратегических целей организации (реализация конкурентных рыночных стратегий требует высокой подготовки всех работников организации);
- обучение является важнейшим средством повышения ценности ресурсов (призвана передать обучающимся важную информацию об организации, сформировать фирменные установки и образы поведения, повысить приверженность персонала своей организации);
- без своевременного обучения персонала проведение организационных изменений сильно затруднено (обучение способствует донесению до работников смысла и содержания изменений, разъясняет их суть).

Все больше организаций проводят обучение персонала и руководителей разных уровней, так как только обученный, высококвалифицированный и высокомотивированный персонал является инструментом развития и повышения конкурентоспособности организации.

В результате обучения персонал развивает способность для решения новых и более сложных задач.

В таблице 1 представлена взаимосвязь обучения в системе управления персоналом.

Таблица 1 – Взаимосвязь обучения в системе управления персоналом

Обучение персонала в организации	Обеспечение работников знаниями и навыками, необходимыми для работы в соответствии с установленными стандартами; подготовка работников к более сложной работе	Отбор	Процесс отбора дает информацию о квалификации новых работников и позволяет определить их потребности в обучении
		Планирование карьеры и работа с резервом	Определение потребности работников в обучении и возможных путей их продвижения в организации
		Адаптация	Введение новых работников в организацию; облегчение процесса их вывода на требуемый уровень рабочих результатов
		Анализ профессиональной деятельности	Должностные инструкции описывают квалификационные требования к работникам, определяя, какое обучение необходимо для успешного осуществления работы
		Оценка рабочих результатов	Определение стандартов выполнения работы и оценка рабочих результатов разных категорий персонала на основе установленных критериев дают информацию для определения или уточнения потребности работников в обучении
		Оплата труда	Дополнительные знания и навыки, выполнение более сложной и ответственной работы предполагают более высокий уровень оплаты труда

Определение целесообразности обучения персонала является задачей руководителя организации, который также отвечает за направление работников на обучение и за востребованность результатов обучения, оценивает эти результаты реализации политики обучения. Отметим, что руководители, выступая в роли наставников в процессе рабочих контактов с подчиненными, тем самым проводят их обучение, передают им информацию об организационной культуре, нормах, ценностях и стандартах корпоративного поведения.

Обучение и развитие персонала в организации увеличивают объем его знаний и тем самым повышают качество человеческого капитала, эффективность и результативность его деятельности. Способность сотрудников эффективно осуществлять познавательную деятельность и образовываться, непрерывно повышать уровень образования и пополнять систему профессиональных знаний, навыков и умений в динамике их развития – важная черта их компетентности и развития индивидуальных способностей.

В настоящее время широкое признание имеет концепция непрерывного образования, задачей которого является создание условий для всестороннего, гармоничного развития личности и обеспечение единства, преемственности и взаимосвязи всех звеньев образования, переподготовки и повышения квалификации каждого человека с учетом настоящих и перспективных общественных и экономических потребностей и личных образовательных целей и возможностей [6]. В русле концепции непрерывного образования реализуется компетентностный подход, результатом которого является обеспечение качества образования и способность работника эффективно действовать в различных проблемных ситуациях, повышение его квалификации и развитие способности адаптироваться к изменяющейся ситуации в сфере профессиональной деятельности. В случаях, когда предприятие заинтересовано в сотруднике, особенно обладающем перспективами качественного роста, оно должно поддерживать и повышать уровень его квалификации.

Список источников:

1. Коннова М.В., Шмарков М.С. Кадровая политика как фактор конкурентоспособности предприятия индустрии туризма // Экосистема цифровой экономики: проблемы, реалии и перспективы: сборник научных трудов национальной научно-практической конференции / под ред. д.э.н., проф. Малявкиной Л.И. – Орел: ОрелГУЭТ, 2018. – С. 79-85.
2. Коннова М.В., Шмарков М.С. Специфика маркетинга-менеджмента в индустрии ту-

ризма / Тенденции и проблемы развития индустрии туризма и гостеприимства: материалы 5-й Межрегиональной научно-практической конференции с международным участием, 15 ноября 2018 г. / Ряз. гос. ун-т им. С.А. Есенина; отв. ред. Л.А. Ружинская. – Рязань, 2018. – 212 с.

3. Коннова М.В., Шмарков М.С. Функции и современные направления формирования профессионализма персонала предприятия туристской индустрии // Актуальные проблемы развития туризма и индустрии гостеприимства: сборник научных трудов международной научно-практической конференции – Казань: Изд-во ООО «Печать-сервис XXI век», 2018. – С. 302-306.

4. Магура М.И., Курбатова М.Б. Организация обучения персонала компании. – М.: Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2004. – С. 7-12.

5. Мусалитина М.С., Шмарков М.С., Губарева Л.И. Новейшая история геополитики туризма // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2016. – №2 (71). – С. 33-36.

6. Читаева Ю.А. Непрерывное образование как одно из условий развития современного образования: прошлое, настоящее, перспективы на будущее. // Научные исследования в образовании. – 2012. – №7. – С. 224-225.

7. Шмарков М.С., Мусалитина М.С. Влияние геополитических факторов на развитие рынка туризма и деятельность компаний // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – №2 (36). – С. 134-139.

8. Шмарков М.С., Шмаркова Е.А. Инновационные технологии в деятельности гостиничных предприятий // Экосистема цифровой экономики: проблемы, реалии и перспективы: сборник научных трудов национальной научно-практической конференции / под ред. д.э.н., проф. Малявкиной Л.И. – Орел: ОрелГУЭТ, 2018. – С. 224-229.

9. Шмарков М.С., Шмаркова Е.А., Шмаркова Л.И. Технологии электронной коммерции в деятельности туристских организаций // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – №4 (38). – С. 111-115.

10. Шмарков М.С., Шмаркова Е.А., Шмаркова Л.И. Тенденции развития современного предпринимательства на рынке туристских услуг // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – №2 (40). – С. 75-78.

11. Шмарков М.С., Шмаркова Л.И. Проблемы развития современного рынка туризма и аспекты деятельности компаний // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2016. – №3. – С. 305-309.

12. Шмарков М.С., Шмаркова Л.И. Проблема стратегических изменений при взаимодействии организации с турбулентной внешней средой // Вестник ОрелГИЭТ. – 2013. – №1 (23). – С. 26-31.

**УДК 331.108.3**

**Киселева А.А., Масленникова Ю.С.**

### **ПРОБЛЕМЫ НАЙМА И ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА**

*Киселева Анна Александровна; Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»; РФ, 302028, г. Орел, бульвар Победы, д. 5А; e-mail: anyuta.kiseleva.98@mail.ru*

*Масленникова Юлия Сергеевна; Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»; РФ, 302028, г. Орел, бульвар Победы, д. 5А; e-mail: masikovajulia@gmail.com*

*В статье рассматривается важность процесса найма и отбора персонала. Данная тема является наиболее актуальной в деятельности любого предприятия. Это связано с тем, что найм и отбор персонала достаточно сложная и ответственная работа. Так было выявлено, что от уровня квалификации сотрудника по отбору персонала, в конечном счете, зависит эффективность деятельно-*

сти организации в целом. Еще одним важным моментом является и то, что кандидат может проявить себя на собеседовании, на испытательном сроке, то есть на первоначальных этапах своей деятельности, а в дальнейшей работе он перестанет справляться со своими функциями. Также процесс найма и отбора персонала предполагает собой широкий комплекс операций, которые ориентированы на привлечение кандидатов на ту или иную должность. Тем самым в представленной статье были выявлены и рассмотрены этапы найма персонала: планирование персонала, анализ должностных инструкций, определение способов найма, подбор и отбор кандидатов, а также помощь сотруднику в адаптации на новом рабочем месте. Авторами был сделан акцент на наиболее актуальную проблему, а именно: отсутствие программы адаптации новых сотрудников. По результатам изучения данной темы были предложены методы и пути решения представленной проблемы. Таким образом, в статье были подробно изучены такие моменты, как сущность процесса найма и отбора персонала, основные элементы, а также проблемы и способы их решения.

*Ключевые слова:* персонал, предприятие, отбор персонала, деятельность, наем, кадровая политика, собеседование, адаптация персонала, подбор и анализ кандидатов.

**Kiseleva A.A., Maslennikova Ju.S.**

## **PROBLEMS OF PERSONNEL HIRING AND SELECTION**

*Kiseleva Anna Aleksandrovna; Central Russian Institute of Management, Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 5A Pobedy Boulevard, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: anyuta.kiseleva.98@mail.ru*

*Maslennikova Julia Sergeevna; Central Russian Institute of Management, Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 5A Pobedy Boulevard, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: masikovajulia@gmail.com*

*The importance of the process of personnel hiring and selection is considered in the article. The theme is the most actual in the activity of any enterprise. That is because personnel hiring and selection are complex enough and responsible work. Thus, it has been revealed, that the efficiency of organization activity as a whole, in the end, depends on the qualification level of the personnel manager. One more important point is that the candidate can demonstrate his skills at the interview and in a trial period, that is, at the initial stages of the activity, but in further work he will stop working properly. The process of personnel hiring and selection assumes a wide complex of operations which are focused on attraction of candidates. Thereby, in the article, stages of hiring have been revealed and considered: personnel planning, analysis of job descriptions, defining of the ways of hiring, recruitment and selection of candidates and employee adaptation in a new workplace. In the article the authors emphasized the most actual problem – absence of adaptation program for new employees. According to the results of the study methods and ways of solution of the problem were suggested. Thus, such moments, as the essence of the process of hiring and selection, the basic elements and the problems and ways of their solution were in detail studied in the article.*

*Keywords:* personnel, enterprise, personnel selection, activity, hiring, recruitment, interview, personnel adaptation, candidates analysis and selection.

Успешное функционирование деятельности каждого предприятия в основном находится в зависимости от того, какие сотрудники там работают и насколько каждый из них профессионален. При этом велико количество ошибок при найме персонала, тем самым каждая из них дорого обходится организации. В основном это связано с тем, что должен пройти промежуток времени, чтобы понять: справляется ли сотрудник со своими функциями или нет.

Наем персонала считается основным элементом организаций и предполагает собой комплекс операций, которые ориентированы на привлечение кандидатов на ту или иную должность. Для того чтобы процесс найма был наиболее результативным, он должен включать в себя следующие этапы:

- планирование персонала – составляется прогноз качественной и количественной по-

требности организации в персонале;

- анализируются должностные инструкции и условия найма;
- определяются способы найма исходя из ресурсов предприятия, а также проводится анализ возможности их использования;
- проводится поиск персонала;
- подбираются кандидаты – получение всей информации о них, принятие решения о приглашении потенциальных сотрудников на собеседование;
- проводится отбор, который позволяет выявить соответствие соискателя критериям личностной спецификации;
- процесс адаптации новых сотрудников, чтобы они как можно быстрее «вошли в рабочий процесс», поняли свои обязанности, нормы поведения и смогли проявить себя в деятельности [1].

Если придерживаться выполнения всех этапов по отбору персонала, то значительно уменьшается количество ошибок.

Процесс найма зависит от кадровой политики предприятия. С одной стороны, необходимо учесть, что же предлагает рынок труда (в данном случае должна быть построена иерархия кадров). С другой стороны, необходимо провести работу и внутри предприятия, а точнее: выяснить набор должностей, их квалификацию, характеристику [4]. Так, на данном этапе осуществляется соответствие потенциальных сотрудников и потребностей организации.

В том случае, когда организация способна привлекать новых сотрудников, также встречается много трудностей на данном пути подбора нужного человека на определенную должность. Многие считают, что можно сразу оценить потенциальных работников. На самом деле, это вид предвзятого мнения. В свою очередь, иные не уделяют данной задаче достаточного внимания или же полагаются всего на один источник информации, зачастую это собеседование.

Следует выделить, что наиболее эффективный отбор имеет начало с точной характеристики деятельности, а точнее с анализа работы определенной должности. Следующим этапом является составление должностной инструкции, на основе которой и формируются точные требования к потенциальным кандидатам. Главнейшим моментом является рекламирование работы, то есть привлечение потенциальных кандидатов на должность.

Собеседование по-прежнему удерживает свою популярность и значимость как одна из главнейших частей процесса отбора персонала [6]. В процессе собеседования появляется возможность ознакомления с кандидатом более близко, то есть узнать его личностные качества, его поведение, характер. Тем самым, на основе собранных данных происходит принятие решения о выборе сотрудника, но даже наиболее полное наличие всех элементов отбора не дает более точной и полной информации о нанимаемом человеке.

В процессе найма персонала работодатель зачастую сталкивается с проблемами. Выделим некоторые из них:

- нет представления о том, кого искать и каким должен быть будущий сотрудник: уровень профессиональности в данной области, опыт работы, личностные качества, перспективы на будущее и т.д.);
- неумение определить способ поиска сотрудников в соответствии с должностью, поэтому процесс поиска кандидатов затягивается и расходуется время и средства;
- сотрудники, которые занимаются отбором, недостаточно профессиональны; тем самым они не понимают, каким должен быть персонал организации;
- в организации не предусмотрена программа адаптации новых сотрудников; именно поэтому затягивается процесс «привыкания» работника и тормозится начало его продуктивной работы.

На наш взгляд, все перечисленные проблемы вполне решаемы. Следует повысить квалификацию работников управленческого отдела [3]. Однако отсутствие программы адаптации новых сотрудников является наиболее актуальной в данный момент, так как этот вопрос на предприятии играет важнейшую роль в продуктивной работе самой организации и струк-

турных подразделений [2].

Именно поэтому мы хотим предложить план адаптации нового персонала организации, которая поможет руководству включать этих сотрудников в работу быстрее, анализировать их трудовую деятельность и подбирать труд, подходящий группе или отдельным работникам. Данная программа основывается на схеме адаптации, предложенной В.В. Яценко. Эта программа будет действовать исключительно в рамках испытательного срока, чтобы работодатель смог вовремя понять: нуждается ли он в таком работнике или нет.

К каждому сотруднику или группе рабочих прикрепляется старший наставник, который будет выполнять все последующие этапы, оценивать сотрудников и кандидатов, следить за их деятельностью и выносить свой вердикт в конце испытательного срока.

Первый этап заключается в ознакомлении новых сотрудников непосредственно с самой организацией, ее историей и рабочим местом. Кроме этого старшему наставнику следует провести устный опрос каждого кандидата на знание теоретических аспектов, которые связаны с его трудовой деятельностью. В этот этап можно включить такие шаги, как:

- 1 устный опрос;
- 2 принятие решения по результатам этого опроса;
- 3 проведение экскурсии по предприятию;
- 4 рассказ об истории создания организации;
- 5 показ рабочего места и объяснение старшим сотрудником участка работы.

Второй этап заключается в практической деятельности, обучении и контроле за работой нового персонала, включает следующие шаги:

- 1 краткое введение в работу;
- 2 наблюдение за выполнением работы;
- 3 самостоятельное выполнение заданий.

Далее старший сотрудник, который был прикреплен к новому персоналу, делает свои заключения по поводу эффективности и качества его работы и выносит свой вердикт по окончании испытательного срока. Его решение и рекомендации рассматривает отдел по управлению персоналом. Далее выбирают из всех кандидатов тех, которые прошли отбор и будут непосредственно работать в организации (они являются принятыми), и тех, кто может быть потенциальным работником, но справился хуже, чем остальные кандидаты, таких людей кадровая служба сохраняет на случай экстренной замены одного из работников (добавляет в кадровый резерв).

Кадровый резерв – это группа работников, каждый из которых потенциально способен к руководящей деятельности. Все кандидаты прошли отбор службы кадров и отвечают всем требованиям, которые выдвигает фирма. Создание группы резерва позволяет сэкономить временные и финансовые резервы при поиске новых сотрудников. Организация всегда будет уверена в том, что сможет найти в кратчайшие сроки работника, который ее устроит по всем критериям. Таким образом, внутри предприятия повысится уровень готовности сотрудников к внутренним изменениям. Кроме этого, вырастет лояльность и мотивация, что в свою очередь приведет к снижению текучести кадров внутри фирмы [5].

Для попадания в резерв сотрудник должен обладать высокими знаниями и амбициями с целью профессионального продвижения. Под таким продвижением следует понимать занятие руководящих должностей, что требует соответствия кандидата из резерва определенным требованиям и характеристикам. Проще говоря, кандидат должен успешно пройти все вышеперечисленные нами этапы отбора.

Можно выделить такие цели создания резерва:

1. Быстрый способ решения проблем найма персонала, которые могут быть связаны с уходом ключевых управленцев;
2. Экономия финансовых и временных ресурсов организации;
3. Рост профессионализма сотрудников;
4. Кадры, находящиеся в резерве, не будут идти на новую должность с волнением, так как будут в курсе всей сути работы;

5. Создание у работников понимания их ценности для организации;
6. Подготовка специалистов к возможным изменениям организации;
7. Появляется возможность выбора лучших сотрудников;
8. Снижение уровня текучести кадров.

Процесс создания кадрового резерва не из простых. Для его создания привлекают не только руководителей компании и службы кадров, но и других специалистов, таких как психологи, юристы, представители профсоюзов и так далее. Отсюда следует, что этот резерв создается исключительно коллегиально, назначается специальная комиссия.

Можно выделить несколько основных критериев для отбора в кадровый резерв:

1. Возраст. Следует рассматривать сотрудников в качестве кандидата в возрасте от 25 до 35 лет. Это связано с наличием высшего образования, достаточного уровня опытности, желанием развиваться. Доказано, что в этом возрасте человек задумывается не только о профессиональном росте, но и о самореализации, карьере и так далее.

2. Образование. Рекомендуется брать на работу руководителя среднего звена сотрудника с высшим профессиональным образованием в сфере управления, экономики и менеджмента.

3. Опыт работы в организации на базовой должности. На руководящую должность следует брать человека с опытом работы в данной сфере, при этом совершенно не важно: получен был опыт внутри организации или в другом месте. Мы считаем, что опыт должен быть не менее трех лет. Это связано с тем, что кандидаты 25-ти лет еще не успели бы наработать опыт больше, а организациям нужны молодые и свежие кадры.

4. Результаты профессиональной деятельности. Подразумевается, что кандидат должен успешно пройти все испытания, все этапы, которые предоставила ему организация, и только после этого он может быть включен в резерв. Если же в резерв будут включать людей, которые не выполнили все критерии отбора, то сотрудники организации будут демотивированы и будут чувствовать несправедливость и свою незначимость в данной фирме.

5. Стремление кандидата к развитию, самосовершенствованию — один из важнейших критериев отбора. Отсутствие желания развития в данной сфере и профессиональная ограниченность являются самыми сильными ограничениями для включения кандидата в кадровый резерв, даже если он успешно прошел все этапы отбора и соответствует всем требованиям организации. Такой работник не принесет эффективности, не будет искать новые пути решения проблем, проще говоря, он «потянет компанию на дно».

Мы считаем, что подобная программа будет весьма эффективна на предприятии и поможет руководству уменьшать время на «знакомство» с новым сотрудником, тем самым сможет ускорить подбор нужного сотрудника с определенными знаниями и личностными качествами. Таким образом, организация будет терять меньше времени на внедрение сотрудника в фирму и повысит продуктивность работы компании в целом [7].

Рассматривая ряд проблем по подбору персонала, можно выявить, что они возникают в компаниях, которые не успевают перестроить свою кадровую политику в соответствии с рыночными условиями. Как правило, происходит это исключительно в тех компаниях, в которых роль менеджера по персоналу ограничена наиболее строгим подбором в соответствии со всеми требованиями.

Таким образом, наем на работу представляет собой ряд действий, которые направлены на привлечение кандидатов, которые обладают всеми необходимыми качествами для достижения целей, поставленных организацией. Данный комплекс мероприятий включает все этапы набора кадров и прием сотрудников на работу.

Список источников:

1. Повышение конкурентоспособности инновационной экономики региона: монография / Г.С. Мигунова, Н.В. Ивлева, Э.В. Панков и др. — Орел, 2012. — 284 с.
2. Соболева Ю.П. Методические основы управления кадровым потенциалом организации // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. —

2017. – №6. – С. 147-152.

3. Соболева Ю.П., Коргина О.А., Данилова Н.Е. Социальный ресурс бизнеса: сущность, направления оценки трудового потенциала // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2018. – №1. – С. 138-148.

4. Соболева Ю.П., Кузнецова Л.М. Трудовые ресурсы в сфере предпринимательства: оценка, перспективы развития // Вестник ОрелГИЭТ. – 2018. – №1 (43). – С. 32-36.

5. Соболева Ю.П., Оболевцева М.А. Кадровые технологии в системе управления персоналом: теоретические и практические аспекты отбора персонала // Инновационная экономика, стратегический менеджмент и антикризисное управление в субъектах бизнеса: сборник статей I Международной научно-практической конференции. – Орёл: Изд-во ФГБОУ ВО Орловский ГАУ, 2018. – С. 345-349.

6. Соболева Ю.П., Печникова А.В. Управление по компетенциям как средство реализации кадровой стратегии организации // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2017. – № (23). – С. 5-9.

7. Соболева Ю.П., Сотникова Е.А., Карпова Т.В. К вопросу о специфике управления персоналом в сфере услуг // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – №4 (42). – С. 59-63.

**УДК 331.101.3**

**Алехина Л.Л., Максимов Н.Н.**

### **МОТИВАЦИЯ ТОРГОВОГО ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ**

*Алехина Лариса Леонидовна, кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: allar9372@mail.ru*

*Максимов Николай Николаевич; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: maksimova-t@yandex.ru*

*Экономический и финансово-хозяйственный процессы динамичны, и условия их функционирования как объекта управления постоянно изменяются, что приводит к возникновению разных организационных ситуаций и проблем, которые зачастую являются наиболее опасными для хозяйствования предприятия и сопровождаются нарушением процесса функционирования отдельных элементов управляемого объекта. Все это обуславливает необходимость принятия адекватных управленческих решений. Эффективность деятельности любой организации в первую очередь зависит от сотрудников, работающих на предприятии. В связи с большой конкуренцией розничных торговых организаций в России целесообразно уделить большое внимание способам мотивации персонала, которые повысят производительность труда, улучшат общие показатели работы предприятий.*

*Ключевые слова: мотивация, стимулирование, розничная торговля, метод, персонал, материальные стимулы, нематериальные стимулы.*

**Alekhina L.L., Maksimov N.N.**

### **MOTIVATION OF COMMERCIAL PERSONNEL UNDER CONDITIONS OF THE RETAIL TRADE DEVELOPMENT**

*Alekhina Larisa Leonidovna, candidate of economics sciences, associate professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: allar9372@mail.ru*

*Maksimov Nikolay Nikolaevich; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: maksimova-t@yandex.ru*

*Financial and economic process is dynamic and conditions of its functioning as a management object constantly change. That leads to different organizational situations and problems which are frequently the most dangerous for managing of the enterprise and are accompanied by infringement of the functioning process of separate elements of the operated object. All these stipulate the necessity of adequate administrative decisions. Efficiency of any organization activity primarily depends on the employees working at the enterprise. Because of great competition between retail trading organizations in Russia, it is expedient to pay more attention to the ways of personnel motivation, so that they will raise labour productivity and will improve the general indicators of the enterprises.*

*Keywords: motivation, stimulation, retail trade, method, personnel, material incentives, nonfinancial incentives.*

Розничная торговля в настоящее время одна из самых быстрорастущих сфер экономики. Она обеспечивает значительную долю денежных поступлений в бюджеты различных уровней, формируя основы стабильности государства. В торговле задействована наибольшая численность занятого населения регионов, и налоговые поступления от розничной торговли в бюджетную систему РФ составляют заметные величины. Торговля как сфера обслуживания всегда востребована. В связи с этим можно заключить, что розничная торговля – это достаточно емкий рынок трудовых ресурсов.

В современных условиях, когда конкуренция среди розничных торговых организаций довольно высока, существует несколько проверенных способов, помогающих достичь хорошего товарооборота, среди которых либо продажа уникального товара повышенного спроса, не имеющего аналогов, либо достижение высокого уровня продаж.

Когда сложно выполнить первое условие, многие компании, занимающиеся розничной торговлей, выбирают второй вариант, пробуя различные методы повышения объемов реализации. Одним из таких методов является организация в компании грамотной системы мотивации сотрудников.

Качество работы персонала сказывается на эффективности работы организации и на ее прибыли. Для поддержания уровня сервиса часто необходимо поощрять своих сотрудников. Мотивация торгового персонала подразумевает создание у сотрудника желания работать эффективно и проявлять заинтересованность в результатах своего труда. Это должно быть осознанное человеком стремление к действию, направленному на решение поставленных перед ним задач. Мотивированный персонал проявляет личную заинтересованность в выполнении поставленных задач и выполняет работу с большим энтузиазмом.

Мотивация персонала является достаточно сложным процессом, а построения одной лишь системы вознаграждения, влияющей на рост результативности сотрудников, недостаточно, поскольку необходимо учесть еще и индивидуальные или групповые потребности персонала. Персонал выступает основной внутренней переменной организации, ее важным ресурсом, от которого зависит деятельность и результаты работы организации.

Различают внутренние и внешние факторы мотивации. К первым можно отнести самореализацию, любопытство и самоутверждение, ко вторым – одобрение и поощрение от друзей, коллег и начальства. В то же время все внешние факторы проходят через внутреннее восприятие работника. На каждую задачу он смотрит с позиции своей выгоды и возможности обеспечения своих потребностей. Даже в небольшом коллективе мотивация персонала довольно сложный процесс. В одних магазинах идут путем мотивации сотрудников, в других – стимулируют.

В переводе с латинского «стимул» («stimulus») означает палка. Так называли палку, которой погоняли ослов. Руководство магазинов часто премиями, бонусами и надбавками стимулирует своих работников работать эффективно. Положительный имидж магазина, веж-

ливое обслуживание и помощь клиенту – гарантия того, что покупатель придет в торговое предприятие снова. И если показывается пример вежливого отношения к людям, то можно рассчитывать на мотивацию работников качественно обслуживать клиентов. Благодаря отличному сервису растет и выручка магазина.

Однако стимулирование без мотивации может и не иметь эффекта. Люди должны почувствовать себя нужными на рабочем месте. Материальные стимулы (бонусы и премии) могут стать единственной причиной, по которой человек работает в данной команде, а для мотивированного работника не столь важна премия, как важно чувство причастности к общему делу.

Мотивация торгового персонала магазина требует тщательного подхода. Специалисты по продажам часто нуждаются в сильной мотивации, такой как удовлетворение своих амбиций, и в то же время ценят свободу и независимость в работе. Но, когда работники конкурируют, часто страдает командный дух и единство коллектива.

Каждый работник уникален, для мотивации каждого нужен свой метод. Например, один человек может жаждать признания со стороны высших руководителей в организации, в то время как другой может предпочесть дополнительный выходной день, чтобы провести время со своей семьей. Поэтому руководитель должен обратить внимание на личность каждого и выяснить, что они ценят.

К числу возможных мотиваторов можно отнести следующие:

- бонусы и премии;
- оплаченное нерабочее время;
- повышение квалификации или развитие карьеры;
- обучение и выдача сертификата;
- членство в престижном бизнес-проекте;
- мелкие подарки.

Мотивация может проводиться с использованием материальных и нематериальных аспектов, которые одинаково важны, так как гарантируют выполнение сотрудниками своих обязанностей ответственно и с удовольствием [5].

Одним из главных принципов работы компании должно быть наличие прозрачной и четкой системы оплаты труда, так как работники трудятся в первую очередь для обеспечения себя средствами на жизнь, поэтому понимание той схемы, по которой оплачивается их труд, стимулирует работника и обеспечивает спокойную уверенность в завтрашнем дне.

С другой стороны, в торговых организациях редко применяется только оклад, в основном действует мотивационная схема оплаты труда, состоящая из оклада и процентов от продажи. Многие руководители объектов розничной торговли обозначают оклад в сумме, составляющей половину предполагаемого заработка. Но это не самый лучший вариант, поэтому часто также применяется система, где процент включает в себя две составляющие – личную и коллективную часть.

Этот способ помогает уменьшить конкуренцию среди продавцов компании и увеличить совокупный объем реализации, так как каждый продавец будет заботиться не только о личной выгоде, но и стремиться поддержать коллег. Кроме того, при такой схеме торговые кадры охотнее будут участвовать в тех работах организации, которые не связаны с прямыми продажами, а косвенно участвуют в процессе реализации: переоценка и прием товаров, размещение и выкладка товаров в зале, одевание манекенов и т.п.

В таблице 1 представлены наиболее распространенные и известные системы оплаты труда, используемые в розничной торговле. Таблица демонстрирует три основные формы оклада для торговых работников. Однако дополнительно, чтобы каждый работник своевременно выполнял свои обязанности, на предприятии можно ввести КПД (коэффициент полезного действия), который отображает процент участия каждого сотрудника в общей работе.

Дополнительно торговая организация может использовать премирование сотрудников. Даже если ее бюджет ограничен, можно найти способ выписывать премию одному лучшему сотруднику при условии выполнения общего плана, а не всем работникам, что помо-

жет сэкономить средства компании, но в то же время мотивировать всех продавцов на достижение лучших результатов. Премия не обязательно может выдаваться в деньгах: это может быть скидка на товары, бонус или сертификат.

Таблица 1 – Системы оплаты труда персонала в розничной торговле

Система материальной мотивации	Характеристика
Фиксированный оклад	Обычно такие оклады ниже, чем получают продавцы в среднем по рынку труда в регионе с учетом процента от продаж. Плохо стимулирует работников, привлекает случайных людей, которые легко увольняются, как только подвернется лучший вариант
Оклад плюс процент продаж всего магазина (или равная для всех премия при выполнении плана продаж)	Такой вариант возможен в магазинах, где роль продавца в продажах сведена к минимуму (например, магазины самообслуживания, продуктовые, товары повседневного спроса) или трудно выделить долю продаж конкретного продавца. В коллективах, где продавцы примерно одного уровня и настроены друг к другу лояльно, такой вариант тоже может быть удачным
Оклад плюс процент от личных продаж	Такую схему уместно применять при продажах, требующих консультирования покупателя и активной работы продавца. Необходимо продумать систему учета продаж каждого работника

Упоминая поощрения, нельзя не затронуть и наказания сотрудников, которые могут быть выражены, например, в штрафах за опоздания, несоответствующий внешний вид, некорректное поведение или несвоевременное выполнение заданий. При этом штрафы должны быть неприятными, но не драконовскими, так как они демотивируют сотрудников, поэтому все вопросы стоит решать по возможности без применения наказаний.

Несмотря на то, что работают все люди за деньги, немаловажное значение имеет та атмосфера, которая сложилась в рабочем коллективе. Наличие благоприятного климата в компании остается главным способом нематериальной мотивации работников, занятых в продажах. Социальная стабильность и хорошее отношение со стороны руководства, коллег и подчиненных также выступают мотивами и стимулами для персонала торговой организации. Главные методы нематериальной мотивации включают в себя поддержание корпоративной культуры, ведение доски почета, обеспечение возможности карьерного роста и доброжелательные отношения среди сотрудников.

Когда в компании действует четкая корпоративная культура, основанная на регулярном проведении коллективных мероприятий, тренингов и корпоративов, сотрудники ощущают свою причастность к общему делу и важность своего дела, что помогает также сплотить коллектив в дружную команду. Применявшаяся на советских предприятиях практика вывешивания фотографий передовых сотрудников на досках почета была весьма эффективной, так как каждый боролся за звание лучшего, ведь людской натуре свойственно иногда потешить свое тщеславие. В розничных компаниях звание лучшего продавца увеличивает рост личных продаж, так как каждый покупатель получит удовольствие от того, что с ним работает лучший сотрудник компании.

Если компания дает возможность расти своим лучшим сотрудникам в карьерном плане, то это способствует повышению их квалификации. В том случае, если вакансии на более высокие должности открываются в компании редко, руководитель может ввести определенные уровни мастерства или категории, которые сотрудник получает при достижении

значимых результатов в своей работе. Сотрудники будут особенно заинтересованы в повышении своей квалификации, если категория будет сопровождаться надбавкой к оплате труда.

Тем не менее, премии не смогут долго удерживать сотрудников, если атмосфера в компании гнетущая и недоброжелательная, ведь на работе человек проводит большую часть своего дня. Поэтому отсутствие душевного и физического комфорта на рабочем месте вызовет сильную текучку кадров в компании, в то время как в кругу единомышленников качество работы заметно улучшается.

Большинство розничных магазинов (кроме сетевых) отличается тем, что коллективы работников в них небольшие, а возможности работодателя для дополнительной материальной мотивации часто бывают ограничены. Такие небольшие коллективы живут по законам психологии малой группы, для которой характерны следующие моменты:

- общая цель совместной деятельности, которую можно выразить в виде определенных показателей;
- заметный результат действия каждого члена группы, все на виду;
- значительное количество времени, проводимого вместе;
- тесные личные контакты с эмоциональным окрасом;
- выраженный статус каждого члена группы;
- неписаные моральные правила и нормы;
- групповые ожидания, т.е. мнение об ожидаемом поведении конкретного члена группы, своеобразный ярлык человека.

В любой группе формируется или изначально назначается свой лидер. Для малой группы очень важно, чтобы лидер не только ставил задачи, контролировал их исполнение, требовал достижения поставленных целей, но и был ориентирован на улучшение межличностных отношений членов коллектива и благоприятную атмосферу в целом.

Часто руководство и владельцы магазинов не учитывают эти особенности малых групп и требуют от администратора или управляющего магазина достижения показателей любой ценой, чрезмерно жестко относясь к персоналу, особенно к рядовым продавцам. Работа продавца сама по себе непростая, а в атмосфере неприятия, когда в работнике не видят полноценную личность, возможности моральной мотивации (не затратной для работодателя) сходят на нет.

В конечном счете, такой подход оборачивается против самого работодателя. Текучесть кадров в розничной торговле зачастую достаточно высока при том, что нормальным считается коэффициент 0,3 ед. в год (т.е. из каждых десяти работников увольняются трое). Если работники уходят из магазина по причине полного отсутствия моральных стимулов и пренебрежительного отношения руководства, то это прямые потери прибыли владельца. Нового работника необходимо найти, обучить, адаптировать, а это требует затрат времени и денег.

Способ мотивации работника во многом зависит от его психологического типа. Одна из популярных у кадровых работников система анализа психотипа – это метод MBTI, каждый год такой анализ проходят около 2 миллионов человек по всему миру [1].

Метод основан на типологии личностей по Юнгу и исходит из того, что существует четыре основных критерия, которые руководят поведением человека. Во-первых, куда направлено внимание: экстраверт или интроверт. Во-вторых, каким способом человек лучше воспринимает информацию: конкретика, факт, результат или интуиция. В-третьих, каким образом принимает решения: разум или эмоции. В-четвертых, стиль жизни – четкое планирование или спонтанность.

В результате получается 16 психологических типов, но для экспресс-анализа из них выбирают четыре основных типа. В таблице 2 приводятся основные типы работников, которые можно адаптировать к торговому персоналу.

Анализ по методу MBTI основан на опроснике из 93 вопросов, который можно найти самостоятельно или обратиться в специализированное кадровое агентство. В любом случае, стоит знать, что не все люди одинаково способны к поручаемой им работе, поэтому при распределении рабочих функций необходимо учитывать их сильные и слабые стороны.

Таблица 2 – Основные психотипы работников в организации

Тип	Характеристика	Мотивация
Администратор (SJ)	Этот бюрократический тип прекрасно встраивается в систему «начальник-подчиненный», причем успешен в обеих ролях. Надежный, стабильный, предсказуемый, следует традициям и отстаивает их. Разрабатывает правила и инструкции, старается минимизировать расходы и сохранить финансы работодателя. Хорошие управляющие на всех уровнях. Могут быть резкими в общении в рамках своей роли начальника. К подчиненным справедливы, умеют мотивировать «кнутом и пряником»	<ul style="list-style-type: none"> <li>- признание заслуг в виде званий и титулов;</li> <li>- рост по карьерной лестнице;</li> <li>- материальные поощрения</li> </ul>
Пожарник (SP)	Энергичны, эмоциональны, «звезды» в коллективе. Работают неровно, могут добиться разового большого успеха, а потом бросить дело на полпути. Прекрасно чувствуют себя в кризисной ситуации, фонтанируют идеями, идут на риск. Как руководители непредсказуемы, нуждаются в поддержке более стабильных и последовательных сотрудников	<ul style="list-style-type: none"> <li>- публично выражаемое внимание и восхищение начальства и коллег;</li> <li>- свободный график работы;</li> <li>- особое положение (любимчики);</li> <li>- возможность экспериментировать</li> </ul>
Интеллектуал (NT)	Для этого типа не существует авторитетов, поэтому он плохо вписывается в иерархическую структуру. Работоспособный, дотошный, настойчивый, постоянно продолжает учиться, предпочитает самостоятельную работу, за которую несет полную ответственность. Самое большое оскорбление для него – сомнение в его профессиональной компетентности. В команде уживается с трудом, т.к. считает других сотрудников недостаточно интеллектуально развитыми либо подходит к ним со своей меркой, требуя выполнения работы на свойственном ему высоком уровне. Не любит конфликты в коллективе, отстраняется, уходя в работу, из-за чего другие работники считают его высокомерным	<ul style="list-style-type: none"> <li>- поощрение его новых идей;</li> <li>- признание высокого профессионализма;</li> <li>- просьба высказать свое экспертное мнение;</li> <li>- роль советника или «серого кардинала»</li> </ul>
Вдохновитель (NF)	Главная ценность – отношения в коллективе, избегает конфликтов, стремится к примирению и соблюдению интересов других. Умеет создавать благоприятную обстановку в коллективе. Не любит рисковать, предпочитает работать в команде по указанию начальства. В качестве начальника не всегда эффективен, т.к. не умеет настаивать на выполнении подчиненными своих обязанностей. Однако руководство работой в команде единомышленников, где не требуется жесткого контроля, вполне ему по силам	<ul style="list-style-type: none"> <li>- хорошие отношения в коллективе;</li> <li>- частые корпоративы, посиделки, совместные чаепития;</li> <li>- публичная похвала;</li> <li>- одобрение коллег и начальства</li> </ul>

Например, если поручить «Пожарнику» на постоянной основе вести учет товарных запасов, а «Вдохновителя» отправить на жесткие переговоры с поставщиками, то ничего хорошего из этого не выйдет. Совсем другое дело, если каждый будет находиться на своем месте, используя свои сильные стороны. В частности, согласно психотипам, приведенным в таблице 2, целесообразно провести следующие соотношения:

1. «Администратор» – директор магазина.
2. «Интеллектуал» – бухгалтер, маркетолог, товаровед или аналитик результатов деятельности магазина.
3. «Вдохновитель» – продавец-консультант, умеющий учесть пожелания покупателя, стремящийся сделать его довольным и лояльным к магазину.
4. «Пожарник» – закупщик, умеющий найти лучшего поставщика.

Таким образом, при грамотном использовании комплекса способов мотивации руководитель может собрать в компании таких сотрудников, которые будут долго и с удовольствием работать, обеспечивая компании высокую прибыль.

Мотивация персонала выступает ключевым направлением кадровой политики любого предприятия. Мотивация персонала способствует повышению производительности и результативности труда. И действительно, повышение эффективности деятельности предприятия, от которой зависит рост производства и рост качества жизни, да и вообще работа предприятия, невозможна без мотивированного персонала.

Таким образом, мотивация трудовой деятельности персонала торговой организации, как и любой другой, возможна за счет материальной мотивации, социальной мотивации и психологической мотивации. При этом одной из главных задач является освоение современных оценочных и измерительных технологий, позволяющих получать, накапливать и использовать информацию применительно к мотивации и стимулированию персонала при решении текущих тактических и стратегических задач управления.

#### Список источников:

1. Архангельский Г.А. Основные инструменты МВТИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.improvement.ru/zametki/mbti.shtm>.
2. Барышева А. Мотивация. Опыт ведущих российских компаний / А. Барышева, Е. Киктева. – СПб.: Питер, 2014. – 208 с.
3. Егоршин А.П. Мотивация трудовой деятельности: учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2016. – 464 с.
4. Жданкин Н.А. Мотивация персонала. Измерение и анализ: учебно-практическое пособие. – М.: Финэкспресс, 2018. – 304 с.
5. Мотивация персонала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://globuslife.ru/articles/motivatsiya-personala.html>.
6. Мотивация персонала розничных магазинов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://moneymakerfactory.ru/articles/Motivacija-personala-rozничnyh-magazinov/>.
7. Мотивация персонала торговой компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://lib.ink/aktivnyie-prodaji\\_708/motivatsiya-personala-torgovoy-20501.html](http://lib.ink/aktivnyie-prodaji_708/motivatsiya-personala-torgovoy-20501.html).
8. Российский ритейл: итоги 2015 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://docviewer.yandex.ru/?url=http%3A%2F%2Fwww.ra-national.ru%2Fsites%2Fdefault%2Ffiles%2Fanalitic\\_article%2FRetail%25202015%2520-%25204.pdf&name=Retail%202015%20-%204.pdf&page=1&c=58124ac49ff7](https://docviewer.yandex.ru/?url=http%3A%2F%2Fwww.ra-national.ru%2Fsites%2Fdefault%2Ffiles%2Fanalitic_article%2FRetail%25202015%2520-%25204.pdf&name=Retail%202015%20-%204.pdf&page=1&c=58124ac49ff7).
9. Стимулирование и мотивация персонала торговых предприятий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://imspm.spb.ru/articles/87918.php>.

## МИРОВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 351/354

Бардовский В.П., Давыдова А.В.

### НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

*Бардовский Виктор Петрович*, кандидат экономических наук, профессор, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: bardovskijv@bk.ru

*Давыдова Анна Владимировна*; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: kaykay@mail.ru

*В современных условиях важной задачей является совершенствование местного самоуправления. В местном самоуправлении, непосредственно опирающемся на инициативу и активность граждан в решении актуальных для конкретной территории проблем, кроется потенциал, способный обеспечить устранение многих кризисных явлений в жизни российского общества, придать ему дополнительные стимулы для развития. В статье рассматриваются отдельные аспекты совершенствования территориальной, организационной и финансово-экономической основ местного самоуправления.*

*Ключевые слова:* местное самоуправление, совершенствование местного самоуправления.

Bardovsky V.P., Davydova A.V.

### DIRECTIONS OF THE LOCAL GOVERNMENT PERFECTION

*Bardovsky Victor Petrovich*, candidate of economics sciences, professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: bardovskijv@bk.ru

*Davydova Anna Vladimirovna*; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: kaykay@mail.ru

*Local government perfection is an important problem under modern conditions. There is a potential in the local government based on the initiative and activity of citizens in the solution of the problems actual for concrete territory. This potential can eliminate many crisis phenomena in the life of Russian society and give it additional stimulus for development. In the article separate perfection aspects of territorial and organizational and financial - economic bases of local government are considered.*

*Keywords:* local government, local government perfection.

В настоящее время местное самоуправление занимает важное место не только в конституционном строе Российской Федерации, но и в гражданском обществе. Деятельность органов местного самоуправления помогает реализовывать потребности населения. Направленность их деятельности – это повышение уровня и качества жизни населения. Но зачастую возникает ряд проблем при выполнении функций публичного управления на территории. Вопросы функционирования органов на местном уровне вызывают повышенный интерес у граждан России, поэтому эта тема является насущной на современном этапе.

Структура публичной власти в Российской Федерации представлена двумя уровнями: государственным и местным (муниципальным). На первом уровне власть осуществляют органы государственной власти, в том числе органы исполнительной власти; на втором уровне

свою деятельность осуществляют органы местного самоуправления, в том числе местная администрация. Последние избираются непосредственно населением и (или) формируются представительным органом муниципального образования. Они имеют соответствующие полномочия и компетенцию по решению вопросов местного значения и не входят в систему органов государственной власти [1].

Система органов местного самоуправления состоит из представительного органа муниципального образования, главы муниципального образования, местной администрации, контрольно-счетного органа муниципального образования, иных органов и выборных должностных лиц местного самоуправления, предусмотренных уставом муниципального образования.

Политические, социальные и экономические вопросы решаются органами местного самоуправления повседневно. При таком широком спектре направлений деятельности важно, чтобы она была направлена на достижение основной цели местного самоуправления – улучшение качества жизни населения. Для определения потребностей населения проводятся научно-практические исследования, направленные на разработку перспективных планов-прогнозов развития административно-территориальных единиц, чтобы в итоге прийти к одному результату – удовлетворению потребностей граждан. Актуальными проблемами, которые мешают динамичному развитию местного самоуправления в России, являются:

- несоответствие объема полномочий органов местного самоуправления и материально-финансовых ресурсов, имеющихся в распоряжении муниципалитетов;
- несовершенство и противоречивость нормативно-правовой базы;
- несбалансированность местных бюджетов;
- слабая собственная доходная база;
- нехватка высококвалифицированных специалистов для замещения должностей в органах местного самоуправления.

На сегодняшний день важной проблемой является несоответствие объема полномочий органов местного самоуправления и материально-финансовых ресурсов, имеющихся в их распоряжении. Зачастую муниципальным образованиям приходится использовать собственные доходы, чтобы выполнять не свойственные им функции общегосударственного характера. К ним можно отнести профилактику терроризма и экстремизма, гражданскую оборону, деятельность аварийно-спасательных служб и формирований, мобилизационную подготовку, участие в деятельности по охране общественного порядка и др. Помимо этого муниципалитеты должны нести расходы по возмещению убытков предприятий коммунального комплекса, возникающих в результате регулирования тарифов на уровне субъектов РФ. Решением данного комплекса проблем может послужить наделение муниципальных образований правом законодательной инициативы вносить предложения об изменении, дополнении, принятии новых региональных законов. Делегирование не подкрепленных финансово полномочий на местный уровень, излишняя централизация приводят к снижению инициативы и ответственности органов местного самоуправления. Поэтому необходимо более тщательно и взвешенно подходить к перераспределению полномочий между различными уровнями государственной власти и местного самоуправления [9].

Проблемы, связанные с правоприменительной практикой, появляются из-за специфического формирования системы местного самоуправления в России, которое проявляется в том, что законодательные нормы и институты возникают не столько в результате органического движения снизу, сколько в результате насаждения инициативы сверху. Результатом всего этого является возникновение размытых и неконкретных правовых норм; базовых законов, несогласованных с принятыми позднее нормативно-правовыми актами; юридически некорректные уставы муниципальных образований; отсутствие четких принципов разграничения полномочий между органами государственной власти и местного самоуправления; неясные процедуры осуществления властных и хозяйственных полномочий органов местного самоуправления.

Перечень задач органов местного самоуправления, которые не относятся к их юрисдикции, значительно вырос за последние годы, так как происходит переложение политиче-

ской и социальной ответственности на нижестоящие уровни власти. В случае если финансовые ресурсы будут в дефиците, произойдет отвлечение бюджетных средств на решение второстепенных задач и важные вопросы жизнедеятельности населения не будут решены. Следует продолжать разграничивать полномочия между уровнями публичной власти по всем направлениям. В первую очередь необходимо передавать те полномочия, исполнять которые на местном уровне было бы более эффективно. К примеру, органы местного самоуправления утверждают местные налоги и сборы, но в то же время у них нет возможности воздействовать на рычаги их собираемости [2; 6].

Проблема различия объема финансирования на душу населения в муниципалитетах в зависимости от региона является злободневной. Результатом данного явления становится социальная несправедливость, формирование разного уровня жизни населения, медицинского обслуживания, качества оказания других бюджетных услуг, комфортности и благоустроенности проживания, состояния дорожной и транспортной инфраструктуры и т.п.

При распределении финансирования особенности, связанные с плотностью населения, также не учитываются, что отрицательно сказывается на эффективности данной процедуры [5]. Несмотря на объявленную самостоятельность местного самоуправления в финансово-бюджетной сфере, большинство муниципальных образований всегда испытывали сложности в части местных финансов, но в условиях кризиса эти трудности значительно возросли, а деятельность муниципалитетов в бюджетной сфере во многом свелась к поиску средств для покрытия насущных ежедневных потребностей. Только небольшое число регионов и муниципалитетов может обеспечить расходы за счет собственных доходов. В последние годы бюджеты большинства муниципальных образований Российской Федерации являются дефицитными. В качестве примера можно привести бюджеты муниципальных образований Орловской области за 2014-2016 гг. (табл. 1).

Таблица 1 – Бюджеты муниципальных образований Орловской области в 2014-2016 гг. (млн.рублей) [3; 4; 8]

	Годы		
	2014	2015	2016
<b>Орловская область</b>			
доходы	13756	13364	15788
расходы	14230	13782	16320
Дефицит (-); профицит (+)	-474	- 418	-532
<b>Муниципальные районы</b>			
доходы	8391	7299	6588
расходы	8525	7416	6663
Дефицит (-); профицит (+)	- 134	-117	-75
<b>Городские округа</b>			
доходы	4757	5402	7973
расходы	5065	5669	8387
Дефицит (-); профицит (+)	-308	-267	-413
<b>Городские поселения</b>			
доходы	208	199	306
расходы	218	203	315
Дефицит (-); профицит (+)	-10	-4	-9
<b>Сельские поселения</b>			
доходы	747	465	920
расходы	768	495	955
Дефицит (-); профицит (+)	-21	-30	-35

В целом по Орловской области за 2014 – 2016 гг. доходы бюджетов муниципальных образований увеличились с 13756 млн руб. до 15788 млн руб., или на 5,25%; расходы мест-

ных бюджетов за эти годы увеличились с 14230 млн руб. до 16320 млн руб., или на 14,68%. В 2014-2016 гг. дефицит бюджетов муниципальных образований Орловской области составлял соответственно 474 млн руб.; 418 млн руб.; 532 млн руб. Имел место дефицит бюджетов муниципальных районов, городских округов, городских и сельских поселений. Такая статистика свидетельствует о том, что муниципальные образования не располагают необходимыми собственными доходами для осуществления местного самоуправления. В общем объеме поступивших в 2016 г. собственных доходов местных бюджетов Российской Федерации налоговые и неналоговые доходы составляют 56,6% (1 331,1 млрд рублей), межбюджетные трансферты (без учета субвенций) и другие безвозмездные поступления – 43,4% (1 020,9 млрд рублей).

Одним из важнейших ресурсов муниципального управления являются высококвалифицированные кадры. И их нехватка негативно сказывается на дальнейшем повышении эффективности. Так, если на 1 января 2017 года численность работников в сфере муниципального управления составляла 477214 человек, то на 1 января 2018 года их число уменьшилось на 4993 и составило 472221 человек [8].

Однако некоторые проблемы местного самоуправления можно решить путем оптимизации муниципального деления, а именно путем объединения муниципальных образований. И на протяжении нескольких лет в России наблюдается положительная динамика в этом направлении. Так, число муниципальных образований по субъектам Российской Федерации на 1 января 2018 года составило 21945 единиц, что меньше на 382 единицы по сравнению с данными на 1 января 2017 года и на 461 единицу меньше, чем на 1 января 2016 год [8]. За счет оптимизации муниципального деления происходит сокращение расходов на управление, уменьшение численности муниципальных служащих, высвобождение средств бюджета для решения проблем муниципального образования и его дальнейшего развития, что положительно сказывается на эффективности муниципального управления. Помимо всего, данная политика позволяет относительно выровнять территории с точки зрения их бюджетной обеспеченности, повысить самостоятельность, сократить дотации местных бюджетов.

В вопросе совершенствования мотивации участия населения в местном самоуправлении важное значение имеет выявление и распространение лучших практик местного самоуправления. В настоящее время большую роль в этой деятельности играют: Агентство стратегических инициатив, Союз российских городов, Всероссийский совет местного самоуправления, Фонд поддержки детей, находящихся в трудной жизненной ситуации и другие организации. В качестве примера развития форм общественного участия в местном самоуправлении можно привести проведение в 2017 г. Фондом поддержки детей, находящихся в трудной жизненной ситуации, всероссийского конкурса социальных проектов муниципальных образований. В ходе конкурсных процедур было рассмотрено 95 заявок из 43 субъектов Российской Федерации. Социальные проекты, направленные на профилактику сиротства, сохранение и восстановление семейного окружения ребенка, подверглись тщательному анализу и изучению конкурсной комиссией. В ее состав вошли представители Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации, Министерства образования и науки Российской Федерации, Министерства внутренних дел Российской Федерации, Ассоциации «Единое общероссийское объединение муниципальных образований», Ассоциации малых и средних городов России» сотрудники Фонда и другие эксперты. В результате конкурсного отбора финансовой поддержки Фонда удостоены 23 лучших проекта, в которых четко обозначены цель и задачи, детально проработаны содержание предполагаемой деятельности и возможность выполнения проекта в установленные сроки, определены ожидаемые результаты.

Анализ лучших муниципальных практик вовлечения граждан в местное самоуправление в Орловской области и других регионах Российской Федерации позволяет выделить следующие направления этой работы:

- стратегическое развитие социально-экономического развития муниципального образования;

- формирование благоприятного инвестиционного климата в муниципальном образовании;
- урбанистика;
- развитие территориального общественного самоуправления;
- самоуправление в жилищной сфере;
- общественный контроль и общественная оценка работы органов муниципального управления;
- поддержка инициатив местного самоуправления;
- развитие инфраструктуры коммунального хозяйства;
- местное самоуправление в сельских поселениях;
- молодежная политика, патриотическое воспитание;
- содействие занятости населения.

Практика участия граждан в местном самоуправлении в Орловской области и других регионах Российской Федерации показывает, что в современных условиях является актуальным совершенствование мотивации участия в решении следующих вопросов местного самоуправления:

- модернизация жилищно-коммунального хозяйства;
- взаимодействие органов местного самоуправления с управляющими организациями жилищно-коммунального хозяйства;
- формирование органами местного самоуправления действенных коммуникационных каналов для взаимодействия с жителями муниципальных образований;
- самобытность городских и сельских поселений;
- взаимодействие органов местного самоуправления с некоммерческими организациями, территориальным общественным самоуправлением;
- регулирование органами местного самоуправления межконфессиональных и межнациональных вопросов.

Развитие форм общественного участия в местном самоуправлении является важной частью механизма совершенствования местного самоуправления.

### Список источников:

1. Федеральный закон от 6 октября 2003 г. №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2003/10/08/zakonsamouprav.html>.
2. Горный М.Б. Муниципальная политика и местное самоуправление в России. Часть 2. Местное самоуправление. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.civisbook.ru/files/File/Gornyi\\_muniz.pdf](http://www.civisbook.ru/files/File/Gornyi_muniz.pdf).
3. Доклад о состоянии местного самоуправления в Российской Федерации / Под ред. Е.С. Шугриной. – 2-е изд. перераб. и доп. – М.: Изд-во «Проспект», 2015. – 240 с.
4. Доклад о состоянии местного самоуправления в Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ranepa.ru/images/News/2016-03/11-03-2016-doklad-vshgu.pdf>.
5. Карлуков Н.К. Совершенствование процессов формирования финансовых ресурсов местного самоуправления. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 135 с.
6. Кабашов С.Ю., Гимаев И.Р., Лаврентьев С.Н. Местное самоуправление и муниципальная служба в системе властных отношений: монография. – 4-е изд. стереотип. – М.: Флинта, 2017. – 287 с.
7. Мониторинг местного самоуправления Министерства финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://131fz.ranepa.ru/uploads/files/2017/08/monitoring\\_budzhetova\\_2016.pdf](http://131fz.ranepa.ru/uploads/files/2017/08/monitoring_budzhetova_2016.pdf).
8. Формирование местного самоуправления в Российской Федерации [Электронный ресурс] // Росстат. – Режим доступа: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/)

ru/statistics/publications/catalog/doc\_1244553308453.

9. Шарнина Л.А. Территориальная организация местного самоуправления Российской Федерации: монография. – Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2012. – 168 с.

УДК 332.1(470.323)

Пухалева А.Г., Кузнецова Л.М.

**АНАЛИЗ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ПРОГРАММ  
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ РОССИИ  
(НА ПРИМЕРЕ КУРСКОЙ ОБЛАСТИ)**

*Пухалева Анна Геннадьевна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: puhaleva.anna@yandex.ru*

*Кузнецова Людмила Михайловна, кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: gambееva-1969@mail.ru*

*Трансформация системы управления и хозяйственного механизма в России предполагает совершенствование процессов анализа и планирования комплексного социально-экономического развития регионов, создание территориально-хозяйственного механизма, обеспечивающего пропорциональное развитие соответствующих территориальных образований. В данной статье рассматривается процесс реализации государственных программ и выявляются их особенности в Российской Федерации. На основе изложенных материалов анализируется эффективность реализации регионального аспекта государственных целевых программ в сфере социально-экономического развития на примере субъекта Российской Федерации – Курской области.*

*Ключевые слова: государственные программы, эффективность реализации, стратегические цели социально-экономического развития, объем финансирования, целевые программы.*

**Pukhaleva A.G., Kuznetsova L.M.**

**IMPLEMENTATION ANALYSIS OF GOVERNMENT PROGRAMS  
OF SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGIONS OF RUSSIA  
(ON THE EXAMPLE OF KURSK REGION)**

*Pukhaleva Anna Gennadjevna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: puhaleva.anna@yandex.ru*

*Kuznetsova Ludmila Mikhailovna, candidate of economics sciences, associate professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: gambееva-1969@mail.ru*

*Transformation of the control system and economic mechanism in Russia assumes perfection of the processes of analysis and planning of complex social and economic development of the regions, creation of territorial-economic mechanism providing proportional development of corresponding territorial formations. In the article the process of realization of the government programs is considered and their features in the Russian Federation are highlighted. Realization efficiency of the regional aspect of the state target programs in the sphere of social and economic development on the example of Kursk region is analyzed on the basis of the stated materials.*

*Keywords: government programs, realization efficiency, strategic targets of social and economic development, financing volume, target programs.*

В настоящее время одной из главных задач бюджетной и административной реформ является переход на реализацию государственной политики и государственных функций программно-целевыми методами. В России разрабатываются и реализуются федеральные и региональные ведомственные целевые программы.

На первое место в методах государственного управления при отказе от широкого использования планирования как основного способа прямого регулирования социально-экономического развития общества выходит программирование. Наиболее главной и эффективной формой реализации программно-целевого подхода в управлении социально-экономическим развитием территории является государственная программа [2].

Разработка государственных программ осуществляется для достижения приоритетов и целей социально-экономического развития и обеспечения национальной безопасности РФ, которые определены в стратегии социально-экономического развития Российской Федерации, отраслевых документах стратегического планирования Российской Федерации, стратегии пространственного развития Российской Федерации и главных направлениях деятельности Правительства Российской Федерации на определенный период, исходя из положений федеральных законов.

К основным принципам комплексной оценки уровня социально-экономического развития региона относят:

1) комплексность оценки, которая обеспечивает учет всех важных составляющих уровня социально-экономического развития субъектов Российской Федерации;

2) системность оценки, которая предполагает учет взаимосвязей базовых показателей и использование упорядоченной структуры частных и интегральных характеристик регионального развития;

3) обеспечение максимальной репрезентативности показателей для оценки различных аспектов социально-экономического развития регионов;

4) учет достоверности исходных данных при выборе базовых показателей регионального развития;

5) наиболее полную адаптацию системы используемых индикаторов к возможностям существующей статистической отчетности;

6) достижение максимальной информативности результатов оценки уровня развития регионов с позиций принятия адекватных решений на федеральном и территориальном уровнях государственного управления;

7) соответствие системы индикаторов задачам ежегодного мониторинга и прогнозирования экономического и социального развития регионов;

8) сочетание общеэкономических индикаторов с показателями, которые отражают результативность деятельности органов государственной власти субъектов Российской Федерации по решению важных экономических и социальных проблем.

Государство всегда играет важную роль в постоянном и устойчивом функционировании экономических отношений, что обуславливает необходимость управления, регулирования финансовых отношений на всей его территории. С помощью финансов государство регулирует экономику, оказывает прямое воздействие на развитие производства и влияет на социально-политические процессы.

Местное самоуправление так же как, и государство, может выполнять свои задачи и функции, только обладая определенными материальными и финансовыми ресурсами, что обуславливает необходимость осуществления ими особой деятельности – финансовой. Необходимость осуществления финансовой деятельности муниципальными образованиями в современных условиях приобретает особую значимость [5].

Анализ сегодняшней ситуации, сложившейся в местном самоуправлении Российской Федерации, попытки прогнозировать его будущее развитие делают необходимым обращение к прошлому, к историческим положениям, принципам, ценностям. И это не дань прошлому, а естественный способ человеческой ориентации в историческом времени и пространстве.

В этом отношении непреходящее историческое значение имеет теория местного самоуправления.

В общей совокупности политико-правовых знаний прошлого и современности теоретические концепции, конструкции как формы выражения и фиксации исторически возникающих и развивающихся идей занимают особое место.

Разработки теории, которые посвящены местному самоуправлению, в настоящее время крайне важны, так как практика не стоит на месте и время от времени порождает новые явления, которые требуют правового регулирования. Следовательно, необходимо изучать теоретическое наследие прошлого, накопившее исследования по вопросу местного самоуправления, его характера, компетенции местных органов, проводить анализ исторического опыта законодательного регулирования местного самоуправления в России и за рубежом [1].

Регионы в основном стремятся создать собственную экономическую базу устойчивого роста. Ее основой, как правило, является становление предпринимательской среды с соответствующей инфраструктурой, а также поддержка перспективных отраслей. На уровне регионов программы должны решать вопросы приоритетного развития специализации, финансовой стабилизации, инфраструктуры и другие.

Чтобы оценить эффективность реализации государственных программ применяют следующие критерии:

- 1) уровень достижения плановых значений целевых показателей государственных программ;
- 2) уровень эффективности реализации основных мероприятий государственных программ, который определяется исходя из оценки исполнения контрольных событий;
- 3) уровень реализации (кассового исполнения) государственных программ за счет средств федерального бюджета;
- 4) уровень эффективности деятельности ответственных исполнителей в части, касающейся разработки и реализации государственных программ [4].

Приказом №670 от 22 декабря 2010 года Министерством экономического развития РФ также были утверждены «Методические указания по разработке и реализации государственных программ Российской Федерации», которые в дальнейшем дважды корректировались. В настоящее время действует приказ от 20 ноября 2013 года № 690 «Об утверждении методических указаний по разработке и реализации государственных программ Российской Федерации» [2].

Рассмотрим источники финансирования Курской области в 2016 году (рис. 1).

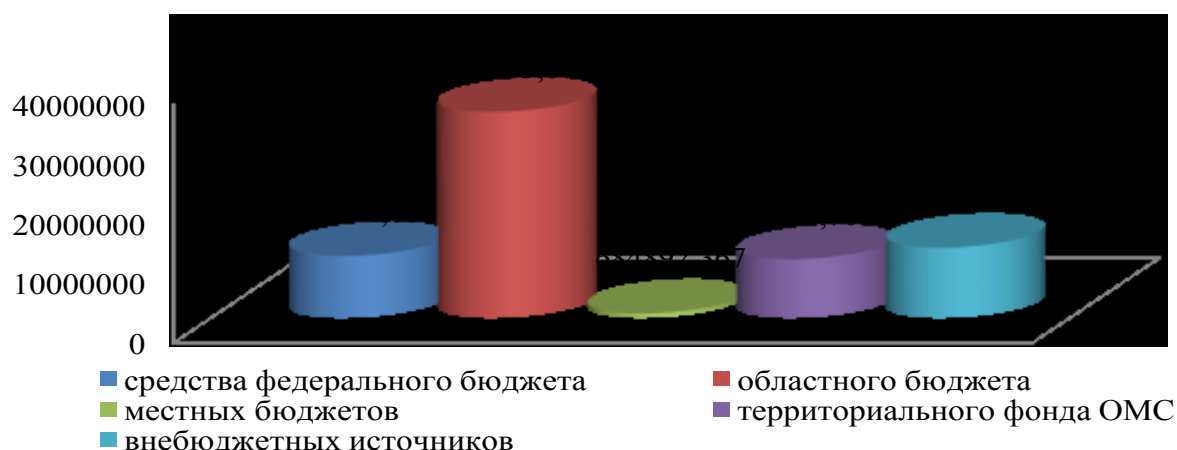


Рисунок 1 – Источники финансирования реализации государственных программ в 2016 году

В 2016 году проводилась реализация 25 государственных целевых программ Курской области, которые были разработаны на основании перечня государственных программ и утверждены распоряжением Администрации Курской области от 24.10.2012 г. №931-ра (с

последующими изменениями).

Можно сказать, что на реализацию государственных программ в 2016 году было направлено 67173968,493 тыс. рублей за счет всех источников финансирования, или 103,5% от предусмотренного на год объема [3].

В соответствии с Бюджетным кодексом Российской Федерации государственные программы, а также планы реализации и детальные планы-графики реализации государственных программ приводились в соответствии с Законом Курской области от 4 декабря 2015 года №121-ЗКО «Об областном бюджете на 2016 год» (с учетом последующих изменений).

Так как показатель эффективности реализации государственной программы «Развитие здравоохранения в Курской области» не менее 0,90 и составил 0,98, то эффективность реализации данной программы Курской области за 2016 год является высокой. Эффективность реализации государственной программы «Развитие экономики и внешних связей Курской области» за 2016 год признается высокой в связи с тем, что показатель эффективности реализации государственной программы составил 0,97. Эффективность реализации государственной программы «Развитие промышленности в Курской области и повышение ее конкурентоспособности» признается удовлетворительной – показатель эффективности реализации государственной программы составил 0,776 (табл. 1).

Таблица 1 – Информация о реализации государственных программ Курской области по основным направлениям

Наименование государственной программы	Ответственный исполнитель	Объем финансирования государственной программы (тыс. рублей)			
		предусмотрено государственной программой	отклонение	фактические расходы	% выполнения
«Развитие здравоохранения в Курской области»	Комитет здравоохранения Курской области	17363574,079	3005,00	17293333,719	99,6
«Развитие образования в Курской области»	Комитет образования и науки Курской области	12766590,855	0,00	12738465,908	99,8
«Социальная поддержка граждан в Курской области»	Комитет социального обеспечения Курской области	6850227,093	23984,20	6768793,871	98,5
«Содействие занятости населения в Курской области»	Комитет по труду и занятости населения Курской области	467707,004	0,00	466451,846	99,7
«Развитие культуры в Курской области»	Комитет по культуре Курской области	1018058,094	0,00	1017663,328	100
«Развитие экономики и внешних связей Курской области»	Комитет по экономике и развитию Курской области	335101,323	0,00	334384,291	99,8
«Развитие промышленности в Курской области»	Комитет промышленности, транспорта и связей Курской области	5526150,000	0,00	9800649,262	177,4

Для достижения более высоких параметров и конечных результатов следует уделять особое внимание уровню разработки и повышению качества подготовки целевых программ, их пояснению, а также отслеживать ход их выполнения. Формирование программного бюд-

жета обеспечивает прозрачность и открытость бюджетного процесса, что способствует эффективной деятельности органов государственной власти для достижения стратегических целей социально-экономического развития на макро- и мезоуровне [2].

Таким образом, развитие системы и методологии финансово-экономического анализа необходимо в настоящее время для совершенствования качества государственного управления и эффективности реализации государственных программ в России и регионах.

Исходя из полученных данных, можно сказать, что за 2016 год по государственным программам Курской области достигнута эффективность их реализации. Основные мероприятия и контрольные события государственной программы Курской области в отчетном году выполнены. Стратегия догоняющего развития сменилась работой на опережение. Крупные агрохолдинги образуют свои сегменты производств в муниципальных территориях, инвестиции 2016 года – лучшие в ЦФО (113 к уровню 2015 года), «Газпром» и другие крупные корпорации активно обустраивают социальную инфраструктуру, в области самые низкие в ЦЧР цены на продукты.

По данным региональных органов официальной статистики, наибольший объем инвестиций в основной капитал в абсолютных значениях в 2017 году удалось привлечь Московской (678,3 млрд рублей) и Воронежской (294,2 млрд рублей) областям. Значительны показатели в Тульской (127,1 млрд рублей), Тамбовской (111,7 млрд рублей) и Курской (100,6 млрд рублей) областях. Минимальные результаты по данному показателю зафиксированы в Костромской области (20,6 млрд рублей), Ивановской (27,1 млрд рублей) и Орловской (45,3 млрд рублей) областях.

В пересчете на душу населения иерархию областей ЦФО возглавляет Воронежская область (126,0 тыс. рублей). По относительному показателю привлечения инвестиций в основной капитал на душу населения в шестерке лидеров Липецкая область (121,0 тыс. рублей), Тамбовская (107,5 тыс. рублей), Московская (91,3 тыс. рублей), Белгородская (89,6 тыс. рублей) и Курская (89,6 тыс. рублей) области.

По итогам 2017 года в одиннадцати областях ЦФО зафиксирован положительный индекс производства продукции сельского хозяйства в хозяйствах всех категорий относительно 2016 года. В лидерах Тамбовская область (14,1%), Калужская (9,9%), Тульская (9,3%) и Курская (7,0%) области.

Курская область любит не афишировать уже осязаемые определенные успехи, позитивные тренды развития, власти прислушиваются к мнению жителей области, и этот стиль публичного поведения оправдан в нынешних непростых социально-экономических условиях. Благоприятная среда для жизни и бизнеса, комфортные условия породили активное желание предпринимателей не только инвестировать средства с целью получения прибыли, но и делать для себя оправданные социальные обременения с задачей обретения регионом стартовых условий к лидерству.

Промышленное производство Курской области за 2017 год выросло на 4%, сельское хозяйство – на 14%. В основном это заслуга сферы животноводства. За 9 месяцев 2017 года сдано в эксплуатацию более 330 тысяч квадратных метров жилья, построено почти 200 километров газовых сетей. Во многих отраслях экономики почти на 7% выросла зарплата работников и в среднем по области она составила 26 тысяч рублей. Темпы роста область намерена сохранить – это зафиксировали в проекте прогноза социально-экономического развития региона на ближайшие три года. Валовой региональный продукт по базовому варианту в 2018 году ожидают на уровне 423 млрд 200 млн рублей с ростом на один процентный пункт. В 2019 ожидают уровень 440,5 млрд рублей с ростом на 1,7% и в 2020 году – 471 млрд рублей с ростом на 1%.

В перспективе объемы промышленного производства в 2018 году повысятся до 102,5%, добыча полезных ископаемых повысится на 7%, в обрабатывающих отраслях – до 103%. В АПК в этот период планируется заготавливать до 4 млн тонн зерна, около 4,5 тонн сахарной свеклы, скота и птицы – до 500 тысяч тонн. Что касается бюджета на ближайшие 3 года, то он сохранит социальную направленность: на эти цели потратят более 70%.

Всего на 2018 год запланировано 26 госпрограмм. На их реализацию заложено почти 43 млрд рублей. В области образована качественная корпоративная культура, которая серьёзно отражается на всём развитии региона, его инвестиционной и гуманитарной привлекательности. А это уже важные реалии в поступательной динамике субъекта РФ.

Список источников:

1. Белостоцкий А.А. Программно - целевое планирование регионального бюджета // Дельта науки. – 2016. – №1. – С. 22-27.
2. Приходченко О.С. Зарубежный опыт бюджетного программирования // Будущее науки-2015: Сборник научных статей 3-й Международной молодежной научной конференции (23-25 апреля 2015 года), в 2-х томах, Том 1. – Курск: Юго-Зап. гос. ун-т.; ЗАО «Университетская книга», 2015. – С. 214-218.
3. Проект закона Курской области «Об исполнении областного бюджета за 2016 год» [Электронный ресурс] // Официальный сайт Администрации Курской области. – Режим доступа: [http://adm.rkursk.ru/index.php?id=693&mat\\_id=67598](http://adm.rkursk.ru/index.php?id=693&mat_id=67598) (дата обращения: 19.09.2018).
4. Администрация Курской области. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://adm.rkursk.ru> (дата обращения: 19.09.2018).
5. Бабич А.М., Павлова Л.Н. Государственные и муниципальные финансы: учебник. – М.: Юнити-Дана, 2016. – 687 с.
6. Паршутина И.Г. Социально - экономическое развитие муниципального образования и критерии его оценки // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – № 3 (37). – С. 40-44.
7. Сотникова А.А., Бирюкова Н.П., Пряхина О.И. Теоретические аспекты и направления экономического развития отраслей и регионов в условиях модернизации российской экономики // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2017. – № 6 (24). – С. 53-57.
8. Шаникова И.В., Захаркина Н.В. Современные подходы оценивания и прогнозирования тенденций социально-экономического развития регионов Центрального федерального округа // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2016. – № 4 (16). – С. 97-99.
9. Шманёв С.В., Качибая П.С., Митюшенков А.Н., Ефименко В.А. Проект развития сельского хозяйства на территории Курской области // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – №4(38). – С. 6-10.
10. Юрзинова И.Л., Шманёв С.В., Незамайкин В.Н. Повышение эффективности процессов стратегического управления, социально-экономического планирования и проектирования на муниципальном уровне за счет совершенствования научного и экспертно-аналитического обеспечения // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – № 1 (35). – С. 72-77.

УДК 339.52(470)

Архипкина Е.В.

## РОССИЯ И ВТО: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

*Архипкина Елена Владимировна\**, группа ГМУЗ-4, ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»; РФ, 125993 (ГСП-3), г. Москва, Ленинградский просп., д. 49; e-mail: [elena.arkhipkina97@yandex.ru](mailto:elena.arkhipkina97@yandex.ru)

*В статье в ретроспективе рассматривается развитие отношений в период подготовки и вступления России в ВТО, а также связанные с этим проблемы и положительные стороны. Предлагается описание негативных последствий, приводятся возможные их причины.*

*Ключевые слова:* Всемирная торговая организация (ВТО), санкции, экспорт, импорт, инвестиции, экономка, торговля.

---

\* Научный руководитель: Шманев Сергей Владимирович, д.э.н., профессор; e-mail: [shmanev\\_s\\_v@mail.ru](mailto:shmanev_s_v@mail.ru)

Arkhipkina E.V.

## RUSSIA AND THE WTO: PROBLEM AND PROSPECTS

*Arkhipkina Elena Vladimirovna; Financial University under the Government of the Russian Federation; 49 Leningradsky Prospekt, Moscow 125993, GSP-3, Russian Federation; e-mail: elena.arkhipkina97@yandex.ru*

*In the article the development of relations in the period of Russia's preparation and accession to the World Trade Organization is considered in retrospective review. The problems and positive moments related to this process are considered. The description of negative consequences is suggested and their possible reasons are presented.*

*Keywords: the World Trade Organization (WTO), sanctions, export, import, investments, housekeeper, trade.*

Существующие разногласия между Россией и ВТО довольно часто обсуждаются в интернет-пространстве. Достаточно большую часть российских граждан интересует данная тематика, более того контент интернет-форумов и пр. изобилует активными сомнениями в целесообразности вступления России в ВТО. В числе основных вопросов встречаются следующие: Какие цели преследовались? Каковы были ожидания? В чем причина неоправданных ожиданий? Какие реальные отношения складываются в настоящее время между Россией и странами-членами ВТО?

Попытаемся ответить на поставленные вопросы, прежде всего, через призму дефиниций, вскрывающих суть тех или иных понятий, имеющих отношение к рассматриваемой проблематике. Всемирная торговая организация (ВТО) – это международное некоммерческое объединение, которое регулирует внешнеэкономическую деятельность стран-участниц, существующее с 1 января 1995 года и являющееся правопреемницей Генерального соглашения по тарифам и торговле.

На данное время ВТО выполняет следующие функции:

- разрешение торговых споров между странами участникам;
- наблюдение за их торговой политикой;
- контроль за исполнением торговых соглашений стран участниц;
- организация и обеспечение их переговоров.

Вступление в ВТО было для России долгожданным событием. Россия подала заявку на присоединение в 1993 году, но позитивных сдвигов и положительного решения на переговорах пришлось ждать 18 лет – 22 августа 2012 года наша страна была принята в «элиту» торговли.

Причинами столь затянувшегося процесса присоединения послужило множество оснований. Наиболее весомыми из них можно считать:

- мировой финансовый кризис 2008 года;
- конфликт с Грузией по поводу Абхазии и Южной Осетии;
- разногласия на финансовых рынках, связанные с поставками в РФ сельскохозяйственной продукции и защитой прав интеллектуальной собственности.

После успешного решения разногласий между США и Евросоюзом, которые и был вызваны присоединением нового участника, в 2010 году всё-таки было объявлено решение о вступлении России в ВТО.

Вместе с тем, как оказалось, момент для этого был выбран неудачно. На мировую экономику обрушился знаменитый кризис 2007-2008 годов, который, хоть и продлился недолго, но последствия сыграли свою роль. Однако на решение о присоединении нового участника это не повлияло.

Основной целью вступления России в ВТО преследовалось получение возможностей для развития экспорта, поскольку предполагалось, что это поможет нашей экономике вырваться вперёд. Помимо этого, существовал еще целый ряд ожиданий, возможно, которые

будут содействовать продвижению и развитию России. Их можно подразделить на экономико-правовые и политические.

К ожиданиям экономико-правового характера можно отнести:

1. Увеличение присутствия России в мировой экономике;
2. Получение доступа к мировому рынку и возможность участия в рассмотрении споров, действующих в ВТО, поскольку это даёт возможность действовать в своих интересах, к примеру, что касалось бы экспорта (Россия ежегодно теряет около 2,5 млрд долл. США от ряда ограничений).

3. Обеспечение открытости экономики для иностранных инвестиций.

4. Обеспечение легитимности выхода в международное правовое и экономическое пространство.

5. Создание благоприятствующего режима для товаропроизводителей российского происхождения, улучшения качества и конкурентоспособности российских товаров и услуг, что способствует развитию малого бизнеса.

К ожиданиям политическим относят:

1. Формирование защиты от дискриминационного применения технических, санитарных и фитосанитарных барьеров.

2. Улучшение имиджа страны.

Но наше вступление было оговорено рядом действующих условий:

- В первую очередь это касалось снижения ставки импортных пошлин, что давало преимущества для иностранного производителя (таможенные пошлины на широко производимые потребительские товары в России, практически не снизились).

- Государство сможет финансировать сельское хозяйство на сумму не более 9 млрд долларов в год (в этом плане мы перевыполняем требование и тратим значительно меньше.)

Определяющей частью Протокола, посредством которого Россия вступила в ВТО, является Перечень обязательств по товарам и Перечень обязательств по услугам.

Перечень обязательств по услугам подразумевает под собой ограничения к доступу членов ВТО на определённый российский рынок услуг (к примеру, инновационный). Если ограничение не было указано в протоколе или существует в данном перечне, но не подкреплено в российском праве, то, согласно правилам ВТО, должны будут действовать два принципа:

- 1) принцип «национального режима», то есть правила идентичны для лиц из стран-членов ВТО и России;

- 2) принцип «наиболее благоприятствуемой нации», который означает, что если Россия предоставит тот или иной благоприятный правовой режим для лиц из одной страны в ВТО, то он распространится и на все остальные страны ВТО.

В ответ страны, входящие в ВТО, должны были снять или снизить ограничения на импорт российской продукции.

Россия оказалась настойчивой в вопросах банковского сектора и отказала предложению американцев допустить на российский рынок филиалы иностранных банков. Но российская сторона всё-таки пошла на уступки и предоставила некоторые преимущества, повысив тем самым долю иностранного капитала с 25% до 50% и разрешив стопроцентную иностранную собственность на банки, брокерские и инвестиционные компании.

Именно тут свою роль сыграл кризис 2008 года, который не дал этим ожиданиям осуществиться. Была повышена ключевая ставка Центробанка, соответственно выросла стоимость денег в экономике, и кредиты подорожали. Сейчас идёт плавное снижение ключевой ставки, но к докризисным значениям она только стремится.

Россия находится еще в стадии переходного периода и постепенно движется к исполнению всех взятых на себя обязательств. Но даже сейчас можно констатировать, что членство в ВТО внесло свои коррективы в состояние отечественной экономики.

Всегда глобальные шаги не остаются бесследными: вступление России в ВТО не стало исключением и внесло коррективы во всю экономику страны и оставило отпечаток в виде

как явно положительных, так и отрицательных моментов. Оценка позитивных и негативных последствий вступления России в ВТО является самой острой и обсуждаемой на сегодняшний момент.

Положительные стороны присоединения России к ВТО:

- 1) Свободный доступ к международному рынку товаров из России;
- 2) Получение доступа к квази-судебной системе решения споров ВТО;
- 3) Учёт российских интересов в выработке новых правил международной торговли;
- 4) Транспарентность и стабильность законодательства;
- 5) Увеличение числа инвесторов;
- 6) Развитие и укрепление отношений в рамках СНГ посредством соглашений о свободной торговле и с Таможенным союзом;
- 7) Улучшение имиджа страны.

Отрицательные стороны присоединения России к ВТО:

- 1) Снижение стоимости экспортируемых товаров;
- 2) Увеличение оттока капитала;
- 3) Членство России в ВТО не принесло желаемого притока иностранных инвестиций, что говорит о системных проблемах в экономике, при которых даже в качестве страны-члена ВТО Россия не слишком прельщала иностранного инвестора (рис. 1);
- 4) ВТО ограничивает возможности России защищать внутреннего производителя через импортные пошлины и другие инструменты, из-за чего импортные товары стали стоить дороже, даже несмотря на снижение пошлин. В результате этого к 2017 году импорт сократился на 43% в сравнении с уровнем 2012 года. Эффект от снижения пошлин проявится в снижении конкурентоспособности отечественной продукции;
- 5) ВТО не защитило страну от санкций и от ограничительных мер. На 1 августа 2015 года число стран, использующих ограничительные меры в отношении российских товаров, увеличилось до 27;
- 6) 90% предприятий в силу отсутствия опыта, неподготовленности, изношенных мощностей не выдержало конкуренции с иностранными предприятиями;
- 7) В первую очередь главным негативным фактором является безработица. По подсчетам некоторых аналитиков, скоропалительное вступление в ВТО принесло России 30 млн безработных и 40 тыс. закрытых предприятий;
- 8) Потеря Россией суверенитета и запрет промышленной политики;
- 9) Уже в 2018 году сельское хозяйство испытает на себе все последствия диверсии-вступления в ВТО, когда государство в рамках взятых на себя обязательств пойдет на сокращение помощи аграриям;
- 10) ВТО не обеспечило положительную динамику экспортно-импортных операций.

Теперь, проанализировав проблемы вступления России в ВТО, возможные недостатки и последствия вступления, можно сделать вывод, что при наличии в запасе большого количества ресурсов и ископаемых Россия имеет перспективы в рамках ВТО и должна использовать их с максимальной для себя выгодой, но пока этого не происходит.

Однако, анализируя информацию об объемах иностранных инвестиций в Российскую Федерацию (рисунок 1), можно сделать вывод о том, что с вступлением в ВТО в 2013 году наблюдается рост относительно 2012 года, а вот уже в 2014 году – резкое снижение на 70% объема инвестиций, что связано с ухудшением инвестиционного климата из-за событий, связанных с присоединением полуострова Крым<sup>1</sup>.

Инвестиционный климат в России не привлекает иностранных инвесторов, поскольку все желающие инвестировать средства в экономику Российской Федерации зарубежные бизнесмены знают, что она с высоким уровнем коррупции и выделяемые средства будут нецелесообразно использованы, в том числе с повышенными экономическими и политическими рисками.

<sup>1</sup> Инвестиции в России. – URL: [http://www.gks.ru/free\\_doc/doc\\_2017/invest.pdf](http://www.gks.ru/free_doc/doc_2017/invest.pdf).

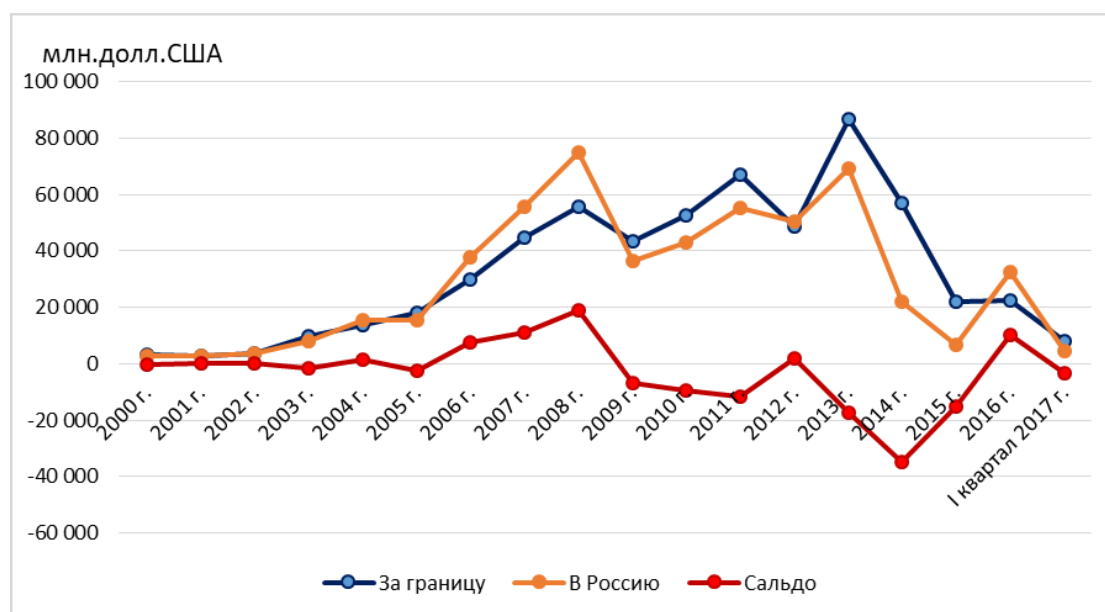


Рисунок 1 – Прямые инвестиции РФ (сальдо платежного баланса), по данным ЦБ<sup>1</sup>

Российская экономика в данный момент испытывает ощутимый кризис, что связано по большей части с ухудшением международной политической ситуации, антироссийскими санкциями, резким падением цен на нефть, ростом инфляции, ослаблением национальной валюты и ограниченным доступом к долговому финансированию значительно осложнили развитие ряда отраслей российской экономики, что не даёт достижения результатов от вступления в ВТО.

Подводя итог, можно сказать, что процесс наложения санкций оказал ключевое воздействие на наши планы и надежды от вступления в ВТО, его механизм был полностью разрушен. Предприятия по итогам не получили ни роста, ни снижения своих позиций. Экономического прогресса не наблюдалось. Тогда возникает закономерный вопрос: кому вступление в ВТО России было выгодно более всего? Напрашивается такой же закономерный ответ: самому ВТО, которое видело все перспективы от нашего вступления. Мы являемся источником обогащения для других, а по сути для нас – это акт, влияющий на имидж.

Для России вступление в ВТО оказалось не таким выгодным на практике. Потери оказались очевидными, и сложно сказать, связаны ли они с наложенными санкциями или с чем-то ещё, но при этом ВТО дала определённый механизм поведения, который упрощает решение вопросов, устраняет конфликтные ситуации и взаимовязывает интересы. На данный момент Россия не готова к вступлению в ВТО, поскольку целый ряд отраслей имеет свои перекосы, которые и тормозят процесс получения ожидаемых «плодов».

Только те страны, экономика которых идет по инновационному пути развития, получают выгоду от вступления в ВТО. Хотя изначально считали, что для России этот сценарий возможен, и ожидали, что произойдёт наращивание экспорта высокотехнологичной продукции, но ошиблись. Максимум в ближайшем будущем Россия не получит. Мало того, участие в ВТО платное и составляет 5 миллионов долларов в год (а это, например, 5 детских садов).

Чтобы дальнейшее пребывание России в ВТО не оказалось убыточным для страны, необходимо устранить имеющиеся перекосы в экономике.

Список источников:

1. Гребенкина Е.А., Жильников А.Ю. Россия в ВТО: ожидание и реальность // Территория науки – 2015. – №3. – С. 93-97.
2. Тер-Акопов С.Г., Кожевникова Т.М. Первые итоги вступления России в ВТО // Социально-экономические явления и процессы. – 2014. – №6. – Т.9. – С.16-20.

<sup>1</sup> Статистика внешнего сектора. – URL: <http://www.cbr.ru/statistics/?Prtid=svs>.

3. Орлова Е.Б. Вступление России в ВТО: теоретические вопросы и предварительные результаты // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2014. –100. – С. 1336-1345.

4. Быстрицкая Я.М. Факторы, влияющие на развитие российской розничной торговли после вступления России в ВТО // Вестник Бурятского государственного университета. – 2015. – №2-1. – С. 98-105.

5. Инвестиции в России. 2017: Статистический сборник [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. – Режим доступа: [http://www.gks.ru/free\\_doc/doc\\_2017/invest.pdf](http://www.gks.ru/free_doc/doc_2017/invest.pdf).

6. Статистика внешнего сектора [Электронный ресурс] // Сайт Центрального банка Российской Федерации. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru/statistics/?Prtid=svs>.

УДК 338.48(470.6)

Кабышев В.А.

### ОПРЕДЕЛЕНИЕ ВЕКТОРА РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

*Кабышев Вячеслав Алексеевич\**, Институт экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»; РФ, 295007, Республика Крым, г. Симферополь, проспект академика Вернадского, д. 4; e-mail: [slavkafe@mail.ru](mailto:slavkafe@mail.ru)

*В статье представлены наиболее перспективные и экономически благоприятные для развития виды туризма в Республике Крым, а также определены пути решения основных проблем в данной области, инструменты продвижения и популяризации предлагаемого туристического продукта. Для продвижения и популяризации как оздоровительного и лечебного туризма, так и для экстремальных видов и, как следствие, для повышения экономического благосостояния Крыма необходимо выработать определенную последовательность действий, необходимо обеспечить финансирование и провести широкомасштабную качественную рекламную кампанию в этих областях с целью привлечения иностранных туристов как любителей, так и спортсменов-профессионалов.*

*Ключевые слова:* туризм, экстремальный, оздоровительный, реклама, финансирование, имидж.

Kabyshev V.A.

### DEFINING OF TOURISM DEVELOPMENT VECTOR IN THE REPUBLIC OF CRIMEA

*Kabyshev Vyacheslav Alexeyevich*; Institute of Economics and Management of the V.I. Vernadsky Crimean Federal University; 4 Vernadskogo Avenue, Simferopol, Republic of Crimea 295007, Russian Federation; e-mail: [slavkafe@mail.ru](mailto:slavkafe@mail.ru)

*The most perspective and economically favorable for the development kinds of tourism in the Republic of Crimea are presented in the article. The ways of the solution of the basic problems to the region, advancement and popularization tools of tourist product are defined. It is necessary to develop certain sequence of actions for advancement and popularization of both health- improving and therapeutic tourism, and for extreme kinds. As a consequence, it is also necessary for increase of economic well-being of Crimea. It is financing and large-scale, qualitative advertising company in these regions to attract foreign tourists, both fans, and sportsmen-professionals.*

*Keywords:* tourism, extreme, health- improving, advertising, financing, image.

\* *Научный руководитель: Павленко Ирина Геннадьевна, к.э.н., доцент; e-mail: [Irira@rambler.ru](mailto:Irira@rambler.ru)*

На сегодняшний день в Республике Крым происходят масштабные изменения, в том числе и в туристической сфере. Реконструируются и создаются объекты инфраструктуры, напрямую влияющие на объем турпотока в регион, при этом значительно увеличился уровень транспортной доступности региона: был построен международный аэропорт в Симферополе, функционирует мост для автомобильного транспорта через Керченский пролив. Новый аэровокзальный комплекс располагает площадью в 78 тыс. м<sup>2</sup>, а его пропускная способность составляет до 3,65 тыс. пассажиров в час, т.е. 6,5 млн пассажиров в год. Исходя из этих факторов, количество туристов, которые посетят Республику Крым с целью получения туристических услуг, значительно возрастет. В связи с этим необходимо определить направление развития туризма в регионе, его наиболее перспективные и рентабельные для продвижения виды [5].

На территории полуострова сосредоточено 770 гостиниц, а также санаторно-курортных учреждений, общая вместимость которых составляет более 158 тыс. мест [5]. Как правило, Крым привлекает любителей санаторно-курортного и пляжного видов туризма. Благоприятный климат и большое количество культурно-исторических ценностей обосновывают важность санаторно-курортной деятельности и туризма в регионе. И хотя в динамике туристских потоков в последние годы отмечается положительная тенденция, на мировом уровне Республика Крым на 2018 год не составляет сильной конкуренции ведущим по количеству посещений регионам. Подавляющее число рекреантов, посещающих Республику Крым, – граждане РФ (до 90%). Безусловно, развитие внутреннего туризма также имеет множество положительных моментов, однако максимально полно и выгодно использовать весь санаторно-курортный потенциал позволяет международное признание региона как финансово крепкого, конкурентоспособного и высокоразвитого туристского центра [11]. Однако высокий уровень сервиса не единственный инструмент для популяризации региона как рекреационно развитого [7]. К Республике Крым применимо и такое не менее интересное понятие, как «экстремальный туризм». Актуальность темы обуславливается необходимостью выделить ключевые направления в развитии туризма с целью увеличения турпотока в регион как со стороны граждан РФ, так и со стороны иностранных туристов [3].

В первую очередь, необходимо помнить, что для подавляющего числа жителей Российской Федерации Крым – «всесоюзная здравница». Это значит, что регион уже имеет свое имя на рынке курортов, развивающих оздоровительный и лечебный туризм. Если конкретизировать, то в Республике Крым климат позволяет предотвращать и лечить легочные заболевания, а также различные виды аллергии. Далее, в Крыму развито грязелечение. Методики грязелечения основаны на целебных свойствах грязей [2]. На данный момент грязевые процедуры применяют для лечения кожных и неврологических заболеваний, нарушений опорно-двигательного аппарата. Разновидностями грязелечения являются обертывания, аппликации, гальваногрязь и другие методы. Процедуры с применением грязей считаются эффективными для лечения многих заболеваний. Также в Крыму насчитывается более ста источников минеральных вод, которые в зависимости от своего состава могут использоваться как для применения внутрь, так и для купания, что создает большие перспективы для развития лечения минеральными водами в непосредственной связи с оздоровительным и лечебным туризмом [1]. Среди общего количества средств размещения на 2016-2017 гг. в Республике Крым 26,3% гостиничного фонда составили санатории и пансионаты с профильным лечением, а за 2017 год было оздоровлено 537,8 тыс. человек [5, 8]. Эти внушительные показатели обуславливают необходимость дальнейшего развития данного вектора туризма в регионе [4].

Еще одним вектором развития в данной сфере является экстремальный туризм, который, как правило, связан, так или иначе, с риском для жизни, что создает определенные трудности. Регион располагает всем необходимым для продвижения и популяризации этого направления: климат, рельеф местности, культурно-исторические ресурсы [12]. Стоит помнить, что турист посещает туристический регион часто не для того, чтобы посетить определенное гостиничное предприятие, оздоровиться, а для того, чтобы испытать новые ощущения, увидеть уникальные природные ценности, получить большое количество эмоций от не-

стандартных видов деятельности [6]. Именно активный отдых и экстремальные виды деятельности позволяют достигнуть этой цели. К ним можно отнести, в первую очередь, дайвинг, ведь Черное море не только богато флорой и фауной, но и несет бесценное культурно-историческое наследие.

Также перспективным представляется развитие виндсерфинга, т.е. водного вида спорта, в котором в качестве снаряжения используется легкая доска из плавучего материала, приводимая в движение с помощью паруса. Оптимальными локациями для занятий такого рода являются Азовское море и город Севастополь со своими термическими локальными ветрами.

Парашютный бизнес в Крыму имеет большое будущее. Ведь им интересуются не только профессиональные спортсмены, но и просто те, кто хочет испытать новые ощущения и приобщиться к воздухоплаванию. Из этого следует, что существуют два оптимальных вектора развития данного бизнеса: прыжки для любителей и прыжки для спортсменов. Предложение прыжков в Республике Крым представляется очень привлекательным (особенно для иностранцев) в связи с тем, что при сравнении с конкурентами, в том числе и западноевропейскими, цены в этой области на территории полуострова оказываются на порядок ниже. Учитывая относительно немалые затраты клиента на прыжок с парашютом, новые зоны оптимально обустроить в больших, густонаселенных и с наибольшим количеством платежеспособного населения городах и непосредственно в курортных зонах – местах сосредоточения туристов. Развитие парапланеризма находится на достаточно высоком уровне, туристам доступно более 40 экскурсий над всем Крымом, включая полеты на мысе Фиолент в Севастополе. Более того, путешественнику доступен базовый курс парапланериста с опытнейшими сотрудниками и новейшим оборудованием. В этой области достаточно дать рекламу для более широкой аудитории.

Более того, необходимо уделить внимание горным видам туризма, например, посещению карстовых пещер и пещерных городов, то есть спелеотуризму. В Республике Крым насчитывается более 1200 пещер, в том числе и длиннейшая пещера в известняках – Красная, длина которой составляет около 13 км, а также 20 самых глубоких карстовых шахт. Следующий вид горного туризма – скалолазание. Горный Крым благоприятен для занятий скалолазов различной подготовки, что обусловлено протяженностью и технической трудностью скальных маршрутов, которые не уступают многим скалолазным маршрутам в горах Западной Европы; относительно теплым климатом, отсутствием снежных лавин, редкими камнепадами, хорошими подъездными путями и сравнительно короткими подходами к скалам, занимающие не более одного-двух часов. Все это делает крымские маршруты популярными в любое время года, что немаловажно в условиях существующей в регионе проблемы сезонности туризма. Развитие данного вида туризма позволит внести вклад в решение этой проблемы и окажет наиболее положительное воздействие на экономику Крыма. Еще одним перспективным и быстроразвивающимся на данный момент видом туризма является горный велосипед. Экстремальное внетрассовое катание в сочетании с представленным рельефом и климатом может получить широкое распространение в Республике Крым.

Потенциальное увеличение количества туристов, увлекающихся экстремальными видами туризма в Российской Федерации, оценивается в 2,5 млн человек ежегодно. Учитывая тот факт, что туристическая отрасль в Республике Крым на данный момент находится на стадии активного формирования и популяризации, большую часть этих людей возможно и необходимо привлечь на полуостров [5].

Для продвижения и популяризации как оздоровительного и лечебного туризма, так и для экстремальных видов и, как следствие, для повышения экономического благосостояния Крыма необходимо выработать определенную последовательность действий. Для начала необходимо обеспечить должное финансирование и провести широкомасштабную качественную рекламную кампанию в этих областях с целью привлечения иностранных туристов как любителей, так и спортсменов-профессионалов. Касаемо горного туризма, к примеру, финансирование позволит приобрести соответствующее оборудование, к которому относятся

не только непосредственно используемые при восхождении инструменты, но и тренажеры, искусственные скалы, что исключит большое количество травм из-за некомпетентности участников этого вида туризма. Далее, туристический продукт нуждается в рекламе. Учитывая специфику потенциально популярных и прибыльных видов туризма, а также наиболее популярные на сегодняшний день площадки для рекламы, необходимо продвижение предоставляемых в Республике Крым услуг в социальных сетях. В зависимости от используемой площадки есть возможность охватить определенный возрастной сегмент и предложить именно ту услугу, которая востребована [9]. Речь идет о том, что аудитория социальной сети «Одноклассники» – люди старшего поколения, следовательно, тут целесообразно продвигать оздоровительный и лечебный туризм. Это не значит, что в используемых по большей части молодежью «ВКонтакте», «Instagram» и «Facebook» продвигать данный продукт не стоит, однако на данных площадках экономически более целесообразно будет активное распространение информации о возможности получить незабываемые эмоции и качественные снимки на фоне великолепной крымской природы, приобщившись к вышеописанным видам экстремальной деятельности, которая, будучи профинансирована и классифицирована, тому же еще и безопасна.

Данные действия, в свою очередь, будут способствовать формированию туристического имиджа Республики Крым. Имидж, несомненно, – инструмент достижения стратегических целей. Стратегическими являются цели, затрагивающие основные стороны деятельности организации/региона и ориентированные на перспективу. В нашем случае, без всякого сомнения, основная деятельность – предоставление высококлассного туристического продукта. Преимущества позитивного имиджа очевидны. Однако позитивная известность не появляется сама собой и не существует сама по себе. Она требует целенаправленной систематической работы. Именно поэтому не стоит забывать, что не менее важно не только предоставлять туристам услуги оздоровления и возможность экстремального отдыха, но и соблюдать при этом все правила и нормы, обеспечивающие безопасность клиента [10]. Более того, наряду с вышеописанным, существует и самая банальная проблема региона – несоответствие цены и качества предоставляемого сервиса. Услуги питания и размещения значительно влияют на остающееся об отдыхе впечатление вне зависимости от цели путешествия: будь то лечение заболеваний органов дыхания с использованием климатолечения или полет на параплане.

Стоит также учитывать тот факт, что развитие экстремальных видов туризма позволит не только привлечь большее количество туристов в регион и обеспечить большой приток денежных средств, но и даст возможность для разгрузки традиционным видам в туристической сфере, а также частично решить остро стоящую проблему сезонности.

Итак, развитие оздоровительного и экстремального туризма повлечет за комплексное формирование индустрии гостеприимства. Однако для достижения самых высоких результатов и привлечения большего количества как граждан Российской Федерации, так и иностранных туристов следует должным образом выделить и профинансировать действительно нуждающиеся в этом вышеуказанные сферы туристической деятельности, приобрести и установить необходимое оборудование в соответствии с международными стандартами, а также провести широкомасштабную рекламную кампанию на международном уровне, используя для этого достаточно обширные возможности развитой на более высоком уровне рекламы в социальных сетях.

### Список источников:

1. Андропова Е.М. Анализ проблем и перспектив развития лечебно-оздоровительного туризма в Крыму / Е.М. Андропова, А.И. Романенков, Л.М. Гржебина и др. // Сервис в России и за рубежом. – 2016. – Т. 10. – №3 (64). – С. 92-106.
2. Государственная программа развития курортов и туризма в республике Крым на 2017-2020 годы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://mtur.rk.gov.ru/ru/structure/245> (дата обращения: 22.03.2018).

3. Козлов Д.А., Попов Л.А. Проблемы и перспективы туризма в Крыму // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. – 2014. – №6 (72). – С. 137-145.
4. Никольская Е.Ю. Инновационные стратегии развития России как туристического направления. – М.: Научный вестник МГИИТ, 2015.
5. Официальный сайт статистики по РК [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://crimea.gks.ru> (дата обращения: 29.11.2018).
6. Павленко И.Г., Османова Э.У. Сущность и содержание туристской дестинации // Проблемы современной экономики. – 2016. – №4 (60). – С. 209-212.
7. Павленко И.Г. Стратегические направления развития рекреационного комплекса АР Крым // Экономика Крыма. – 2008. – №23. – С. 73.
8. Стратегия социально-экономического развития РФ до 2020 г. – М., 2008.
9. Халилов Д.Н. Маркетинг в социальных сетях. – М.: Манн, Иванов, Фербер, 2014.
10. Чижов Д.В. Имидж регионов: стратегия и методы продвижения // Publicity. – 2006. – №1. – С. 15-18.
11. Шичкова Е.В. Продвижение территорий и международный туризм: проектноориентированный подход: учебно-метод. пособие. – Нижний Новгород: Изд-во ННГУ, 2015. – С. 28-36.
12. Яковлева В.О. Особенности развития рекреационного потенциала Крыма // Актуальные проблемы труда и развития человеческого потенциала: межвуз. сб. науч. тр. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2014. – С. 196-199.

## ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ

УДК 352/354

Давыдова А.В., Кузнецова Л.М.

### ХАРАКТЕРИСТИКА РОССИЙСКОЙ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

*Давыдова Анна Владимировна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: kaykay@mail.ru*

*Кузнецова Людмила Михайловна, кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: gambeeva-1969@mail.ru*

*В статье рассматриваются особенности методики оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления. Проблема оценки продуктивности работы органов властных структур актуальна на современном этапе, так как немалое количество реформ страны направлено на повышение результативности органов государственного и местного управления. Выявление новых и эффективных способов оценки деятельности органов местного самоуправления обеспечивает экономический рост Российской Федерации.*

*Ключевые слова: органы местного самоуправления, методика системы оценки эффективности, деятельность местного самоуправления, количественные и относительные показатели, критериальный и индикативный подход.*

Davydova A.V., Kuznetsova L.M.

### CHARACTERISTIC OF THE RUSSIAN SYSTEM OF EFFICIENCY ESTIMATION OF THE LOCAL GOVERNMENT ACTIVITY

*Davydova Anna Vladimirovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: kaykay@mail.ru*

*Kuznetsova Ludmila Mikhailovna, candidate of economics sciences, associate professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: gambeeva-1969@mail.ru*

*In the article the features of rating technique of efficiency estimation of the local government activity in the Russian system are considered. The problem of efficiency estimation of the work of power structures is actual at the present stage as the considerable quantity of reforms in the country is aimed at effectiveness increase of bodies of state and local management. Revealing of new and effective ways of activity estimation of the bodies of local authorities gives the chance to economic growth of the Russian Federation.*

*Keywords: local governments, technique of the efficiency estimation system, local government activity, quantitative and relative indicators, criteria and indicative approach.*

Указ Президента Российской Федерации от 28 апреля 2008 г. №607 «Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов» послужил толчком для формирования методики оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления в России. Актуальность темы исследования

различных способов оценки эффективности деятельности властных структур исполнительной ветви несет исключительную практическую ценность, так как дает возможность выявить верные и ошибочные векторы деятельности местных органов власти, а также результаты, полученные от нее.

На современном этапе регламентированный перечень полномочий органов местного самоуправления поселений и районов является основой для разработки индикаторов оценки эффективности деятельности местных органов управления муниципальных образований. Учет показателей, оценивающих состояние и динамику социально-экономических и политических процессов при оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления, происходит в той мере, в которой местная власть может оказывать на эти показатели конкретное воздействие в рамках своих полномочий, компетенции и ресурсов.

Критерии, по которым каждый год происходит мониторинг эффективности деятельности органов местного самоуправления во всех субъектах Российской Федерации, характеризуются: экономическим развитием (дорожное хозяйство и транспорт, развитие малого и среднего предпринимательства, улучшение инвестиционной привлекательности), доходами населения, здоровьем, дошкольным и дополнительным образованием детей, общим образованием, физической культурой и спортом, жилищно-коммунальным хозяйством, доступностью и качеством жилья, организацией муниципального управления. Так или иначе, все эти показатели имеют социальную или экономическую направленность.

Показатели результативности за прошедший год и спрогнозированные значения данных на следующие 3 года можно увидеть в докладе глав муниципальных образований, который они обязаны предоставлять в управление региональной и муниципальной политики Правительства области [1].

Доклады глав городских округов и муниципальных районов служат предлогом для мониторинга действенности функционирования местных органов власти и определения зон, требующих их приоритетного внимания. После проведения вышеперечисленного происходит формирование списка мероприятий по повышению результативности деятельности органов местного назначения, а именно: снижение неэффективных расходов, повышение качества и объема предоставляемых населению услуг. Помимо этого, практическое использование методики оценки органов местного самоуправления делает возможным определение эффективности расходования бюджетных средств, динамики изменения показателей, характеризующих качество жизни, уровня социально-экономического развития муниципальных образований, степени внедрения методов и принципов, обеспечивающих переход к более результативным моделям муниципального управления [6].

Информация, содержащаяся в докладе, может быть применена на практике при осуществлении анализа эффективности деятельности органов местного самоуправления и оценки, или ранжировании, деятельности органов местного самоуправления.

Выявленные «слабые места» в развитии муниципальных образований при помощи мониторинга позволят в дальнейшем изменить региональную социально-экономическую и бюджетную политику в лучшую сторону, как и всю деятельность органов местного самоуправления в целом.

Возможный эффективный экономический рост Российской Федерации зависит от выполнения такой важнейшей задачи, стоящей перед страной, как повышение эффективности функционирования органов власти. Ориентирование на потребности, интересы и умения людей, которые проживают в различных субъектах Федерации, происходит за счёт разработки стратегически значимых приоритетов развития страны в целом и ее отдельных регионов.

База для оценки эффективности – это количественные и относительные показатели, последние из которых рассчитываются на одного жителя или посредством нахождения процента от установленного объема или количества.

Также на сегодняшний день практикуется использование как критериального и индикативного подхода к оценке эффективности системы местного самоуправления, так и метода

расчета частного критерия и обобщенного критерия.

Специальные оценочные показатели, указанные в системе показателей для оценки эффективности деятельности того или иного органа местного самоуправления, являются основой для определения частного критерия оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления в сфере развития городских и сельских поселений.

Расчет обобщенного критерия (К) влечет за собой формирование итоговой оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления. После первичной обработки информации и получения значений обобщенного критерия (К) по каждому из оцениваемых субъектов эти значения сравниваются с единицей (табл. 1) [5].

Таблица 1 – Формирование итоговой оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления

Условие	Оценка деятельности субъекта
$K > 1,1$	высокоэффективная деятельность
$K = 1 \pm 0,1$	эффективная деятельность
$K = 0,8 \pm 0,1$	низкоэффективная деятельность
$K < 0,7$	неэффективная деятельность

Указом Президента России от 14 ноября 2017 года №548 «Об оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации» утверждён перечень показателей для оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Федерации. Указы Президента России, которые ранее действовали в этой сфере, утратили силу.

В целях приведения нормативных правовых актов Правительства России в соответствие с Указом №548 утверждены методики оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Федерации по повышению уровня социально-экономического развития и по достижению высоких темпов наращивания экономического (налогового) потенциала территорий. А также утверждены Правила предоставления субъектам Федерации грантов в форме межбюджетных трансфертов в целях содействия достижению и поощрения достижения наилучших значений показателей по итогам оценки эффективности деятельности и по достижению высоких темпов наращивания экономического (налогового) потенциала территорий.

В вышеперечисленных правилах количество субъектов России, которые могут получить поощрение по итогам оценки эффективности работы, увеличилось с 20 до 40, а размер гранта бюджету субъекта Федерации будет определяться исходя из численности населения и индекса бюджетных расходов региона.

Помимо прочего, федеральные органы исполнительной власти и организации должны предоставлять информацию о значениях перечня новых показателей, охватывающих практически все сферы работы органов исполнительной власти субъектов Федерации, для оценки эффективности работы.

Причиной принятия этих решений послужило стремление к улучшению системы оценки эффективности работы органов исполнительной власти субъектов Федерации и исключению возможности одновременного использования нескольких систем оценки [2].

В постановлении Правительства Российской Федерации от 19 апреля 2018 года №472 «Об осуществлении мер по реализации государственной политики в сфере оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации и признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации» утверждаются 2 методики, а именно:

- методика оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации по повышению уровня социально-экономического развития;
- методика оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации по достижению высоких темпов наращивания экономического (налогового) потенциала территорий [3].

В случае применения первой методики предметом оценки эффективности деятельности являются результаты деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации в экономике и инвестиционной привлекательности, государственном и муниципальном управлении, здравоохранении, образовании, состоянии благоприятной и безопасной среды проживания.

В случае использования второй – результаты деятельности органов исполнительной власти субъектов в экономике, бюджетной обеспеченности, инвестиционной привлекательности, поддержке предпринимательства, сохранении положительной динамики социального развития субъектов Российской Федерации.

Для того чтобы усовершенствовать систему оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов, были внесены изменения в постановление Правительства от 17 декабря 2012 года №1317 «О мерах по реализации Указа Президента Российской Федерации от 28 апреля 2008 года №607 «Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов» и подпункта «и» пункта 2 Указа Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 года №601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления».

Данный мониторинг было поручено проводить Минэкономразвития России совместно с органами исполнительной власти субъектов Федерации.

Созданная в соответствии с постановлением Правительства от 25 декабря 2009 года №1088 государственная автоматизированная информационная система «Управление» служит для размещения органами исполнительной власти субъектов Федерации таких значений:

- показателей для оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов (до 15 октября года, следующего за отчётным);
- годовых итогов проведённых опросов с применением IT-технологий за предыдущий (отчётный) год (до 1 февраля года, следующего за отчётным);
- промежуточных итогов проводимых опросов с применением IT-технологий за первое полугодие отчётного года (до 15 июля отчётного года).

Чтобы сформировать единый подход к проведению опросов населения с применением IT-технологий, они должны проводиться в течение всего отчётного (календарного) года. А также рекомендуется органам исполнительной власти субъектов Федерации осуществлять идентификацию респондентов для получения достоверной информации.

При диагностировании работы органов местного самоуправления необходимо определение эффективности деятельности всех составляющих управленческих структур. В ходе рассмотрения современных методик проверки эффективности деятельности органов местного самоуправления в Российской Федерации было выявлено наличие основательной нормативно-правовой базы. Причиной появления этих актов стало не только количественное измерение деятельности органов власти, но и качественное, дающее возможность населению оценивать деятельность властей по различным критериям и показателям, которые свидетельствуют об удовлетворенности граждан деятельностью органов власти [4].

#### Список источников:

1. Указ Президента Российской Федерации от 28 апреля 2008 г. №607 «Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://legalacts.ru/doc/ukaz-prezidenta-rf-ot-28042008-n-607/> (дата обращения: 31.10.2018).
2. Указ Президента Российской Федерации от 14 ноября 2017 г. №548 «Об оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/42465> (дата обращения: 31.10.2018).
3. Постановление Правительства Российской Федерации от 19 апреля 2018 г. №472 «Об осуществлении мер по реализации государственной политики в сфере оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов российской федерации и признании утратившими силу некоторых актов правительства российской федерации»

[Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_296443/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_296443/) (дата обращения: 31.10.2018).

4. Агибалов Ю. В. Правовое регулирование муниципального управления в Российской Федерации: практика, проблемы и направления совершенствования // Власть. – 2016. – №3. – С. 12-16.

5. Баранов М. Б. Оценка эффективности деятельности органов местного самоуправления // Молодой ученый. – 2015. – №13. – С. 485-487.

6. Комов В.Э. Оценка эффективности деятельности органов местного самоуправления // Российская наука и образование сегодня: проблемы и перспективы. – 2016. – №1. – С. 68-71.

7. Паршутина И.Г. Социально - экономическое развитие муниципального образования и критерии его оценки // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – № 3 (37). – С. 40-44.

8. Соколова Н.Н., Захаркина Н.В., Алехина Л.Л. Подходы к оценке эффективности деятельности органов муниципального управления // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – № 1 (39). – С. 80-86.

9. Щербактова Л.А. Местное самоуправление в условиях модернизации российского общества // Научные записки ОрелГИЭТ. 2016. № 1 (13). С. 42-47.

**УДК 334.7:316**

**Кузин Д.С., Симонова Е.В., Кузина А.В.**

### **СОЦИАЛЬНАЯ ОРИЕНТИРОВАННОСТЬ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕГИОНЕ ЦЕНТРАЛЬНОЙ РОССИИ**

*Кузин Дмитрий Сергеевич; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: alina-ork@yandex.ru*

*Симонова Евгения Владимировна, кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: jezzi@mail.ru*

*Кузина Алина Владимировна, кандидат биологических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: alina-ork@yandex.ru*

*Большое значение в практике многих современных организаций приобрела проблематика социальной ответственности бизнеса. Крупные компании несут социальную ответственность в форме КСО, отражая результаты деятельности в нефинансовых отчетах компаний, разработанных в соответствии с международными стандартами. Малому и среднему бизнесу эта процедура не под силу, а технологии и алгоритмы применения социальной ответственности специально для малого бизнеса в России еще не сформировались. Учитывая, что малые и средние предприятия играют важную роль в социально-экономическом развитии страны, необходимо изучить особенности их деятельности в области социальной ответственности. В статье приводятся результаты исследования, позволившего сделать выводы о понимании направлений и способов реализации социальной ответственности у представителей малого и среднего бизнеса.*

*Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, социальная ответственность бизнеса, этика бизнеса, благотворительность, предпринимательство, малый и средний бизнес.*

**Kuzin D.S., Simonova E.V., Kuzina A.V.**

### **SOCIAL AWARENESS OF SMALL AND MEDIUM-SIZE BUSINESS IN THE REGION OF CENTRAL RUSSIA**

*Kuzin Dmitriy Sergeevich; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: alina-ork@yandex.ru*

*Simonova Evgenia Vladimirovna, candidate of economics sciences, associate professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: jez-zi@mail.ru*

*Kuzina Alina Vladimirovna, candidate of biological sciences, associate professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: alina-orkl@yandex.ru*

*The problem of social responsibility of business is of great importance in the practice of many modern organizations. Large companies are socially responsible in the form of CSR, reflecting the results of the activity in non-financial reports of the companies developed in accordance with international standards. For small and medium-size business this procedure is impossible, and there are no application technologies and algorithms of social responsibility specially for small-scale business in Russia yet. Considering that small and medium-size enterprises play an important role in social and economic development of the country, it is important to study the features of their activity in the field of social responsibility. In the article the results of the research are presented, which makes it possible to draw the conclusion about understanding of the directions and ways of realization of social responsibility by the representatives of small and medium-size business.*

*Keywords: corporate social responsibility; social responsibility of business; business ethics; charity; business; small and medium-size business.*

В кризисный период вопрос об отношении бизнеса к своей социальной ответственности является весьма сложным. Анализом документов общероссийских предпринимательских организаций (РСПП, ТПП, «Деловая Россия», «Опора России», АРБ, ВСС и др.) подтверждается тот факт, что передовой бизнес на теоретическом уровне осознает свою роль в преодолении кризиса и степень социальной ответственности. Большинство крупных компаний России регулярно отчитывается о своей социальной и экологической деятельности. Содержащаяся в нефинансовых отчетах информация отражает не только заботу о своих работниках, но и участие в социальном и экономическом развитии территорий своего присутствия.

Ярким примером является горно-металлургическая компания «Металлоинвест», в состав которой входят: АО «Лебединский ГОК» в г. Губкин Белгородской области; АО «ОЭМК» в г. Старый Оскол Белгородской области, АО «Михайловский ГОК» в г. Железногорск Курской области. Уделяя большое внимание развитию регионов своего присутствия, компания реализует корпоративную социальную программу «Женское здоровье». Программа реализуется в Курской области г. Железногорске (с 2012 г.) и в Белгородской области городах Губкине и Старом Осколе (с 2016 г.). Основные значимые результаты (в частности по Курской области) представлены в отчете компании в сборнике корпоративных практик РСПП 2018 года: «Российский бизнес и цели устойчивого развития» [2].

Малые и средние предприятия являются важной частью современной экономической системы. В этой сфере занято более трети всего населения Орловской области и соседних регионах Центральной России (Курской и Брянской областях).

На сегодняшний день вопрос о социальной ответственности малых предприятий раскрыт далеко не полностью. В этой связи целесообразно изучить особенности применения социальной ответственности этих организаций.

По данным средств массовой информации и благотворительных организаций, малые и средние предприятия по объективным и субъективным причинам значительно сократили свои благотворительные расходы. Скорее всего, это объясняется необходимостью экономии средств в период кризиса, что, в свою очередь, может быть одной из причин снижения ответственного поведения малых и средних предприятий.

Чтобы прояснить отношение малых и средних предприятий к проблеме социальной ответственности, мы провели опрос руководителей этих организаций. Беседа проводилась с владельцами бизнеса из Орловской, Курской и Брянской областей. Всего в опросе при-

няли участие 10 респондентов, половина из них (5 человек) является руководителями торговых организаций. Всего в опросе участвовали 10 респондентов, половина из них (5 человек) является главами торговых организаций. У большинства респондентов не более 50 сотрудников.

В начале интервью были подняты вопросы о форме собственности организации, основном типе ее деятельности, количестве сотрудников, периоде их работы, среднем окладе и т.д.

Затем следовал вопрос: «Вы знакомы с концепцией «корпоративной социальной ответственности?». Следует отметить, что 8 человек из 10-ти (80% опрошенных) дали утвердительный ответ. Почти все участники опроса, за исключением двух руководителей, понятия не имеют о стандартах корпоративной социальной ответственности. Из комментариев экспертов видно, что только один из экспертов хорошо осведомлен о социальной ответственности предприятий и о формах ее существования. Все остальные участники опроса рассматривают социальную ответственность в основном только как внутреннюю форму ответственности перед своими сотрудниками, учитывая, что необходимо соблюдать определенные правила чести, этические принципы при ведении своего бизнеса.

На вопрос «Должен ли бизнес быть вовлечен в решение социальных проблем?» 6 участников опроса ответили утвердительно (60% от общего числа). В то же время остальные респонденты (т.е. 4 человека, что составляет 40% от общей суммы) считают, что социальная ответственность в первую очередь является прерогативой государства, а не бизнеса. В то же время 10 экспертов считают, что их бизнес социально ответственен и деятельность их организации может быть социально полезной.

Следующий вопрос бизнесменам подразумевал неограниченное количество вариантов ответов, поскольку звучал следующим образом: «Какой социальной деятельностью занимается Ваше предприятие/фирма?» Все полученные ответы были разделены на две части. Первая часть включала варианты, относящиеся к внешней среде организации (благотворительность, спонсорство, помощь местным органам власти, покровительство, благоустройство территории размещения). Во вторую были отнесены варианты ответов, касающиеся внутренней среды (дополнительный социальный пакет для своих сотрудников, защита труда, развитие корпоративной культуры, профессиональное развитие сотрудников).

При анализе мнений участников опроса выяснилось, что двое респондентов (20% от общего количества) занимаются преимущественно внутренней средой организации. Еще двое участников опроса (20% от общего количества) уделяют больше внимания внешней социальной деятельности. Все остальные эксперты уделяют практически одинаковое внимание в социальной деятельности и внешней, и внутренней среде организации.

Благотворительность и спонсорство являются одними из самых популярных социальных мероприятий, связанных с внешней средой компании.

Среди вариантов, связанных с внутренней средой компании, наиболее популярными были развитие корпоративной культуры, охрана и безопасность труда.

Вопрос «Как вы думаете, какую пользу для организации несет ее социально ответственное поведение?», как и предыдущий, подразумевал неограниченное количество вариантов ответов. Проанализировав ответы экспертов, можно заключить, что подавляющее большинство бизнесменов (8 человек, т.е. 80% от общего количества) считают приоритетным – стабильные уважительные отношения с собственным персоналом. Кроме того, 7 респондентов (70% от общего количества) выделили важным моментом повышение доверия со стороны покупателей (клиентов).

После всех ответов экспертов, мы можем сделать вывод, что подавляющее большинство предпринимателей (8 человек, то есть 80% от общего числа) считают приоритетом – стабильные и уважительные отношения со своим собственным персоналом. Кроме того, 7 респондентов (70% от общего числа) подчеркнули важным моментом повышение доверие со стороны покупателей (клиентов).

Далее были рассмотрены следующие вопросы: действительно ли организации, пред-

ставленные экспертами, несут социальную ответственность и какая форма социальной ответственности наиболее распространена среди малых и средних предприятий в России. Для этого были проанализированы ответы на вопросы, которые характеризуют компанию как социально ответственную или безответственную. Выяснилось, что почти все эксперты, за исключением одного, пытаются улучшить управление организацией, поддерживать управление на высоком уровне, обновлять программы, необходимые для эффективной работы, внимательно прислушиваться к мнению своих сотрудников.

Все руководители предпочитают действовать в рамках закона и стараются не использовать практики, которые поддерживают коррупционные схемы.

Вопрос «Есть ли в Вашей организации система обучения персонала» был положительно воспринят почти всеми экспертами, за исключением одного, который утверждал, что бюджет компании идет на другие цели. Среди остальных же существуют два подхода к подготовке персонала. Шесть организаций используют «тактику роста сотрудников», то есть система обучения персонала носит разовый характер и проводится в самой организации при поступлении нового сотрудника в компанию. В других организациях обучение персонала носит регулярный характер, обычно раз в год или два, и в этом случае сотрудник направляется на специализированные курсы переподготовки.

Почти все руководители не предоставляют своим сотрудникам более высокий социальный пакет, чем предусмотрено законодательством, поскольку не располагают лишними средствами и считают это нецелесообразным инвестированием. Только один из экспертов нашего исследования предлагает бесплатные обеды и платит за горячие напитки в течение рабочего дня.

На вопрос «Имеет ли ваша организация систему субсидий, повышения заработной платы, стимулов или других материальных вознаграждений, бонусов?» большинство респондентов дали положительные ответы (80% от общего числа). Чаще всего это различные платежи по результатам работы, за годы трудовой деятельности или в связи с различными праздниками.

К сожалению, дополнительных мер по охране окружающей среды не принимает ни один из опрошенных руководителей организаций. Что касается благотворительности, то ею занимаются больше половины респондентов (6 из 10 участников опроса). Один из экспертов сделал это один раз и недобровольно по причине того, что «администрация сделала предложение, от которого он не смог отказаться».

Очень часто организации оказывают финансовую помощь детям. Следует заметить: ни один из участников опроса не передает информацию об этой деятельности в средства массовой информации и не ищет каких-либо материальных преимуществ, налоговых льгот от государства.

Респонденты, которые не занимаются благотворительностью, объяснили это тем, что у них нет лишних средств в бюджете. На вопрос «В ближайшем будущем Вы будете заниматься деятельностью, связанной с социальной ответственностью?» половина экспертов, которая как раз занимается благотворительностью и переобучением персонала, ответила положительно.

Таким образом, данный опрос показал, что более половины респондентов знакомы с концепцией «корпоративной социальной ответственности». При этом все эксперты понимают, что бизнес может участвовать в решении социальных проблем и делать это в основном через благотворительность, спонсорство и развитие внутрифирменной корпоративной культуры. При этом бизнес получает определенную выгоду, в частности доверие со стороны клиентов и уважительные отношения с собственным персоналом.

Понятно, что мнения предпринимателей среднего звена, участвующих в нашем опросе, недостаточно для оценки отношения малого и среднего бизнеса к социальной ответственности по России в целом, однако проведенное исследование еще раз подчеркивает актуальность и важность данной проблемы.

У представителей малого и среднего бизнеса нет четкого и системного понимания направлений и способов реализации социальной ответственности. Применение стандартов, разработанных для крупных корпораций при осуществлении социальной ответственности в

форме КСО слишком затруднительно и дорого для компаний малого и среднего бизнеса. При этом собственных технологий и алгоритмов реализации социальной ответственности для малого бизнеса в России пока не сформировано. Исключение составляют лишь некоторые аспекты благотворительности и отдельные требования к повышению квалификации работников, которые скорее осознаются как внешние по отношению к организации требования.

Компании, позиционирующие себя как социально ответственные, уделяют большое внимание созданию условий, позволяющих сотрудникам реализовать свой потенциал. В таких компаниях стараются обеспечить безопасные условия труда, достойный уровень заработной платы, создать атмосферу взаимоуважения. Сотрудники рассматриваются как носители важных компетенций, от производительности которых непосредственно зависит успех компании.

Основные направления развития системы мотивации и стимулирования сотрудников сферы малого бизнеса были проанализированы на примере деятельности одного из рекламных агентств региона Центральной России (таблица 1).

Таблица 1 – Формы стимулирования сотрудников и их основное содержание

Формы стимулирования	Основное содержание
Заработная плата	Оплата труда, включающая основную повременную плюс надбавки и дополнительную (премии, доплаты)
Социальный пакет	Выплата всех льгот, оплата отпусков, больничных листов, материальная помощь
Свободное время	Предоставление работнику за активную и творческую работу дополнительных отгулов, гибкого графика работы
Внутренняя культура	Поздравления с днем рождения, юбилеями, государственными праздниками
Оплата транспортных расходов	Выделение средств на оплату транспортных расходов с полным обслуживанием личного транспорта

Степень удовлетворенности персонала своей трудовой деятельностью выяснялась с помощью проведенного анкетирования среди сотрудников рекламного агентства. В анкете было выделено 12 позиций, каждую из которых следовало оценить по 10-ти балльной системе. Позициям, которыми в наибольшей степени удовлетворен сотрудник, присваивается максимальный балл – 10. Пример анкеты для проведенного опроса представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Пример заполнения анкеты для опроса персонала на предмет удовлетворенности своей трудовой деятельностью

Вопросы	Количество баллов
1. Насколько Вы удовлетворены взаимоотношениями с коллегами	10
2. Насколько Вы удовлетворены взаимоотношениями с руководителем организации	7
3. Оцените удовлетворенность от осуществляемой деятельности	5
4. Насколько Вы удовлетворены условиями труда	6
5. Насколько вы удовлетворены организацией и руководством в компании	5
6. Оцените свое развитие в организации	4
7. Насколько Вы удовлетворены оплатой труда	6
8. Оцените защищенность рабочего места	6
9. Насколько Вы довольны режимом работы	8
10. Оцените социальный пакет, который предоставляет компания	7
11. Оцените совместимость работы с личной жизнью	5
12. Оценка достижений	3

В опросе принял участие 21 человек. Полученные результаты представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Результаты опроса персонала рекламного агентства на предмет удовлетворенности своей трудовой деятельностью

Области оценки	Сумма баллов по результатам анкетирования	Среднее количество баллов
1. Насколько Вы удовлетворены взаимоотношениями с коллегами	154	7,3
2. Насколько Вы удовлетворены взаимоотношениями с руководителем организации	201	9,6
3. Оцените удовлетворенность от осуществляемой деятельности	135	6,4
4. Насколько Вы удовлетворены условия труда	119	5,7
5. Насколько вы удовлетворены организацией и руководством в компании	121	5,8
6. Оцените свое развитие в организации	126	6
7. Насколько Вы удовлетворены оплатой труда	113	5,4
8. Оцените защищенность рабочего места	197	9,4
9. Насколько Вы довольны режимом работы	193	9,2
10. Оцените социальный пакет, который предоставляет компания	156	7,4
11. Оцените совместимость работы с личной жизнью	132	6,3
12. Оценка достижений	115	5,5

Результаты проведенного анкетирования позволяют сделать ряд выводов об удовлетворенности персонала данной организации своей трудовой деятельностью. В частности, основной мотивирующий фактор – оплата труда набрал всего лишь 113 баллов (средняя оценка 5,4 балла). Это говорит о том, что работники недовольны ее размерами. На это следует обратить внимание при разработке новой системы материального стимулирования.

Невысокое количество баллов получила сфера «мое развитие» – 126 баллов (средняя оценка 6 баллов из 10). Работники не видят своего развития в компании и возможности дальнейшего карьерного роста. Руководитель компании удовлетворяет коллектив, данный показатель набрал 201 балл (средняя оценка 9,6 балла). Это в первую очередь связано с его личностными характеристиками, а организация и руководство в целом мало соответствует ожиданиям коллектива. Данный показатель набрал 121 балл (5,8 балла в среднем). Значительное количество баллов получили такие сферы, как «защищенность рабочего места» – 197 баллов (средняя оценка 9,4 балла), «режим работы» – 193 балла (средняя оценка 9,2 балла).

Можно сделать вывод, что система стимулирования персонала в данной компании нуждается в совершенствовании. Анкетирование показывает, что заработная плата выступает наиболее значимым мотивирующим фактором в компании, поэтому задачи организации системы оплаты труда в фирме должны состоять в дифференциации размеров заработной платы, которая, с одной стороны, может стимулировать работников к эффективному труду, а с другой – быть экономически оправданной, соответственно ценности результатов их работы.

Таким образом, проведенное исследование подтверждает тот факт, что среди представителей малого и среднего бизнеса есть готовность участвовать в процессе общественного развития в форме социальной ответственности. Для эффективной реализации данного процесса необходимо:

- внедрение специального формата КСО для малого и среднего бизнеса;
- создание более четкого и конкретного понимания возможностей применения социальной ответственности среди владельцев малого и среднего бизнеса;
- формирование традиций социально ответственного поведения с учетом региональных особенностей;
- установление атмосферы доверия между институтами власти и бизнеса в конкретном регионе.

В ноябре текущего года перспективы развития бизнеса в нашем регионе обсуждались на встрече общественности и предпринимателей с губернатором Орловской области А.

Клычковым. Была предложена долгосрочная стратегия развития предпринимательства на период до 2035 года, одобрено создание в Орловском регионе единого центра, куда в будущем сможет обратиться с вопросом каждый предприниматель.

Список источников:

1. Афанасьев Д.В. Инструмент для оценки социальной ответственности бизнеса // Управленческие науки. – 2012. – №1. – С. 57-60.
2. Виттенберг Е.Я. Социальная ответственность российского бизнеса в условиях кризиса // Вестник Института социологии. – 2017. – №1. – Том 8. – С. 77-112.
3. Доклад о состоянии делового климата в России [Электронный ресурс]. – URL: <http://media.rspp.ru/document/1/e/6/e64b4560a979ae22f6475c28f4c8d488>.
4. Ильина Г.Н. Социальная ответственность российского бизнеса: стратегии и инновации // Вестник МГИМО Университета. – 2014. – №1. – С. 216-224.
5. Как сохранить КСО-программы в кризис. 2016 [Электронный ресурс] // Агентство социальной информации. – URL: <http://www.asi.org.ru/kak-sohranit-kso-programmy-v-krizis>.
6. Николаева Е. Концепция социальной ответственности бизнеса // Обозреватель. – 2012. – №2. – С. 26-32.
7. Носкова А.В., Панфилова Е.А. Социальная ответственность российского бизнеса в условиях импортозамещения // Вопросы управления. – 2016. – №2. – С. 111-115.
8. Симонова Е.В. Оценка тенденций развития деятельности предприятий малого и среднего бизнеса // Экономика и предпринимательство. – 2016. – №9 (74). – С. 263-269.
9. Köse C. The Effects of the Financial Crisis on Corporate Social Responsibility // International Journal of Business and Social Science. – 2012. – Vol. 3. – №3. – P. 292-300.

**УДК 339.3:658.5**

**Усенок Д.С.**

## **ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ КОММЕРЧЕСКИМИ ПРОЦЕССАМИ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

*Усенок Дмитрий Сергеевич\**; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: [dmitri.wolf.2017@mail.ru](mailto:dmitri.wolf.2017@mail.ru)

*Коммерческая деятельность торговых предприятий представляет зону пристального внимания со стороны руководства и специалистов в области маркетинга и коммерции. Организация коммерческих процессов, их оптимизация требуют принятия опережающих управленческих решений. Мониторинг всей совокупности коммерческих процессов и операций торгового предприятия создает условия для повышения эффективности коммерческой деятельности.*

*Ключевые слова: коммерческие процессы, продажи товаров, обслуживание покупателей, выкладка товаров, методы продажи.*

**Usenok D.S.**

## **ORGANIZATION AND MANAGEMENT COMMERCIAL PROCESSES OF TRADE ENTERPRISES**

*Usenok Dmitry Sergeevich*; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: [dmitri.wolf.2017@mail.ru](mailto:dmitri.wolf.2017@mail.ru)

---

\* *Научный руководитель: Макарова Татьяна Николаевна, к.э.н., доцент; e-mail: [tanya.mak2010@yandex.ru](mailto:tanya.mak2010@yandex.ru)*

*Commercial activity of trade enterprises represents the zone of steadfast attention of management and experts in the field of marketing and commerce. The organization of commercial processes and their optimization requires advancing administrative decisions. Monitoring of all commercial processes and operations of the trade enterprise creates conditions to increase the efficiency of the commercial activity.*

*Keywords: commercial processes, sales of the goods, servicing of the buyers, laying out of the goods, sale methods.*

Развитие форм и видов предпринимательской деятельности в России создает необходимые условия для повышения результативности (эффективности) торговой деятельности в целом и отдельных коммерческих операций в частности. Торговые предприятия реализуют основную цель – удовлетворение спроса потребителей посредством организации совокупности процессов и операций и управления ими (рисунок 1).

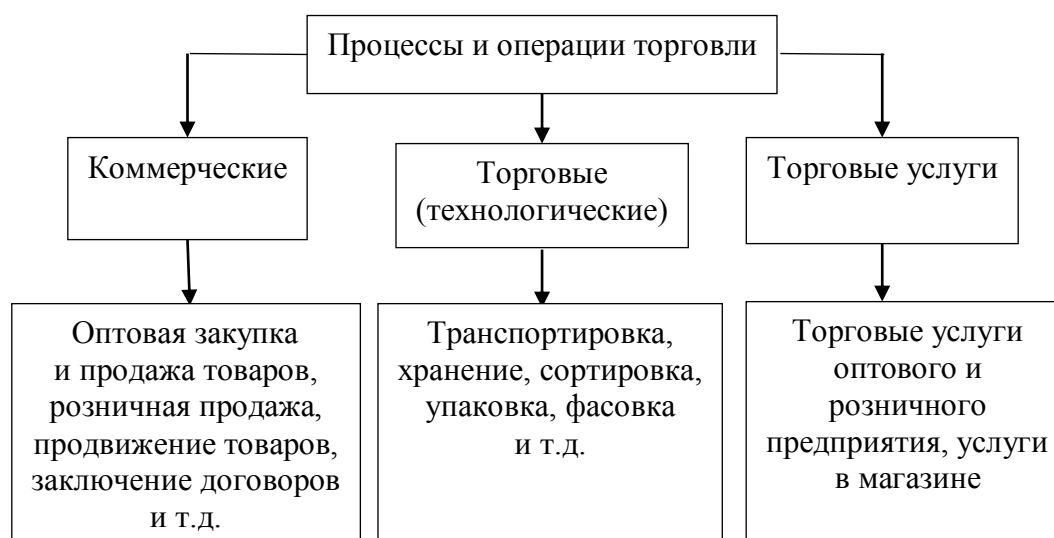


Рисунок 1 – Структура коммерческой деятельности торгового предприятия

Коммерческие процессы включают различные виды деятельности, предполагающие активное взаимодействие с внешними партнерами (поставщиками, посредниками, транспортными организациями, финансовыми и консультационными фирмами, агентствами по организации рекламной деятельности и пр.) и внутренними контактными аудиториями (персоналом торгового предприятия).

Оптимизация коммерческих процессов предприятия направлена на формирование целого ряда эффективных управленческих процессов. В частности, заключение договоров на поставку товаров требует серьезной аналитической работы по формированию перечня возможных поставщиков, их выбору и мониторингу дальнейшего сотрудничества с целью принятия своевременных решений о продолжении и/или отказе от сотрудничества с каждым конкретным предприятием. На стадии выбора поставщиков оценивается целый спектр параметров, начиная от их места в цепи распределения (производитель или посредник) и заканчивая условиями поставки (ассортимент, ценовая политика, время, скорость, возможности быстрого реагирования на изменение заказа и пр.).

Организация продажи товаров связана с решениями об ассортименте, форме или методе продажи, о максимальном использовании площадей (торговых, выставочных, установочных), о планировке торгового пространства, предложении дополнительных услуг.

Коммерческая деятельность розничного торгового предприятия включает ряд этапов (рисунок 2). В розничных организациях, в отличие от других форм продаж, изучение и прогнозирование спроса направлено на определение структуры спроса, его ассортимента.



Рисунок 2 – Содержание коммерческой деятельности по розничной продаже товаров

Товарная политика предприятия должна опираться на достоверные сведения о наличии спроса на группы товаров, их отдельные наименования. На основе этих данных формируется групповой и внутригрупповой ассортимент, широта, насыщенность и глубина товарной номенклатуры предприятия. Оптимальный ассортимент торгового предприятия должен отвечать покупательским ожиданиям целевого рынка.

В зависимости от предлагаемого предприятием ассортимента товаров определяется и метод продажи: самообслуживание, через прилавок, по образцам, по предварительным заказам и пр. Крупные сетевые магазины, такие как «Магнит», «Пятерочка», «Европа», работают по системе самообслуживания. При большом потоке клиентов это позволяет упростить выбор товаров для покупателей, ускорить операции по обслуживанию, увеличить пропускную способность. Однако данный метод продажи также сопряжен с определенными трудностями для торгового персонала. Необходимо своевременно:

- пополнять товарные запасы на полках магазинов, соблюдая правила и принципы рациональной выкладки товаров;
- соблюдать товарное соседство;
- убирать с полок просроченные товарные позиции;
- осуществлять контроль за сохранностью товаров и пр.

Причем все эти операции следует выполнять, не создавая неудобств клиентам торгового предприятия.

При расположении товаров в торговом зале учитывается несколько факторов:

- оптимальное использование пространства торгового зала. Разные формы торгового зала диктуют выбор планировки и размещения торгового оборудования;
- оптимальное расположение товарных групп. Нередко для создания эффекта полного осмотра (ознакомления с ассортиментом предприятия) взаимосвязанные товары или товары, входящие чаще всего вместе в совокупную корзину покупателя, располагают не рядом, а в разных частях торгового пространства;
- расположение основных и дополнительных точек продажи. Это решение может быть

принято по согласованию с производителем, поставщиком, заинтересованными в создании дополнительных точек для реализации их товаров;

- способы замедления потока покупателей. Создание островков продаж, размещение выгодных предложений в корзинах, на вертикальных стендах и пр. видах современного торгового оборудования, мебели.

После определения типа расположения оборудования в торговой точке нужно определить эффективное расположение товарных групп. При расположении товарных групп определяющими являются два момента:

- приоритетность места в торговом зале. Производители, заинтересованные в активной продаже своих товаров, стремятся обеспечить им привилегированные места не только в торговом зале, но и на полках витрин, стеллажей;

- разделение товарных групп на категории в зависимости от популярности среди постоянных покупателей.

Известно, что приоритетные места в торговом зале определяются в зависимости от потока покупателя, т.е. от того пути, который проходит большинство покупателей. Товар самого высокого качества, самый широко рекламируемый и даже самый популярный товар не будет продаваться, если его позиция в магазине подобрана неудачно.

Около узлов расчета покупатель проводит время в очереди и ничем не занят. Поэтому кассовая зона активно используется для тех товаров, которые чаще других покупаются под воздействие импульса, их покупка не планировалась ранее. В гипермаркетах, супермаркетах такими товарами являются жевательные резинки, шоколадные батончики, жевательный мармелад, напитки, сигареты и т.д. Оптимальная выкладка товаров всегда будет давать производителю и магазину максимальную выгоду.

Управление продажами – сложный процесс, требующий постоянного внимания и мониторинга со стороны управляющих по маркетингу или специалистов коммерции (выделение сотрудников, отвечающих за отдельный аспект коммерческой деятельности, происходит в соответствии с особенностями построения организационной структуры предприятия в целом, наличием соответствующих отделов и сотрудников).

Таким образом, организация и управление коммерческими процессами торгового предприятия является многогранным и сложным аспектом предпринимательской деятельности. Требуется наличие обширных знаний в различных областях хозяйственной деятельности, опыта и высокого уровня компетентности и профессионализма. Принятие решений по оптимизации коммерческих процессов должно основываться на результатах мониторинга ситуации или выводах специально организованных маркетинговых исследований.

#### Список источников:

1. Исследование и оценка факторов бизнес-среды: монография / под общ. ред. О.Е. Конобеевой. – Орел: ОрелГУЭТ, 2018. – С. 5-25.
2. Конобеева О.Е. Маркетинговая политика организации бизнеса в России / О.Е. Конобеева, Е.А. Сотникова // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2015. – №2 (12). – С. 111-115.
3. Лебедева О.А. Механизмы выполнения оперативных процессов торговыми организациями / О.А. Лебедева, Т.Н. Макарова, Н.А. Скворцова // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – №1 (39). – С.178-183.
4. Лисичкина Н.В. Основные направления и механизмы повышения инновационной активности бизнеса / Н.В. Лисичкина, Е.А. Комиссарова // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2016. – №4. - С. 310-314.
5. Макарова Т.Н. Инновационная маркетинговая стратегия / Т.Н. Макарова, Н.Н. Долова // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2011. – №1 (3). – С. 226-229.
6. Макарова Т.Н. Обеспечение устойчивого развития предпринимательских структур в Российской Федерации / Т.Н. Макарова, Е.В. Ильюшина // Научные записки ОрелГИЭТ. –

2017. – №3 (21). – С. 34-42.

7. Макарова Т.Н. Рациональное размещение торговых предприятий в рамках территориального объединения // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2017. – №4. – С. 42-46.

8. Макарова Т.Н. Функционирование предприятий розничной торговой сети города / Т.Н. Макарова, Н.А. Скворцова // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2018. – №2 (26). – С. 29-34.

9. Макарова Т.Н. Функционирование розничных торговых сетей в конкурентном окружении // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2017. – №6. – С. 111-115.

10. Рахимова А.Дж. Изменение поведения российских потребителей как предпосылка формирования современных форматов розничной торговли / А.Дж. Рахимова, Т.Н. Макарова // Научные записки ОрелГИЭТ, 2016. - № 4 (16). – С. 46-49.

11. Семенова Е.Е. Ориентации и стили лидерства менеджеров организаций с разной степенью инновационного развития / Е.Е. Семенова, Т.Н. Макарова // Инновационный Вестник Регион. – 2012. – №4. – С. 7-11.

12. Скворцова Н.А. Виды и формы торговой деятельности в Российской Федерации / Н.А. Скворцова, Т.Н. Макарова // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2016. – №2. – С. 315-320.

13. Сотникова Е.А. Инновации на потребительском рынке товаров и услуг / Е.А. Сотникова, О.А. Лебедева, Т.Н. Макарова // Вестник ОрелГИЭТ, 2016. – №4 (37). – С. 33-39.

**УДК 658.14./17**

**Гордиенко В.А., Муранова П.С.**

### **ФИНАНСОВАЯ ПОЛИТИКА ОРГАНИЗАЦИИ**

*Гордиенко Владислав Александрович\**, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орёл, ул. Октябрьская, д.12; e-mail: gordakepta@mail.ru

*Муранова Полина Сергеевна*, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орёл, ул. Октябрьская, д.12; e-mail: muranovappolina@gmail.com

*Для полноценного развития предприятия или государства в целом необходимо наличие определённого плана. С помощью финансовой политики, которую можно рассматривать как инструмент для реализации поставленных целей или сокращения кризиса, процесс реализации плана упрощается, а возникновение рисков снижается до минимума. В данной статье мы подробно рассмотрим функции и роль финансовой политики.*

*Ключевые слова: государство, финансовая политика, кризис, положительная динамика, руководство, репутация, малый бизнес, организация, рентабельность, организационные изменения.*

**Gordienko V.A., Muranova P.S.**

### **FINANCIAL POLICY OF THE ORGANIZATION**

*Gordienko Vladislav Aleksandrovich; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: gordakepta@mail.ru*

*Muranova Polina Sergeevna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: muranovappolina@gmail.com*

---

\* *Научный руководитель: Шпортובה Татьяна Валерьевна, старший преподаватель; e-mail: shportovat@mail.ru*

*To achieve a certain development level, whether it is an enterprise or the whole state, a certain plan is necessary. By means of financial policy which can be considered as a tool to achieve purposes or reduce crisis, the process of realization of the plan becomes simpler, and the risks are reduced to the minimum. In the article we will consider the functions and role of financial policy in detail.*

*Keywords: state, financial policy, crisis, positive dynamics, management, reputation, small-scale business, organization, profitability, organizational changes.*

Роль финансовой политики имеет огромное значение в жизни любой организации, в особенности из-за того, что она сама распределяет роли, а именно назначает полномочия на определённые финансовые действия и решения. Полномочия могут быть разными, например, заключение контрактов, ответственность за финансовые отчёты или возможность распределения финансов на нужды организации. Заостряя внимание на последнем, необходимо отметить, что деньги – это жизненная сила любой современной организации. Без средств и финансов деятельность компании невозможна, но независимо от того, есть ли у компании источник финансов или его нет, роль надёжной системы (финансовой политики) не меняется, её отсутствие равноценно отсутствию финансовых средств, разница лишь в скорой или долгой кончине. Финансовая политика содержит действия и правила, которые служат ориентиром или основой для достижения роста организации в направлении её успеха. Конечно, существуют и другие варианты политики, например, политика посещаемости, политика безопасности, политика в отношении социальных сетей, политика в области информационных технологий, политика в области здравоохранения, политика конфиденциальности. Не стоит занижать значимость всего вышесказанного, но фактическое положение дел таково, что без финансовой политики деятельность организации рано или поздно начинает регрессировать. Малый бизнес, имеющий хорошую и эффективную финансовую политику, имеет преимущество перед крупным бизнесом, у которого её нет. В то время как финансы могут быть источником силы, финансовая политика является трамплином для повышения потенциала организации.

Финансовая политика – это многогранное мероприятие, которое в свою очередь имеет такое ответвление, как финансовая стратегия – долговременный курс финансовой политики, рассчитанный на перспективу и предполагающий решение крупномасштабных задач развития организации. Финансовые решения и мероприятия, рассчитанные на период более 12 месяцев или на период, превышающий операционный цикл, относятся к долгосрочной финансовой политике. Финансовая тактика направлена на решение задач определенного этапа развития общества путем своевременного изменения способов организации финансовых связей, а также перегруппировки финансовых ресурсов [1]. Чтобы разработать последовательную финансовую стратегию, организация составляет план и определяет свои цели. Именно здесь происходит стратегическое управление финансами. Этот процесс охватывает финансовые аспекты бизнес-плана организации, такие как доходы и расходы, инвестиционные решения, капитальное бюджетирование и управление денежными средствами. Для организации важно на самом базовом уровне определить свои бизнес-цели, оценить свои текущие и потенциальные ресурсы и разработать план эффективного использования этих ресурсов. Стратегическое управление финансами предполагает изучение рынка, сбор данных, прогнозирование денежных потоков и реализацию стратегии для достижения целей. Некоторые задачи, например управление заработной платой и денежными средствами, могут передаваться другой компании, которая действует в нужной организации области, такую передачу функций (производительной предпринимательской деятельности) принято называть аутсорсингом. По сути это услуги поддержки, которые осуществляются на основании договора между двумя сторонами (организациями). Другие задачи, такие как стратегическое планирование, решения о дивидендах и управление рентабельностью, требуют знаний квалифицированных специалистов. В том случае, если компания не может позволить себе нанять целую команду профессионалов, опыт крупных корпораций показывает, что в некоторых случаях может быть достаточно одного опытного финансового менеджера, который имеет навыки в обработке этих аспектов.

Профессионал может определить оптимальные инвестиционные и финансовые возможности, максимизировать прибыль и снизить риски [2].

Углубляясь в сбор информации, хотим заметить, что это один самых значимых моментов при разработке финансовой политики. Организации потребуется информация, связанная с финансовыми ресурсами, активами и другими доступными источниками финансовых данных. Подобные данные должны накапливаться, анализироваться, а затем использоваться для формирования исходного содержимого политики. Специалисты в сфере финансов рекомендуют собирать любую информацию, доступную на рынке, а затем классифицировать её, находить лучшее в сравнении, особенно если речь идёт о предприятии, которое только берёт своё начало. Таким образом, это даст отражение окружающей среды, факторов и других особенностей, которые могут повлиять на принятие финансовой политики или помочь в этом. Хотелось бы добавить, что одним из важных элементов в финансовой стратегии является ценовая стратегия. Организация должна использовать эффективные стратегии ценообразования для продажи своих продуктов на рынке, чтобы получать прибыль. Бизнес-менеджеры должны учитывать ряд факторов, такие как цены, предлагаемые конкурентами, затраты на производство и распространение, позиционирование (репутация, предложение) продукта в умах потребителей и определение демографических характеристик потенциальных покупателей. Уже долгое время популярным ходом является использование стратегии ценообразования премиум-класса, когда организация внедряет новый продукт, который имеет отличные преимущества по сравнению с аналогичными продуктами. Премиум-цены наиболее эффективны в начале жизненного цикла продукта. Малые предприятия, которые продают товары с уникальными свойствами, могут приобрести необходимый спрос и улучшить своё положение на рынке [3]. Например, Coca-Cola Company выпустила свой напиток со вкусом ванили, акцентируя внимание потребителей на том, что это лимитированная версия продукта, цена за 1,5 литра обычной coca-cola составляет порядка 63 рублей, цена за литр coca-cola vanilla тоже 63 рубля, но объём меньше, плюс ко всему цена за 0,33 в жестяной банке составляет 60 рублей.

Кроме того, финансовую политику подразделяют на краткосрочную и долгосрочную, финансовые решения и цели одной и другой политики должны быть взаимосвязаны для того, чтобы организация не отклонялась от поставленных целей и двигалась в направлении их достижения. В том случае, если финансовая политика направлена на улучшение финансовых взаимоотношений и благоприятный результат, её принято называть конструктивной. Исходя из этого, можно догадаться, что в случае, когда личные или групповые интересы реализуются в ущерб развитию организации, политику принято считать деструктивной. Например, политику фирмы, которая не планирует растягивать своё существование, а лишь преследует цель быстрее обогатиться за счёт вложений партнёров, а после закрыться, можно назвать деструктивной [4]. Необходимо понимать, что процесс функционирования организации не может быть идеальным всегда: велика вероятность появления новых обстоятельств как негативных, так и позитивных. Опираясь на это, организация должна научиться решать появляющиеся проблемы в процессе своей деятельности, поэтому финансовая политика может быть подвержена корректировке, что можно назвать организационными изменениями.

Организационные изменения – это различного рода преобразования в организации в целом или в составляющих ее подразделениях. Следует помнить, что на практике изменения могут как способствовать развитию организации, так и препятствовать этому – тормозить развитие [5]. Организационное изменение может произойти из-за различных внутренних и внешних факторов «окружающей среды». Внешние факторы будут состоять из политических, экономических, социальных и технологических моментов, поскольку внутренними факторами будут такие факторы, как финансовая политика и виды управления организацией, системы, процедуры и отношения сотрудников. Организации должны уметь переносить значительные изменения, чтобы выжить в динамичной и конкурентной бизнес-среде. Изменения должны быть исполнены в соответствии с организационной культурой, ценностями и

сотрудниками, чтобы это никак не повлияло на процесс трудовой деятельности. Здесь ключевую роль играет руководство, их навыки лидерства и управление персоналом.

Опираясь на всё вышесказанное, можно сделать вывод, что финансовая политика организации оказывает значительное влияние на её деятельность, достижение поставленных целей. Правильно реализованная финансовая политика позволит любой организации достойно конкурировать на рынке, иметь преимущество над фирмами, которые по тем или иным причинам уделили недостаточно времени этому аспекту. Кроме того, это позволит максимизировать прибыль, откроет перспективы для расширения, что напрямую подействует на оплату труда сотрудников, а также приведет к увеличению рабочих мест внутри организации. Исходя из этого, можно сказать, что финансовая политика затрагивает множество аспектов жизни организации, направляет и интегрирует потенциал всех функциональных подразделений для достижения общей цели.

Список источников:

1. Виды финансовой политики, их характеристика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/5712640/page:5/> (дата обращения: 28.10.18).
2. Финансовая тактика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://finances.social/finansovyy-meneditment\\_733/finansovaya-taktika.html](https://finances.social/finansovyy-meneditment_733/finansovaya-taktika.html) (дата обращения: 29.10.18).
3. Емельянова Т.В. Ценообразование в организации / Т.В. Емельянова, Е.П. Бабушкина, В.В. Приходько и др. – М.: Высшая школа, 2011.
4. Ковалев В.В. Управление денежными потоками, прибылью и рентабельностью. – М.: Проспект, 2017.
5. Организационные изменения и организационное развитие [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://studme.org/32284/menedzhment/organizatsionnye\\_izmeneniya\\_organizatsionnoe\\_razvitiye](https://studme.org/32284/menedzhment/organizatsionnye_izmeneniya_organizatsionnoe_razvitiye) (дата обращения: 28.10.18).
6. Бирюкова И.В. Структура и процесс функционирования системы финансового управления предприятием // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2017. – № 8. – С. 147-151.
7. Боброва Е.А., Илюхина Н.А., Лытнева Н.А. Развитие планирования и бюджетирования как инструментов реализации концепции управления затратами организации // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – № 2 (36). – С. 33-40.
8. Лазаренко А.Л., Думнова Н.А., Подрезенко Е.В. Корпоративная отчетность как инструмент повышения эффективности деятельности компании // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – № 1 (35). – С. 11-14.
9. Летова А.Д. Осуществление корпоративного финансового контроля // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2017. – № 6. – С. 182-186.
10. Маркина А.В. Научные взгляды на сущность финансовой политики // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2017. – № 6. – С. 191-193.
11. Сафоненко В.В. Финансовая отчетность как основа информационной базы анализа финансовых результатов предприятия // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2016. – № 5. – С. 91-95.
12. Соболева Ю.П. Финансовое состояние организации как составляющая оценки её эффективности // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2016. – № 4. – С. 177-180.

## ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

УДК 332.146

Бардовский В.П., Пухалева А.Г.

### НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

*Бардовский Виктор Петрович*, кандидат экономических наук, профессор; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: bardovskijv@bk.ru

*Пухалева Анна Геннадьевна*; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: puhaleva.anna@yandex.ru

*В последние годы в стране в соответствии с Федеральным законом «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 6 октября 2003 г. осуществлен ряд мер, направленных на развитие местного самоуправления. Вместе с тем, основные задачи этого закона реализуются медленно и не в полной мере. Это относится и к территориальной основе местного самоуправления. Важной задачей государственного и муниципального управления является совершенствование территориальной организации местного самоуправления. В статье рассматриваются проблемы государственного регулирования территориального развития, направления развития территориальной основы местного самоуправления.*

*Ключевые слова:* государственное регулирование, муниципальное образование, территориальная организация местного самоуправления.

Bardovsky V.P., Pukhaleva A.G.

### DIRECTIONS OF STATE REGULATION OF TERRITORIAL DEVELOPMENT

*Bardovsky Victor Petrovich*, candidate of economics sciences, professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: bardovskijv@bk.ru

*Pukhaleva Anna Gennadjevna*; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: puhaleva.anna@yandex.ru

*Last years according to the Federal law “About the general principles of organization of the local government in the Russian Federation”, October, 6th, 2003, a number of measures aimed at the development of local government is carried out in the country. At the same time, the primary goals of the law are realized slowly and not in full measure. It also refers to the territorial basis of the local government. Perfection of the territorial organization of local government is an important problem of the state and municipal management. In the article the problems of state regulation of territorial development, development direction of territorial basis of local government are considered.*

*Keywords:* territorial organization of local government.

Регулирование территориального развития – это определенные действия государства, направленные на повышение качества и уровня жизни населения в регионе. Функционирование территориальной системы местного самоуправления осуществляется в режиме, в котором обеспечивается устойчивое, сбалансированное воспроизводство социального, ресурсного, хозяйственного и экологического потенциалов местности [5; 6].

К признакам, которые характеризуют развитие территории, относятся:

- сохранение условий, которые необходимы для возобновления потенциала местности;
- согласованность, уникальный набор потенциалов для каждой системы территорий, который характеризует её и обеспечивает социальную направленность системы, а также делает её устойчивой;
- общественная ориентация, уникальная оценка событий в определенном регионе с позиции влияния на показатели уровня и качества жизни населения.

Управление территориальным развитием в Российской Федерации производится, в том числе, в виде поддержки и помощи федерального центра отдельным регионам. Действия органов власти могут иметь различный характер: политический, экономический, правовой, социальный, финансовый. Государственная помощь в развитии экономики территорий ведется в нескольких видах. Самым распространённым видом можно считать трансферты. Они могут быть направлены в виде дотации на выравнивание бюджетной обеспеченности субъектов Российской Федерации. Величину дотаций определяют с учетом особенностей территорий, налогового, природно-ресурсного и трудового потенциала территории, а также запланированных и прогнозируемых расходов.

В настоящее время происходит сокращение количества муниципальных образований. За 2017 год количество муниципальных образований в Российской Федерации уменьшилось на 382 единицы, в том числе городских округов – на 21 единицу; муниципальных районов – на 26 единиц; городских поселений – на 51 единицу; сельских поселений – на 329 единиц. Это происходило главным образом в результате преобразования (объединения) и упразднения муниципальных образований – административных центров (табл. 1).

Таблица 1 – Количество муниципальных образований в Российской Федерации в 2017 г. [3; 4; 8]

Муниципальные образования	на 01.01.2017 г.	на 01.01.2018 г.	Изменение,(+; -)
Всего, ед.	22327	21945	382
<i>в том числе по видам:</i>			
- городские округа	567	588	+21
- муниципальные районы	1784	1758	- 26
- городские поселения	1589	1538	- 51
- сельские поселения	18101	17772	- 329

Рассмотрим количество муниципальных образований, участвующих в объединениях муниципальных образований, муниципальных унитарных предприятий, муниципальных образовательных организаций, муниципальных организаций культуры и спорта в разрезе муниципальных районов, городских округов, внутригородских территорий и поселений. В таблице 2 представлены сведения о муниципальных образованиях, участвующих в объединениях муниципальных образований, о муниципальных унитарных предприятиях, муниципальных образовательных организациях, муниципальных организациях культуры и спорта на 1 января 2016 г.

На начало 2016 г. в Российской Федерации имелось 13780 муниципальных унитарных предприятий, в том числе 4753 – в муниципальных районах, 4704 – в городских округах, 1613 – в городских поселениях, 2681 – в сельских поселениях. На этот период времени в стране было 83543 муниципальных образовательных организации, в том числе 50500 – в муниципальных районах, 30182 – в городских округах, 567 – в городских поселениях, 2272 – в сельских поселениях. На 1 января 2016 г. в Российской Федерации функционировала 25841 муниципальная организация культуры, из них 7598 – в муниципальных районах, 5029 – в муниципальных округах, 1739 – в городских поселениях, 11447 – в сельских поселениях.

В последние годы наблюдается сокращение муниципальных организаций образования, культуры и спорта (табл. 3). За 2013-2016 гг. в целом в Российской Федерации число муниципальных организаций образования сократилось с 89643 до 83546 единиц, культуры – с 30915 до 25841 единиц, спорта – с 5171 до 4051 единиц.

Таблица 2 – Сведения о числе муниципальных организаций в Российской Федерации на 1 января 2016 г. [3; 4; 8]

единиц

	Муниципальные образования							
	всего	в том числе по типам					поселения	
		муниципальные районы	городские округа	внутригородские территории			в том числе	
							гор.	сельские
Наличие муниципальных образований	22406	1788	653	267	19769	1592	18177	
Муниципальные образования, участвующие в объединениях муниципальных образований	20436	1714	514	257	17951	1458	16493	
Муниципальные унитарные предприятия	13780	4753	4704	29	4294	1613	2681	
Муниципальные образовательные организации	83543	50500	30182	22	2839	567	2272	
Муниципальные организации культуры	25841	7598	5029	28	13186	1739	11447	
Муниципальные организации спорта	4051	1388	2063	33	567	324	243	

В Центральном федеральном округе число муниципальных организаций образования сократилось с 17773 до 16626 единиц, культуры – с 8012 до 6481 единиц; спорта – с 1488 до 1004 единиц. В Орловской области темпы сокращения организаций образования, культуры и спорта были выше, чем в целом по стране и Центральному федеральному округу. За 2013-2016 гг. в целом в Орловской области число муниципальных организаций образования сократилось с 663 до 654 единиц, культуры – с 267 до 228 единиц; спорта – с 33 до 6 единиц.

Таблица 3 – Число организаций образования, культуры и спорта в муниципальных образованиях в Российской Федерации, Центральном федеральном округе, Орловской обл. в 2013-2016 гг. (на 1 января) [3; 4; 8]

единиц

	Годы			
	2013	2014	2015	2016
<i>Всего муниципальных образований:</i>				
Российская Федерация	23001	22777	22923	22406
Центральный федеральный округ	4966	4885	4827	4708
Орловская область	267	267	267	267
<i>Число организаций в Российской Федерации:</i>				
образование	89643	88003	86446	83546
культура	30915	31429	27170	25841
спорт	5171	4549	4502	4051
<i>Число организаций в Центральном федеральном округе:</i>				
образование	17733	17643	17225	16626
культура	8012	4535	6832	6481
спорт	1488	1175	966	1004
<i>Число организаций в Орловской области:</i>				
образование	663	682	684	654
культура	267	300	226	228
спорт	33	13	9	6

В таблице 4 приведены данные распределения муниципальных организаций образования, культуры и спорта по типам муниципальных образований на 1 января 2016 г. В целом

по Российской Федерации в 1788 муниципальных районах было 50500 организаций образования, 7598 организаций культуры, 1388 организаций спорта. В городских округах на 1 января 2016 г. имелось 30182 организации образования, 5029 организаций культуры, 2063 организации спорта. В городских поселениях число организаций образования, культуры и спорта на эту дату было равно соответственно 567; 1739; 324 единиц. В сельских поселениях – соответственно 2272; 11447; 243 единиц. В Центральном федеральном округе на этот период времени имелось 4708 муниципальных образований, в которых функционируют 16626 организаций образования; 6481 организация культуры; 1004 организации спорта. В Орловской области на 1 января 2017 г. в 24 муниципальных районах было 454 организации образования, 64 организации культуры, 3 организации спорта. В городских округах на 1 января 2016 г. имелось 3203 организации образования, 20 организаций культуры, 3 организации спорта.

Таблица 4 – Распределение муниципальных организаций по типам муниципальных образований Российской Федерации, Центральном федеральном округе, Орловской области (на 1 января 2016 г.) [3; 4; 8]

	Число муниципальных образований	Образование	Культура	Спорт
<i>Российская Федерация</i>	22406	83543	25841	4051
муниципальные районы	1788	50500	7598	1388
городские округа	563	30182	5029	2063
городские поселения	1592	567	1739	324
сельские поселения	18177	2272	11447	243
<i>Центральный федеральный округ</i>	4708	16626	6481	1004
муниципальные районы	405	10746	1588	345
городские округа	111	5719	1053	429
городские поселения	463	108	571	127
сельские поселения	3583	31	32441	70
<i>Орловская область</i>	267	654	228	6
муниципальные районы	24	451	64	3
городские округа	3	203	20	3
городские поселения	17	-	9	-
сельские поселения	223	-	135	-

Таким образом, в целом по стране, в Центральном федеральном округе, в Орловской области наблюдается сокращение количества муниципальных образований, а также организаций образования, здравоохранения, физкультуры и спорта. Существует целый ряд проблем территориального развития страны. Условием решения этих проблем выступает разработка и реализация эффективных путей и механизмов совершенствования территориальной, организационной и финансово-экономической основ местного самоуправления.

Список источников:

1. Конституция Российской Федерации.
2. Федеральный закон от 6 октября 2003 г. №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2003/10/08/zakonsamouprav.html>.
3. Доклад о состоянии местного самоуправления в Российской Федерации / Под ред. Е. С. Шугриной. – 2-е изд. перераб. и доп. – М: Изд-во «Проспект», 2015. – 240 с.
4. Доклад о состоянии местного самоуправления в Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ranepa.ru/images/News/2016-03/11-03-2016-doklad-vshgu.pdf>.

5. Кабашов С.Ю., Гимаев И.Р., Лаврентьев С.Н. Местное самоуправление и муниципальная служба в системе властных отношений: монография. - 4-е изд. стереотип. – М.: Флинта, 2017. – 287 с.

6. Местное самоуправление и муниципальное управление / И.В. Мухачев, П.А. Алексеев, А.С. Прудников и др.; ред. А.С. Прудников, Д.С. Белявский. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 399 с.

7. Формирование местного самоуправления в Российской Федерации [Электронный ресурс] // Росстат. – Режим доступа: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc\\_1244553308453](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1244553308453).

**УДК 332.122**

**Гопеевцева М.Е., Кочарян К.К.**

### **КЛАСТЕРНАЯ ПОЛИТИКА В РОССИИ: ВЫЗОВЫ И ПРИОРИТЕТЫ**

*Гопеевцева Мария Евгеньевна\**, ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»; РФ, 125993 (ГСП-3), г. Москва, Ленинградский просп., д. 49; e-mail: 9mash@mail.ru

*Кочарян Кристина Кареновна\**, ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»; РФ, 125993 (ГСП-3), г. Москва, Ленинградский просп., д. 49; e-mail: kochkristi@mail.ru

*В статье приведён сравнительный анализ двух систем кластерного развития – российской и немецкой. Предмет исследования – кластерная политика. Цель работы – осветить опыт в данном секторе и сравнить положительные и негативные стороны в деятельности кластеров в Российской Федерации. Предметной задачей определена организация кластеров в разных сферах деятельности для реализации проектов в образовании, военной и производственной промышленности, инновационной и инвестиционной деятельности. Рассмотрены проблемы кластерной политики в России, исследованы их перспективы. Сделан вывод о том, что образование кластерной политики выводит страну на новый уровень развития.*

*Ключевые слова: политика, кластеры, динамика, финансовая поддержка, инновационная деятельность, регионы, инвестиции.*

**Gopevtseva M.E., Kocharyan K.K.**

### **CLUSTER POLICY IN RUSSIA: CHALLENGES AND PRIORITIES**

*Gopevtseva Maria Evgenjevna; Financial University under the Government of the Russian Federation; 49 Leningradsky Prospekt, Moscow 125993, GSP-3, Russian Federation; e-mail: 9mash@mail.ru*

*Kocharyan Kristina Karenovna; Financial University under the Government of the Russian Federation; 49 Leningradsky Prospekt, Moscow 125993, GSP-3, Russian Federation; e-mail: kochkristi@mail.ru*

*Comparative analysis of two systems of cluster developments – Russian and German – is presented in the article. The object of the research is cluster policy. The purpose of the work is to highlight the experience in this sector and to compare positive and negative sides in clusters activity in the Russian Federation. Clusters organization in different activity fields to realize education, military and industrial, innovative and investment projects is the subject problems. Problems of cluster policy in Russia are considered and their prospects are investigated. The conclusion is that cluster policy gives a new level for the country development.*

---

\* *Научный руководитель: Шманев Сергей Владимирович, д.э.н., профессор; e-mail: shmanev\_s\_v@mail.ru*

Keywords: policy, clusters, dynamics, financial support, innovative activity, regions, investments.

Кластеры имеют огромное значение для мировой экономики. Нормативно закреплено создание и развитие кластеров в России Федеральным законом от 31.12.2014 №488-ФЗ «О промышленной политике в Российской Федерации», где указывается сфера деятельности в секторе промышленности, определяется территориальная принадлежность и представлена основа для бюджета кластеров.

Мировой опыт имеет ряд позитивных и негативных примеров развития кластеров разной сферы деятельности. Положительный опыт должен стать основой для создания кластерных организаций в Российской Федерации. Поэтому исследование посвящено изучению структуры кластеров в России и особенности реализации проектов в Германии. Выбор обосновывается тем, что предложенная страна для сравнения является государством с максимально удовлетворительными условиями для создания и реализации кластерных организаций.

Покажем параллельно особенности российской и немецкой систем. На рисунке 1 представлена общая численность кластеров в России, которая формирует географическую карту, где отмечена реализация ряда проектов. Отраслевое распределение кластеров дает им более узкое направление и четкую постановку цели существования. Данный рисунок позволяет визуально определить охват сфер деятельности кластерами и их территориальные предпочтения для размещения.

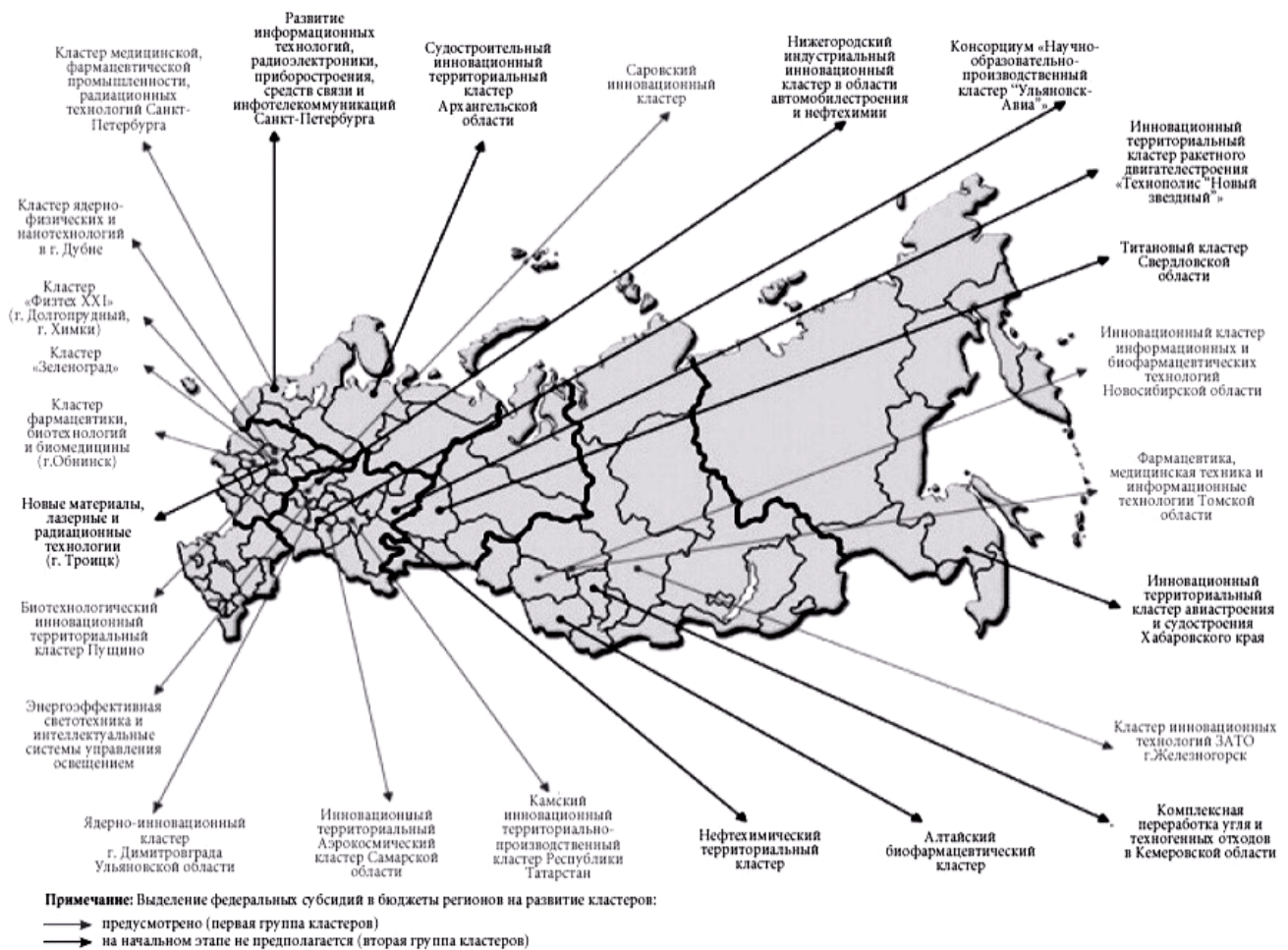


Рисунок 1 – Карта созданных кластеров на территории Российской Федерации [7]

На сегодняшний день организационный уровень кластеров в России требует особого внимания и реструктуризации.

Реализации проектов по созданию и развитию кластеров носят региональный характер, а не общегосударственный.

Это связано с рядом факторов:

- промышленная концентрация на территории страны;
- природные условия регионов;
- инвестиционная привлекательность региона;
- другие условия.

В Германии по сравнению с Российской Федерацией не существует какой-либо национальной кластерной стратегии, зато есть множество региональных инновационных стратегий. Это отражает особенность кластерного развития Германии: государство не доминирует в структуре их управления, занимая теневую сторону партнерства, а региональное развитие – исключительная компетенция земель.

В России кластерные образования во многом не зависят от государственной поддержки, но кластеры ощущают влияние государства (таблица 1).

Таблица 1 – Государственное влияние на кластерные образования в Российской Федерации [10, с. 60]

Общие направления государственной политики	Конкретные направления государственной политики
Поддержка кластерных компаний	Финансовая поддержка конкретных проектов и консультационная поддержка
Политика привлечения компаний	Политика привлечения в кластер сторонних компаний
Формирование инфраструктуры	Материальной инфраструктуры
	Инфраструктуры знаний (включая образовательные)
	Создание специальных сервисных или технологических центров
	Создание прочих кластерных организаций
Информационное обеспечение	Технологической информацией
	Общеэкономической информацией
	Конъюнктурной и внешнеэкономической информацией
Обучение, исследование, подбор кадров	Программы обучения и подготовки кадров
	Исследовательские программы
Поддержка сотрудничества	Программы сотрудничества и создания сетей бизнеса
	Стимулирование социального взаимодействия

Государственная поддержка является основой для создания и дальнейшего развития кластеров в России.

В теории кластеров разделяют промышленные и территориальные кластеры, но в Германии не существует такого разграничения. Подобное разделение существует только в России. В большинстве своем кластеры выступают агентами территориального развития, работая на приоритеты региона, откладывая задачи определенной отрасли на второй план.

Однако, несмотря на этот факт, федеральная политика в большей мере поддерживает кластеры с инновационной составляющей.

В России создание кластеров с инновационным направлением деятельности указано в Стратегии инновационного развития Российской Федерации до 2020 года. Цель их созда-

ния – разработка инновационных проектов и их реализация, а также повышение конкуренции на международном рынке в секторе нематериальных товаров.

Данные инновационные территориальные кластеры характеризуются сочетанием мирового уровня конкурентоспособности базирующихся на их территории предприятий, демонстрирующих высокую динамику роста объемов производства, с высоким научно-техническим потенциалом исследовательских и образовательных организаций, сосредоточенных в рамках кластера.

В Германии существует программа превосходства «go-cluster». Программа акцентирует внимание на необходимости улучшения и совершенствования системы менеджмента, а также на новых открытиях в других сферах деятельности: инновации, финансы, медицина, легкая и тяжелая промышленность и другие секторы экономики.

Существование кластеров в Германии, где их численность составляет примерно около 400 объединений, имеет разные стороны: государство не запрещает создания и развития кластеров, а наоборот, только поощряет инновационную деятельность кластеров, выделяя материальные средства и награды за деятельность данного вида организаций. Но при этом на историческом уровне создана схема развития кластеров как другой стороны бизнеса – неформальное объединение предприятий в общую сеть с целью реализации общих поставленных задач.

На сегодня условия для развития кластеров в Германии удобны для их основателей, особенно в инновационной и технологической сферах, что связано с пересмотром ценностей в обществе, потребностей государства в новых видах энергии и постепенном отказе от атомной энергии. Данные факторы толкают на создание новых видов экономической, промышленной и социальной деятельности, где кластеры выступают удобным организационным образованием.

Российская Федерация также стремится развивать сектор кластерной деятельности на территории страны. Но при этом существуют и негативные факторы:

- недостаточное финансирование кластеров;
- отсутствие должной заинтересованности инвесторов в развитии кластеров;
- высокий уровень численности кластеров с низким уровнем организации;
- начальная стадия реализации проекта.

Для совершенствования системы создания и развития кластерных организаций необходимо улучшить условия для их существования.

Одним из направлений в совершенствовании деятельности кластеров станет использование услуг аутсорсинга, поскольку данное направление является перспективным для создания внутренних и внешних связей.

Преимущества использования аутсорсинга в деятельности кластеров:

- глубокий анализ деятельности кластеров;
- автоматизация деятельности данных организаций;
- объединение кластеров для создания общей сети кластеров для выхода на новый уровень организации кластеров.

По мнению немецких экспертов, вследствие такой политики изменилась бы и структура малого и среднего предпринимательства в сторону увеличения доли промышленного и инновационного предпринимательства. Немецкие коллеги также советуют повысить стимулы для приватизации предприятий и одновременно пошагово допускать конкуренцию со стороны частных предприятий в тех же рыночных сферах.

По оценкам экспертов, кластеризацией уже охвачено более 50% мировых экономик, что обеспечило им значительный прирост ВВП. В этой связи изучение и избирательная адаптация международного опыта по созданию и функционированию инновационно-промышленных кластеров являются необходимым и своевременным шагом.

Список источников:

1. Система менеджмента для управляющих компаний инновационных территориальных кластеров Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа:

<https://docplayer.ru/93575-Sistema-menedzhmenta-dlya-upravlyayushchih-kompaniy-innovacionnyh-territorialnyh-klasteroi-rossiyskoj-federacii.html>.

2. Финансы: Учебник / Под ред. М.В. Романовского, О.В. Врублевской, Б.М. Сабанти. – М.: Юрайт-Издат, 2012. – 462 с.

3. Чуев И.Н., Чечевицинына Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: Учебник. – 4-е изд. перераб. и доп. – М.: Дашков и Ко, 2016.

4. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. Методика финансового анализа. – М.: ИНФРА-М., 2017. – 208 с.

5. Шманев С.В. Синергетико-институциональный подход к процессу модернизации экономики России // Вестник ОрелГИЭТ. – 2018. – №1 (43). – С. 176-180.

6. Шманев С.В., Камышова Е.А. Использование методов SWOT- и PEST-анализа для оценки результатов деятельности современной организации // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – №3 (41). – С. 33-35.

7. Экономика предприятия: Учебник для вузов. – 3-е изд., перераб. и доп. / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. В.А. Швандара. – М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2018. – 367 с.

8. Экономика. Денежное обращение. Кредит: Учебник для вузов / Под ред. проф. Г.Б. Поляка. – М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2016. – 512 с.

9. Экономика / Под ред. проф. Е.И. Шохина. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2015.

10. Экономический анализ: Учебник для вузов / Под ред. Л.Т. Гиляровской. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 257 с.

## НАУКА БУДУЩЕГО

В данном разделе представлены работы призеров конкурса научных работ обучающихся «Наука будущего», проводившегося в рамках VI научно-практической конференции учащихся, студентов, магистрантов, аспирантов «Образование и наука без границ: конвергенция социально-гуманитарных и естественно-технических наук» в ФБГОУ ВО «ОрелГУ-ЭТ» 18 октября 2018 г.

УДК 336.226.142

Ставцева А.Е.

### РОЛЬ ПАТЕНТНОЙ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

*Ставцева Анастасия Евгеньевна\**; ФБГОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: stavtseva.nastya@yandex.ru

*Роль патентной системы налогообложения в условиях рыночной экономики возрастает с каждым годом. В современном мире налоги – это необходимая составляющая экономических отношений. Без хорошо действующей налоговой системы невозможно формирование и развитие рыночных отношений.*

*Ключевые слова: налоги, патент, патентная система налогообложения, налоговая база, налогоплательщики.*

Stavtseva A.E.

### ROLE OF THE TAXATION PATENT SYSTEM IN MODERN ECONOMY

*Stavtseva Anastasia Evgenievna*; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: generalovaanastasya@yandex.ru

*The role of the taxation patent system under conditions of modern economy grows every year. In the modern world taxes are a necessary component of economic relations. Without well operating tax system formation and development of market relations under conditions of modern society is impossible.*

*Keywords: taxes, patent, taxation patent system, tax base, taxpayers.*

Роль налогов заключается в стимулирующем, регулирующем и фискальном характере. От выбора системы налогообложения зависит не только рынок внутри страны, но международные рыночные отношения. В нашей стране действует несколько систем налогообложения. Рассмотрим роль патентной системы налогообложения в современной российской экономике.

Патентная система налогообложения – это специальный режим налогообложения, устанавливаемый Налоговым кодексом.

Принцип системы налогообложения заключается в том, что оплата патента заменяет уплату некоторых видов налога.

Стоимость патента формируется исходя из дохода, который ожидается по разным ви-

\* Научный руководитель: Бирюкова Надежда Павловна, e-mail: nadia.biryuckova2017@yandex.ru

дам деятельности и ставок налогообложения. Список видов деятельности утверждается на законодательном уровне по регионам. Патент в системе налогообложения – это бланк с разрешением, который предприниматель получает после оплаты установленного обязательного платежа.

Такой документ действует от одного месяца до одного года. Действие патента распространяется на конкретный вид деятельности. Когда предприниматель осуществляет несколько видов бизнеса, то оформление патента требуется на каждый из них. Патентную систему налогообложения нельзя назвать полноценной системой налогообложения, так как у нее отсутствует сложная процедура учета и отчетности. При патентной системе налогообложения налоговую декларацию нет необходимости сдавать, при оплате патента происходит расчет налога. Это единственная система налогообложения с таким механизмом расчета.

Сущность этого льготного налогового режима состоит в приобретении специального документа – патента. Этот документ (патент) дает право на осуществление определенной деятельности. Срок действия патента от 1 до 12 месяцев, получение патента возможно в любом месте.

Если предприниматель ведет небольшой бизнес, хочет определить перспективы развития данного направления, потребительский спрос данного региона, то патентная система налогообложения очень удобна.

Патент освобождает от уплаты некоторых видов налогов (согласно пункту 10, 11 статье 346.43 Налогового Кодекса Российской Федерации), а именно:

1. НДС. За исключением НДС, который подлежит уплате:

- в отношении видов предпринимательской деятельности, где не применяется патентная система налогообложения;
- при ввозе товаров на территорию Российской Федерации и иные территории, находящиеся под ее юрисдикцией;
- при осуществлении операций, облагаемых в соответствии со статьей 174.1 Налогового Кодекса Российской Федерации.

2. Налог на доходы физических лиц;

3. Налог на имущество физических лиц (на имущество, которое используется при осуществлении видов предпринимательской деятельности, где применяется патентная система налогообложения).

Налогоплательщиками являются индивидуальные предприниматели, использующие патентную систему налогообложения. Выбор и переход данной системы налогообложения осуществляется предпринимателями на добровольной основе.

Одним из основных требований для перехода является то, что средняя численность наемных работников за налоговый период не может быть больше 15 человек по всем видам деятельности, которую осуществляет предприниматель (на основании статьи 346 Налогового Кодекса Российской Федерации). Патент запрещено использовать на доверительном управлении, а также при простом товариществе, согласно пункту 6 статье 346.43 Налогового Кодекса Российской Федерации.

Помимо этого, устанавливается ограничение по максимальному обороту, который не может быть больше 60 млн рублей в 2018 году. Если оборот индивидуального предпринимателя превышает разрешенный размер, то ему необходимо выбрать другой налоговый режим с начала налогового года.

Применение патентной системы налогообложения вводится региональными законами. Например, на территории Орловской области это закон от 02.11.2012 №1423-ОЗ «О введении в действие на территории Орловской области патентной системы налогообложения».

Виды деятельности также устанавливаются на региональном уровне, как и размер потенциально возможного дохода. Перечень некоторых видов деятельности, в отношении которых предусмотрено применение патентной системы налогообложения на 2018 год:

- ремонт и техническое обслуживание бытовых машин и бытовых приборов, ремонт и

изготовление металлоизделий;

- услуги по репетиторству и обучение на курсах;
- услуги общественного питания, оказываемые через объекты организации общественного питания с площадью зала обслуживания посетителей не более 50 квадратных метров по каждому объекту организации общественного питания;
- услуги по присмотру и уходу за детьми и больными;
- ремонт и пошив швейных, кожаных и меховых изделий, головных уборов и изделий из текстильной галантереи;
- ремонт, пошив и вязание трикотажных изделий;
- техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств, машин и оборудования;
- ритуальные услуги;
- услуги фотоателье;
- ремонт жилья и других построек;
- производство хлебобулочных, мучных и кондитерских изделий и т.д.;
- косметические и парикмахерские услуги.

Если предприниматель выбирает патентную систему, то ему необходимо подать заявление в Налоговый орган по месту постановки на учёт. Данную процедуру необходимо произвести не позднее, чем за 10 рабочих дней до начала использования патентной системы налогообложения. В том случае, когда индивидуальный предприниматель имеет необходимость патента в регионе, где он не зарегистрирован по месту жительства, он подаёт заявление в любую налоговую инспекцию необходимого ему региона, это следует сделать по причине того, что действие патента распространяется только на той территории, в которой был выдан.

Например, индивидуальный предприниматель осуществляет деятельность и проживает в Орловской области, но на учёте в налоговом органе состоит по месту прописки – в городе Курске. Сфера его деятельности – парикмахерские услуги. Для этого он хочет получить патент в городе Орле. Ему необходимо обратиться в налоговую инспекцию города Орла и в течение 5 рабочих дней с момента принятия заявления он может рассчитывать на получение патента. Если решением будет отказ в выдаче патента на данный вид деятельности, индивидуальный предприниматель получит извещение в установленный законом срок – 5 рабочих дней.

Причиной отказа выдачи патента могут стать:

- 1) указанный вид деятельности в заявлении имеет ограничение и не допускается при переходе на патентную систему;
- 2) срок патента указан недействительный;
- 3) индивидуальный предприниматель имеет задолженность недоимки по патенту;
- 4) у предпринимателя нет права на использование патентов в текущем календарном году.

За налоговую базу для расчета платежа при патентной системе налогообложения принимают годовой доход индивидуального предпринимателя, денежно выраженный и потенциально возможный к получению по конкретному виду деятельности. Устанавливается законом субъекта Российской Федерации.

Стандартная налоговая ставка по данному виду налоговой системы устанавливается в размере 6%. Но на уровне субъектов Российской Федерации может быть принята ставка 0% сроком на два года. Для этого индивидуальный предприниматель должен быть впервые зарегистрирован и осуществлять деятельность в определённых сферах, а именно: социальной, производственной, научной, а также бытовых услуг населению (согласно пункту 3 статьи 346.50 Налогового Кодекса Российской Федерации). Такие налоговые каникулы действуют по 2020 года.

Сумма налогового платежа не зависит от размера дохода, который фактически получил индивидуальный предприниматель, а расчёт происходит исходя из суммы установленной по каждому виду деятельности потенциально возможного к получению годового дохода.

Для расчета используют следующую формулу (1):

$$PH = \frac{НБ}{К} \times 6\%, \quad (1)$$

где РН – размер налога;  
НБ – налоговая база;  
К – количество месяцев.

То есть, если срок действия патента определен в 12 месяцев, то, чтобы посчитать размер налога, необходимо налоговую базу умножить на 6%.

Если же срок действия менее чем 12 месяцев, то налоговую базу необходимо разделить на 12 и умножить на нужное количество месяцев действия патента, и для расчета суммы налога использовать налоговую базу для конкретного периода.

Порядок оплаты налога зависит от срока действия налога. Если патент действует менее 6 месяцев, то оплата происходит в размере полной суммы налога. Срок оплаты устанавливается не позднее срока окончания действия патента.

При условии, что срок патента составляет от 6 до 12 месяцев, в срок не позднее 90 календарных дней после начала действия патента производится оплата в размере 1/3 суммы налога. Или 2/3 по истечению 90 дней в срок не позднее окончания действия патента.

В случае неуплаты в установленные сроки индивидуальному предпринимателю начисляются пени и штраф.

Плюсами патентной системы налогообложения можно назвать:

1. Сравнительно невысокую стоимость патента.
2. Право выбрать срок действия патента – от одного до двенадцати месяцев.
3. У индивидуальных предпринимателей есть право получать несколько патентов в разных регионах или на разные виды деятельности.
4. Налоговой отчетности в виде декларации не требуется, из этого следует, что и проблем со сдачей и проверкой нет.
5. Из страховых взносов индивидуальный предприниматель должен выплачивать только 20% на пенсионное и медицинское страхование, а на социальное страхование это не распространяется.
6. Местные власти могут только дополнить, а не сократить список разрешенных видов деятельности.

Минусы патентной системы налогообложения:

1. Патент имеют право получить только индивидуальные предприниматели, организации в праве применения данной системы ограничены.
2. Законодательством ограничены виды деятельности, по которым возможно применение патентной системы налогообложения, в основном это услуги и розничная торговля в небольших магазинах.
3. Количество работников ограничено, учитываются все работники, занятые по всем видам деятельности индивидуального предпринимателя.
4. По каждому применяемому патенту индивидуальный предприниматель ведет отдельный учет доходов для этого режима, даже при том, что стоимость патента считается исходя из потенциально возможного дохода. Такие требования вводятся для того, чтобы оборот не превышал максимальный лимит в год.
5. Стоимость патента уплачивают в режиме предоплаты в период его действия, а не по итогам деятельности в конце налогового периода.
6. На стоимость патента не влияют уплаченные ранее страховые взносы, то есть за счет них нельзя уменьшить патент. Хотя в других системах налогообложения это возможно. Но в ситуации, когда индивидуальный предприниматель использует несколько видов систем налогообложения, при расчете единого или вмененного налога он имеет право учесть страховые взносы, уплаченные за себя. Расходы по страховым взносам за сотрудников, занятых в

патентной деятельности, учесть нельзя.

В первой половине 2018 года количество выданных патентов во всех субъектах Российской Федерации составило 332247 патентов. А в 2017 году было выдано 383256 патентов, что на 19% больше, чем в 2016 году, в котором было выдано 321606 патентов. При этом размер потенциально возможного к получению предпринимателями годового дохода, исчисленного исходя из срока, на который выдан патент, составляет 211 396 231 тыс. руб. за первое полугодие 2018 года, что говорит о положительной тенденции к росту, так как за 2017 год этот показатель составил 215 006 733 тыс. руб.

Наиболее распространено применение патентной системы налогообложения в Центральном Федеральном округе. В 2018 году было выдано более 46% от общего числа по России, в 2017 и в 2016 году – более 40 %, это означает устойчивое лидерство применения патентной системы в данном регионе.

Наиболее широкое использование патенты получили в Москве и в Московской области – более 17% и 20% соответственно в 2018 году, в 2017 году показатели были на уровне 17 и 13%, в 2016 году – по 16% в данных регионах. Это связано с большим количеством средних предпринимателей и более выгодными условиями применения данной системы по сравнению с другими в Москве и Московской области. Менее популярна данная система налогообложения в Северокавказском федеральном округе – менее 3% в 2018 году, в 2017 году – 1,42%, в 2016 – 2 %.

Если рассматривать применение данной системы в Орловской области, то по состоянию на 1 июля 2018 года было выдано 1046 патентов, что составило 0,3% от общего числа по России, в 2017 году выдано 1286 патентов (0,34%), а за 2016 год – 1013 патентов (0,31%). В целом наблюдается небольшой рост количества выданных патентов на 26% за 2016-2017 годы.

Наиболее популярными видами предпринимательской деятельности, в отношении которых применяется ПСН, являются:

- розничная торговля, осуществляемая через объекты стационарной торговой сети с площадью торгового зала не более 50 квадратных метров по каждому объекту организации торговли – 38,35% от общего количества выданных в 2016 году патентов; 36% – в 2017 году; 33,86% – в первом полугодии 2018 года;

- розничная торговля, осуществляемая через объекты стационарной торговой сети, не имеющей торговых залов, а также через объекты нестационарной торговой сети – 11,13% от общего количества выданных в 2016 году патентов; 8,16% – в 2017 году; 6,73% – по данным на 1 июля 2018 года;

- сдача в аренду (наем) жилых и нежилых помещений, дач, земельных участков, принадлежащих индивидуальному предпринимателю на праве собственности, – 9,61% в 2016 году; 9,45% – в 2017 году; 9,72% – на 01.07.2018 года.

Количество индивидуальных предпринимателей, применяющих патентную систему налогообложения, увеличилось в 2017 году на 18% по сравнению с 2016 годом, 243 671 предпринимателей использовало в 2016 году данный вид налогообложения, в 2017 году – 287 766 человек, на 1 июля 2018 года зарегистрировано 274 696 предпринимателей.

В целом можно сделать вывод о положительной тенденции применения патентной системы налогообложения за последние годы, что говорит о возрастании интереса у предпринимателей, а также о расширении применения данной системы по регионам и видам деятельности. Это означает, что работа на данном направлении ведется достаточно активно и роль патентной системы налогообложения в условиях современной экономики возрастает с каждым годом.

#### Список источников:

1. Бирюкова Н.П., Сотникова А.А., Ручкина Е.В. Имущественные вычеты по НДФЛ и порядок их получения // Экономическая среда. – 2017. – №4 (22). – С. 34-38.

2. Бирюкова Н.П. Совершенствование инструментов бюджетно-налоговой политики // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2017. – №6. – С. 67-72.

3. Закон №1423 «О введении в действие на территории Орловской области патентной системы налогообложения» от 02.11.2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.nalog.ru/rn57/about\\_fts/docs/4293724/](https://www.nalog.ru/rn57/about_fts/docs/4293724/) (дата обращения: 20.09.2018).

4. Налоговый кодекс Российской Федерации (в ред. От 03.08.2018) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_19671/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/) (дата обращения: 20.09.2018).

5. Официальный сайт Федеральной налоговой службы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nalog.ru/rn57/> (дата обращения: 19.09.2018).

6. Сотникова А.А., Бирюкова Н.П., Пряхина О.И. Теоретические аспекты и направления экономического развития отраслей и регионов в условиях модернизации российской экономики // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2017. – №6 (24). – С. 53-57.

**УДК [641.1:641.563]:339.1**

**Батурина В.В.**

### **СОВРЕМЕННЫЙ АССОРТИМЕНТ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ, ПРЕДНАЗНАЧЕННЫХ ДЛЯ БОЛЬНЫХ ЦЕЛИАКИЕЙ**

*Батурина Валерия Владимировна\**; ФГБОУ ВО «Курский государственный медицинский университет» Минздрава России; РФ, 305041, г. Курск, ул. Карла Маркса, д. 3; e-mail: [volkova.lera.22@yandex.ru](mailto:volkova.lera.22@yandex.ru)

*Целиакия является распространенным заболеванием, которое характеризуется стойкой непереносимостью белка клейковины отдельных злаков – глютена. Основой лечения данного заболевания является элиминационная пожизненная безглютеновая диета. Современный ассортимент безглютеновых продуктов на потребительском рынке нашей страны представлен продукцией отечественного и импортного производства, в основном это макаронные изделия, кондитерские и хлебобулочные изделия, различные мучные смеси.*

*Ключевые слова: целиакия, глютен, диетотерапия, ассортимент безглютеновых продуктов.*

**Baturina V.V.**

### **MODERN FOODSTUFF ASSORTMENT FOR PATIENTS WITH CELIAC DISEASE**

*Baturina Valeria Vladimirovna; Kursk State Medical University MOH Russia; 3 Karl Marks Street, Kursk 305041, Russian Federation; e-mail: [volkova.lera.22@yandex.ru](mailto:volkova.lera.22@yandex.ru)*

*Celiac disease is a widespread disease which is characterized by persistent intolerance of gluten protein of certain cereals. The basis of therapy of the disease is eliminating lifelong diet without gluten. Modern assortment of gluten-free products in the consumer market of our country is presented by domestic and import production. It is mainly pasta, confectionery and bakery products and various flour blends.*

*Keywords: eliac disease, gluten, dietotherapy, assortment of gluten-free products.*

Распространенность целиакии и непереносимости глютена в современном мире до-

---

\* *Научный руководитель: Тихойкина Ирина Михайловна, к.с.-х.н., доцент; e-mail: [tihojkina@yandex.ru](mailto:tihojkina@yandex.ru)*

статочна высока, особенно в Европе. Целиакия представляет собой хроническое генетически детерминированное заболевание, которое возникает вследствие повреждения слизистой оболочки тонкого кишечника глютеном (белок, содержащийся в злаковых культурах – пшенице, ржи, ячмене и овсе) и протекает с поражением практически всех органов и систем организма с последующими многообразными нарушениями ассимиляции пищи и обмена веществ. Основными симптомами данного заболевания являются следующие: снижение показателей массы тела и роста, рвота, диарея, сильные боли в животе, мышечная слабость, раздражительность, анемия, в старшем возрасте – отставание в росте, задержка полового созревания, вплоть до бесплодия, эпилепсия, нарушение эмали постоянных зубов, онкологические заболевания и др. [6].

В основе лечения данного заболевания лежит элиминационная диетотерапия, которая подразумевает исключение из рациона питания всех продуктов, содержащих в своем составе глютен, а также продуктов питания, которые могут содержать определенные, даже следовые количества глютена, так называемый «скрытый» глютен. Глютен, который находится в злаковых культурах (пшеница, рожь, ячмень, овес), представляет собой смесь растительных белков (проламинов и глютелинов); причем проламин пшеницы – это глиадин, проламин ржи – секалин, проламин ячменя – гордеин, проламин овса – авенин. К продуктам, содержащим явный глютен, относятся следующие: хлебобулочные изделия (хлеб, булочные изделия, мелкоштучные булочные изделия изделия пониженной влажности, пироги, пирожки, пончики), макаронные изделия, мучные кондитерские изделия (печенье, вафли, пряничные изделия, кексы, рулеты, торты, пирожные и др.), крупы (пшеничная, манная, ячневая, перловая, овсяная), толокно, хлопья (овсяные, пшеничные, ячменные, ржаные), полуфабрикаты мясные, рыбные, овощные панированные, полуфабрикаты в тесте и др. Наряду с глютеном, являющимся естественным компонентом некоторых видов зерновых, «скрытый» глютен может быть внесен в продукты специально в качестве связующей, текстурирующей и влагоудерживающей пищевой добавки. «Скрытый» глютен в качестве пищевой добавки может содержаться во многих продуктах питания. Например, в мясных, рыбных, овощных и фруктовых консервах, в колбасных изделиях, в сахаристых кондитерских изделиях (конфеты, карамель, драже, мармелад, пастильные изделия, кондитерские плитки и др.), в сухих завтраках, в чипсах и др. [3, 6].

В нашей стране в основу диетотерапии положена теория сбалансированного питания академика А.А. Покровского, который одним из первых изложил принципы безглютеновой диеты. Это подбор пищевых продуктов, в состав которых не входит глютен, а также применение способов кулинарной обработки, способствующих эффективному усвоению пищи. В безглютеновой диете обязательно должны быть источники легко перевариваемых белков, жиров и углеводов, а также блюда из измельченных и протертых продуктов. Кроме того, необходима коррекция сопутствующих «дефицитных состояний» – должно быть увеличено содержание макро- и микроэлементов, например, железа и меди, кальция и витаминов группы В, полноценных белков животного происхождения [6]. Правильно составленная безглютеновая диета абсолютно полноценна, обеспечивает нормальные темпы роста и развития ребенка, препятствует рецидивам заболевания и предотвращает риск развития серьезных осложнений. Безглютеновая диета особенно необходима детям на первом году жизни. Ребенок, соблюдающий безглютеновую диету, должен и может вести обычный образ жизни, причем, чем раньше назначена диета в детском возрасте, тем выше ее эффективность [5].

В настоящее время на потребительском рынке страны представлена безглютеновая продукция отечественного и импортного производства. Безглютеновые продукты промышленного производства отличаются высокими потребительскими свойствами и позволяют больным целиакией сохранить привычные стереотипы питания и не чувствовать себя ущербными в обществе, обеспечивая высокое качество жизни. Вместе с тем они обеспечивают высокое качество питания, его сбалансированный состав, отвечающий потребностям больных и предупреждающий развитие метаболических осложнений [1].

В соответствии с требованиями стандарта ALINORM 08/31/26, подготовленного Комитетом Кодекса Алиментариус по питанию и пищевым продуктам для специальных диет (CCNFSD), продукты специализированного питания с пониженным содержанием глютена должны содержать 20-100 мг/кг глютена, а безглютеновые продукты питания не должны содержать более чем 20 мг/кг глютена и должны маркироваться как «безглютеновые» («gluten-free»). Как правило, содержание глиадинов в глютене находится на уровне 50%, поэтому 20 мг/кг глютена (0,002%) соответствует предельная концентрация глиадина 10 мг/кг (0,001%) [3].

Современный отечественный рынок безглютеновых продуктов представлен продукцией таких производителей как ООО «Мак Мастер» (Россия), ООО «Гарнец» (Россия), АО «Макфа» (Россия), «Dr. Shar» (Италия), «Glutano» (Германия), «Finaх» (Швеция), «Gullon» (Испания), «Bezgluten» (Польша), «Moilas» (Финляндия) и др. Основным растительным сырьем для выработки безглютеновой продукции являются бобовые культуры, кукуруза, рис, гречиха и продукты их переработки, семена масличных культур, орехи, свежие овощи, фрукты, ягоды и продукты их переработки.

В ассортименте безглютеновых продуктов отечественного производителя ООО «Мак Мастер» представлены следующие виды: безбелковые макаронные изделия из крахмала, из крахмала с куркумой, обогащенные пищевыми свекловичными волокнами, из кукурузной муки, из рисовой муки, из гречневой муки, овощные, фруктовые, ягодные; кондитерские изделия (печенье: «Свердловское» с карамелью, «Ванильное» с белой глазурью, «Пряничное» в темном шоколаде, «Шоколадное» в белом шоколаде, «Сахарное», «Гармония» с шоколадными каплями, «Цветочное» с малиновым вареньем, «Соленое», «Звездочки», «Яблочко» с добавлением порошка натурального яблока, «Томатное» с добавлением порошка натурального помидора; шоколадные кубики с воздушным рисом; шоколадные плитки белые низкобелковые, шоколадные плитки темные низкобелковые; палочки Гриссини «Сдобные», «Светлые», «Темные», «Темные с солью»); сухарики «Крутон» в ассортименте (светлые, темные «Ароматные», с разными вкусами – сметана-лук, сыр, пицца, сливочное масло); безбелково-безглютеновые каши (сухие концентраты каш для детей с 6 месяцев); крупа (крупа с крупинками диаметром около 1 мм); смеси для выпечки (кекс «Школьный», кекс «Ванильный», кекс «Лимонный», смеси: «Серая», «Безбелковая», «Ароматная», «Гречневая», «Кукурузная», «Рисовая») и др.

Российская компания ООО «Гарнец» (г. Владимир) вырабатывает широкий ассортимент мучных безглютеновых смесей – смеси для выпечки хлеба («Белый хлеб», «Зернобобовый хлеб», «Серый хлеб», «Темный хлеб»), смеси для выпечки тортов («Кокосовый торт», «Черемуховый торт», «Шоколадный торт», «Яблочная шарлотка»), смеси для блинов и оладий, смесь «Вегафарш», смесь «Мука универсальная», а также крупа манка без глютена (гречневая манка, кукурузная манка, рисовая манка) и мука без глютена (мука гречневая из зеленой гречки, мука гречневая цельнозерновая, мука из красного риса, мука из черного риса, мука кукурузная) и др.

На макаронной фабрике АО «Макфа» (г. Челябинск) из смеси кукурузной и рисовой муки (80:20%) производят безглютеновые макаронные изделия – спирали (фузилли), перья (пене) и спагетти, которые представлены на продовольственном рынке страны. Следует отметить, что с 1 января 2016 года введен в действие межгосударственный стандарт – ГОСТ 32908-2014 «Изделия макаронные безглютеновые. Общие технические условия» [2], согласно которому безглютеновые макаронные изделия представляют собой специализированные пищевые продукты с содержанием (уровнем) глютена не более 20 мг/кг продукта, изготовленные из рисовой и (или) кукурузной, и (или) гречневой муки, и (или) крахмала кукурузного (или картофельного), и воды, в т.ч. с использованием дополнительного сырья.

Ассортимент безглютеновой продукции компании «Moilas» (Финляндия) представлен хлебобулочными изделиями и панировочными сухарями; испанская фирма «Gullon» предлагает потребителям безглютеновое печенье и крекер; итальянская компания «Dr. Shar» – хле-

бобулочные, макаронные и мучные кондитерские изделия; а в ассортименте безглютеновых продуктов французского производства торговой марки «Valpiform» разнообразные хлебобулочные изделия, макаронные изделия, кондитерские изделия (печенье, кексы), а также смеси для приготовления хлеба и кондитерских изделий в домашних условиях.

Однако, несмотря на представленный ассортимент безглютеновой продукции на потребительском рынке России, проблема его расширения, особенно отечественного производства, остается актуальной в настоящее время. Кроме того, ключевую роль в обеспечении качества пищевых продуктов, предназначенных для больных целиакией, играет контроль содержания количества глютена. Особенно важен контроль уровня глютена в продуктах прикорма, предназначенных для детей раннего возраста, в целях профилактики развития у них целиакии, аллергии и другой патологии [3].

Следует отметить, что в Российской Федерации разработаны основы государственной политики в области здорового питания, целями которых являются сохранение и укрепление здоровья населения, профилактика заболеваний, обусловленных неполноценным и несбалансированным питанием. Одной из основных задач данной политики является развитие производства специализированных продуктов детского питания, продуктов функционального назначения, диетических (лечебных и профилактических) пищевых продуктов [4].

#### Список источников:

1. Бельмер С.В. Эпидемиология целиакии: факты и выводы // Лечащий врач. – 2013. – №1. – С. 16-19.
2. ГОСТ 32908-2014. Изделия макаронные безглютеновые. Общие технические условия. – Введ. 2016-01-01. – М.: Стандартинформ, 2015. – 8 с.
3. Методы определения глютена в продовольственном сырье и пищевых продуктах: Методические указания. – М.: Федеральный центр гигиены и эпидемиологии Роспотребнадзора, 2011. – 32 с.
4. Распоряжение Правительства РФ №1873-р от 25.10.2010 г. «Об основах государственной политики в области здорового питания населения Российской Федерации на период до 2020 года».
5. Современный взгляд на диагностику и лечение глютеновой энтеропатии у детей раннего возраста / Т.М. Ошева, Н.С. Журавлева, О.В. Осипенко // Лечащий врач. – 2013. – №1. – С. 12-14.
6. Тырсин Ю.А., Казанцева И.Л. Перспективы использования продуктов переработки нута в безглютеновой диете // Вопросы детской диетологии. – 2015. – Т.13. – №1. – С. 5-10.

УДК 796.015.865.12

Базыкина В.С.

### ПРОБЛЕМЫ ВОЗВРАЩЕНИЯ КОМПЛЕКСА ГТО

*Базыкина Варвара Сергеевна\**; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: vaseksoroka@mail.ru

*В статье рассматривается история возникновения, становления в нашей стране комплекса ГТО. Автор описывает проблемы современной спортивной программы и меры, необходимые для её улучшения.*

*Ключевые слова: спорт, ГТО, санация населения, современная спортивная программа глазами студентов.*

\* Научный руководитель: Сорока Василий Васильевич, e-mail: vaseksoroka@mail.ru

Bazykina V.S.

## THE COMEBACK PROBLEMS OF GTO COMPLEX

*Bazykina Varvara Sergeevna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: vaseksoroka@mail.ru*

*In the article the history of emergence, formation and influence of such sporting education as GTO on the whole country is considered. The author describes the problems of modern sporting program and the measures necessary for its improvement.*

*Keywords: sport, GTO, population sanitization, modern sporting program, with the students' eyes.*

Спортивная оздоровительная программа начала своё фактическое существование ещё в 20 веке – в 1930 году. «Комсомольская правда» адресовала своё обращение, свой призыв «быть здоровыми, сильными и спортивными» ко всем народам Советского Союза. В этом сообщении в первый раз зашла речь о соревнованиях, проходящих на территории всего СССР, за победу на которых выдавались бы значки ГТО, что расшифровывается как «Готов к труду и обороне». По прошествии одного года комплекс специальных упражнений для укрепления здоровья населения был сформирован и введен официально. А уже через 2 года был введён ГТО-2, который первыми сдали слушатели Военизированной академии имени М.В. Фрунзе [3; 1]. В 1934 году была разработана специальная программа и для школьных возрастов, которая получила название БГТО («Будь готов к труду и обороне»), которая являлась базовой ступенью комплекса советского образца. Это стало причиной введения разрядных норм, а также различных спортивных званий. Систематизация помогла установить общие принципы и основы определения спортивной подготовки по всей стране. Спортивными разрядами и званиями награждались при условии выполнения участниками определенных условий и норм по 10 видам спорта:

- стрельба;
- конькобежный спорт;
- фехтование;
- теннис;
- плавание;
- борьба;
- бокс;
- тяжёлая атлетика;
- лёгкая атлетика;
- гимнастика.

Помимо испытаний, учащиеся должны были самостоятельно уметь оказывать первую медицинскую помощь или даже проводить занятия по физической подготовке.

На протяжении своего существования данная программа изменялась, самые крупные изменения происходили в 1940, 1947, 1965 и 1972 годах. Последнее и из самых крупных изменений было проведено в 1972 году. Было принято постановление о введении нового комплекса упражнений, где вместо привычных 4-х ступеней появилось 6. И охватывали они граждан от 7 до 60 лет. Каждая ступень комплекса состояла из двух разделов:

- освоение ключевых положений советской системы спортивного воспитания, овладение фактическими способностями индивидуальной и общественной гигиены, инструкциями по выживанию при возможном нападении с использованием оружия массового поражения;
- упражнения, определяющие степень формирования физических качеств человека, таких как сила, ловкость, выносливость, скорость и так далее.

Также была создана специальная комиссия – Всесоюзная инспекция ГТО, которая следила за ходом проведения спортивных мероприятий и выявляла недостатки в работе. В то

время данная программа имела огромное социальное значение, оборонно-прикладной характер программы «Готов к труду и обороне» показал себя с наилучшей стороны, а значок ГТО служил символом отличия и гордости вплоть до 1991 года – года развала Советского Союза.

Физкультурно-спортивный оздоровительный комплекс «Готов к труду и обороне» начал свой путь возрождения ещё в 2003 году, когда более 54 субъектов нашей страны выступили за введение всероссийской спортивной программы, а огласку это получило только 4 апреля 2013 года, когда по указу Президента Российской Федерации Правительство России должно было разработать специальный комплекс упражнений и испытаний. Уже 24 марта 2014 года был подписан Указ «О Всероссийском физкультурно-спортивном комплексе «Готов к труду и обороне». С этого дня идейное возрождение переросло в полноценное. А в 2015 году были введены специальные льготы при поступлении в высшие учебные заведения людям, имеющим значки ГТО. Актуальность данного проекта была объяснена низким уровнем жизни населения, плохой физической подготовкой, особенно молодёжи призывного возраста, а также повышением уровня заболеваемости в России. К примеру, на официальном сайте ГТО статистика гласит, что более 53% среди принимающих участие не справились с нормативами, около 10% получили бронзовый значок, 20% серебряный, и лишь 17% участников сдали на золотой значок. Именно поэтому Правительство РФ решило возродить данную программу для всех групп населения. В будущем это должно способствовать оздоровлению и прививанию к спорту с малых лет. К важнейшим задачам настоящей физкультурно-спортивной программы относят:

- глобальную санацию населения Российской Федерации;
- антиасоциальную профилактику;
- патриотическое воспитание;
- увеличение физподготовки молодого поколения;
- стирание границ, которые мешали духовно-нравственному и социальному общению людей разных национальностей;
- улучшение обороноспособности государства;
- увеличение продолжительности жизни населения [2, с. 110].

По своей сути современная программа ВФСК ГТО является правопреемником советской, но и имеет некоторые отличия. Ключевое различие двух программ, как прописано в «Постановлении Правительства РФ от 11.06.2014 №540», заключается в том, что новая система является исключительно добровольной. Дисциплины также претерпели существенные изменения. Например, 5 ступеней по возрасту 10-65 лет и 2 ступени по результату: Золотой значок или Серебряный заменяют 11 ступеней по возрасту 6-70 лет и 3 ступени по результату: Золотой, Серебряный и Бронзовый значки. К испытаниям был добавлен челночный бег, гиревые упражнения и наклоны вперед из положения стоя на гимнастической скамье. Практика стрельбы из малокалиберных винтовок была заменена практикой стрельбы из электронных или пневматических. Кроме того, были внесены незначительные изменения в нормативы. К примеру, было добавлено плавание на 50 метров вместо 100 метров. Время для бега на 100 метров было увеличено с 13 секунд до 13,5. Норматив прыжка в длину был уменьшен с 500 до 430 см.

В настоящее время комплекс ГТО, который активно популяризируется Правительством Российской Федерации, пока что не приносит желаемых результатов. Мало того, находится в списке нецелесообразных затрат. По существующей статистике, больше половины студентов опровергают значимость физкультурно-спортивного комплекса для продуктивной работы, около одной трети относятся к нему совершенно равнодушно, и только оставшиеся две трети уверены в социальной значимости данного проекта. Среди мнений существует и то, что данная программа давно устарела, совершенно не подходит к современности и является лишь «эхом ушедшей эпохи». Такое общественное отторжение можно объяснить плохо спланированной политикой государства по данному вопросу, неэффективностью настоящей спортивной пропаганды и низким качеством подготовки.

Одним из самых важных факторов является плохая техническая оснащённость мест проведения данных спортивных мероприятий. К примеру, Орловская область находится среди аутсайдеров, т.е. одна из худших по качеству и эффективности осуществления проекта ГТО. Эксперты от Общественной палаты расположили Орловскую область на 83 место из 85 за 2017 год. Это можно объяснить следующими причинами:

- катастрофическая нехватка центров тестирования;
- степень информированности населения слишком низкая;
- пропаганда физической культуры среди населения оказалась неэффективной;
- бюджетных средств на реализацию программы ГТО было выделено слишком мало;
- несостоятельность самого проекта.

В некоторых регионах России студенты вынуждены заниматься в подвальных помещениях или обветшалых залах, что является недопустимым, так как это отрицательно влияет на работоспособность обучаемого и эффективность его обучения. Перед тем, как проводить такие мероприятия, органы местной власти в первую очередь должно позаботиться о лучших условиях для проведения подобных нормативов, занятий и каких-либо спортивных мероприятий.

Массовому спорту не нужны знаки отличия или же специальные нормативы, которые навязывают идеализм, доктрину, где несовершенный результат не имеет права на существование, абсолютно не учитывая то, что массовому спорту в наше время просто необходима правильная политика со стороны государства, чтобы интерес у молодёжи был вызван не баллами для поступления в высшие учебные заведения, не позолоченными значками, а собственным желанием принимать участие в мероприятиях такого плана. Также массовое отторжение вызвано тем, что во многих регионах России детей школьного возраста в буквальном смысле заставляют проходить нормативы, что явно не привьёт им любовь к спорту с самого раннего возраста.

Исходя из общего положения и опираясь на совокупность ранее вышперечисленных фактов, можно сказать, что существующая программа «Готов к труду и обороне» не подходит к настоящим реалиям, упор должен быть сделан на пропаганду физической культуры, на то, чтобы у самих обучающихся возникало желание проходить данные нормативы. Необходимо с самого начала подготовить все населенные пункты, города, области и регионы к проведению государственного проекта такого огромного масштаба. Недостаточно быть просто похожим на комплекс ГТО образца 20 века нормативами, значками и громкими лозунгами. В СССР это являлось предметом гордости, средством приобщения молодёжи к традициям своего народа. Это было необходимо в послевоенное время, во время, когда Советский Союз был окружён идеологически чуждыми государствами, людям нужен был массовый спорт. Первоначальная идея внедрения такой системы была подана М.Ю. Фрунзе в 1925 году, который говорил, что люди должны понять, что современные войны ведутся не одной армией, а целой страной, что война будет смертельная, долгая и изматывающая – население должно быть готово. Но сейчас, в мирное время, нужно уметь приспособить такую систему к современности, к современной молодёжи, сделать этот проект частью национальной идентичности, а не пытаться вернуться к светлomu вчера.

В данную программу было вложено огромное количество денег, она постоянно адаптируется под современность, вводя всё новые и новые обновленные нормативы и дисциплины. Поэтому мы считаем, что это проект рассчитан на перспективу и его настоящую эффективность и целесообразность можно будет оценить лишь через несколько лет если не через десятилетия.

Список источников:

1. Указ Президента Российской Федерации от 24 марта 2014 г. №172 «О Всероссийском физкультурно-спортивном комплексе «Готов к труду и обороне» (ГТО)» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2014/03/26/gto-dok.html>.
2. Енченко И.В. Эволюция комплекса «Готов к труду и обороне» // Наука и спорт: со-

временные тенденции. – 2014. – №4 (Том 5). – С. 45-51.

3. Иванов О.Н., Титенёва М.А. Гто: прошлое и настоящее // Вестник Югорского государственного университета. – 2016. – №1 (40). – С. 174-176.

4. Готов к труду и обороне СССР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/?oldid=94301100> (дата обращения: 21.09.2018).

УДК 658.5:001.895

Мезенцева А.Э., Носкова А.А.

## ИННОВАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Мезенцева Анна Эдуардовна\**; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: [mezya1997@mail.ru](mailto:mezya1997@mail.ru)

*Носкова Анастасия Александровна\**; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: [noskova.anastasya2013@yandex.ru](mailto:noskova.anastasya2013@yandex.ru)

*Рассмотрены основные инновационные стратегии развития предприятия, проанализирована их классификация. Выявлены причины и последствия негативных моментов стратегии лидерства. Исследованы виды имитационной стратегии.*

*Ключевые слова: инновации, предприятие, стратегия, развитие, маркетинг, фирма, лидер.*

Mezentseva A.E., Noskova A.A.

## INNOVATIVE STRATEGIES OF THE ENTERPRISE DEVELOPMENT

*Mezentseva Anna Eduardovna*; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: [mezya1997@mail.ru](mailto:mezya1997@mail.ru)

*Noskova Anastasia Alexandrovna*; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: [noskova.anastasya2013@yandex.ru](mailto:noskova.anastasya2013@yandex.ru)

*The basic innovative strategies of the enterprise development are considered and their classification is analyzed. The reasons and consequences of the negative moments of leadership strategy are established. Kinds of imitating strategy are investigated.*

*Keywords: innovations, enterprise, strategy, development, marketing, firm, leader.*

Стратегическое управление предполагает собою деятельность по исследованию и осуществлению миссии, главных основных целей организации и методов их достижения, которые обеспечивают ее формирование в конкурентноспособной и неустойчивой внешней сфере. Стратегическое управление – это постоянный процесс подбора и реализации стратегий организации на основе мониторинга динамики внешней сферы, определения проблем и учета экспертных решений, сориентированных на формирование и сохранение конкурентноспособного превосходства организации.

Инноваторская стратегия развития компании – это совокупность целей и предписаний, правил принятия решений и методов перевода компании с прежнего (имеющегося) положения в новый (целевой) статус на базе введения инноваций. Нововведения позициони-

\* *Научный руководитель: Голоктионова Юлия Геннадьевна, к.э.н., доцент; e-mail: [golokdim@yandex.ru](mailto:golokdim@yandex.ru)*

руют компанию на конкурентноспособных рынках товаров и услуг и могут подразделяться на научно-технические, продуктовые, организационные, административные, финансовые, социальные. Из этого исходит, что инновационная стратегия постоянно проявляется в установлении вида целевого поведения компании на конкурентноспособных рынках.

Все разнообразие стратегий поведения компании допускается соединить в 2 крупные категории: стратегия интенсивного инноваторского поведения образования новых рынков и политика бездейственного следования за рынком инноваций (рисунок 1).

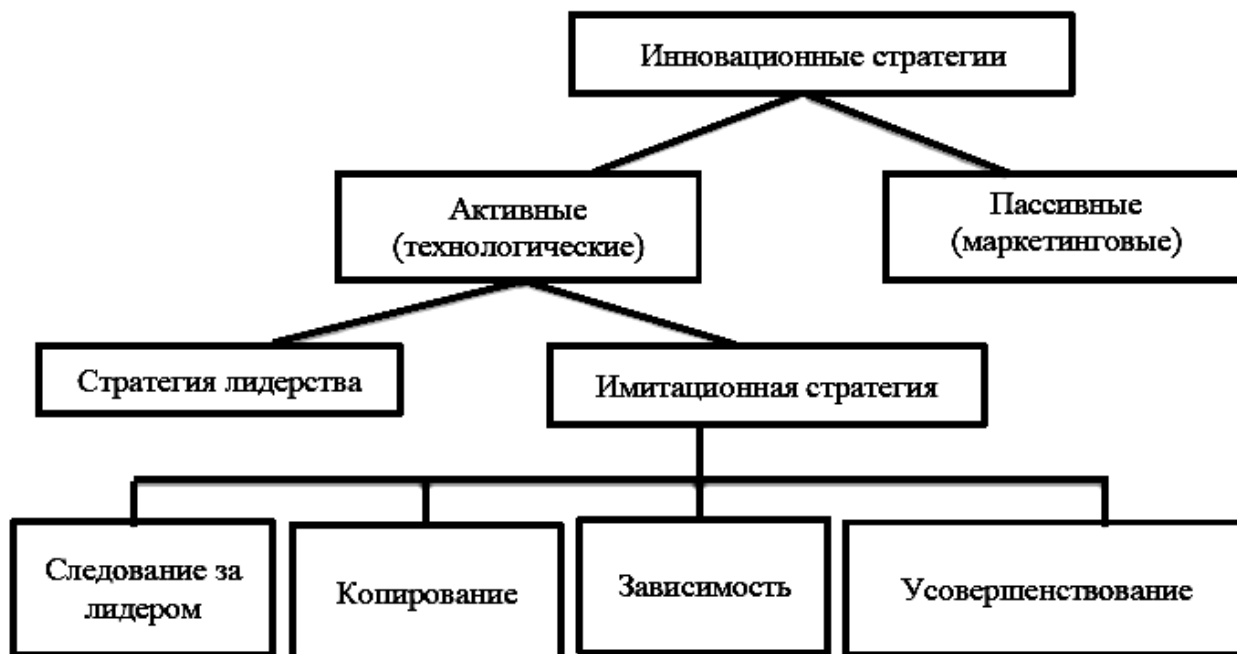


Рисунок 1 – Классифицирование инновационной стратегии

Маркетинговые (пассивные) стратегии предполагают собою долговременные инновации в сферы маркетинга. Организация имеет возможность подобрать стратегию нововведений в сферы дифференциации продукта, подчеркивая все новые и новые его конкурентноспособные превосходства. Выбор фирмой пассивных инноваторских стратегий способен обозначать и такой метод реагирования на перемены во внешних условиях, как долговременные нововведения в сферы конфигураций и способов продажи продукта, коммуникационной политической деятельности.

Научно-технический (активный) тип стратегии предполагает собою реагирование на совершающиеся и вероятные перемены в внешней сфере посредством выполнения неизменных научно-технических инноваций. Выбрав одну либо несколько действующих стратегий, организация подбирает в качестве основного условия успеха применение новой научно-технической идеи. Из числа действующих инноваторских стратегий допускается отметить два принципиально разных вида стратегий: лидерства и имитирования.

В случае если технология, воплощенная в новом товаре или услуге, представляется абсолютно новой для рынка, в таком случае организация осуществит стратегию научно-технического лидерства. Стратегия научно-технического лидерства обозначает политику непрерывного вывода на рынок абсолютно нового продукта. Поэтому всегда научные изучения и исследования, концепция изготовления и маркетинг нацелены на формирование продукта, не имеющего аналогов. К тому же изучения тут носят не только прикладные, но и фундаментальные направленности. Это объясняет потребность формирования стратегических альянсов в сферы НИОКР с иными учено-промышленными организациями, венчурными фондами и подразделениями внутри фирмы.

Имеется немало примеров эффективного введения на рынок нового продукта и капитализации доходов за счет обеспечения стратегии первенства на рынке. Предпочтение предприятием стратегии «научно-технического лидерства» обозначает потребность не только лишь исследования новой технической идеи, проведения НИОКР, выпуска пробной партии, но и формирование рыночного тестирования продукта, запуск его массового изготовления, выполнение мер по введению нового продукта на рынок, формирование стабильной оценки конкурентоспособности продукта в рынке.

Итогом выбора стратегии «научно-технического лидерства» стает осуществление маркетинговых исследований с формированием проекта по продукту, который включает несколько пунктов (рисунок 2).



Рисунок 2 – Пункты проекта по маркетинговому исследованию

Многочисленные компании, избравшие стратегию «научно-технического лидера», видоизменялись в транснациональные корпорации, которые популярны по всему миру: Microsoft, Google, Sony, Херох, ИКЕА, Ford и т.д. Научно-технические новинки и кратковременная монополизация рынка, как правило, становятся высокоприбыльными, что предоставляет новаторам конкурентноспособные превосходства.

Тем не менее, выбор предоставленной инновационной стратегии обладает и серией неблагоприятных моментов (таблица 1).

Если научно-техническая концепция ранее знакома рынку, однако применяется в первый раз фирмой, то в этом случае разговор идет об имитационных стратегиях. К ним относят 4 стратегии:

- стратегия «следования за лидером»;
- стратегия «копирования»;

- стратегия «зависимости»;
- стратегия «усовершенствования».

Таблица 1 – Особенности, причины и последствия неблагоприятных моментов в стратегии лидерства

Негативные моменты	Особенность	Причина	Последствия
Высокая степень риска и неопределенности	отсутствие возможности воплощения инновационной идеи в конечный продукт	большие затраты на фундаментальные и прикладные исследования	сложная финансовая ситуация
Рыночная неопределенность	сложность прогнозирования реакции покупателя на инновационный продукт	маркетинговые мероприятия (создания специальных центров тестирования продукции) проводят на начальных стадиях разработки товара	потеря временного преимущества
Неопределенная реакция на инновации со стороны конкурентов и контрагентов	имитация конкурентами продукции	нелицензированные продукты, не установление стандартов качества, плохие взаимоотношения с поставщиками	конкуренты предложат рынку более усовершенствованный продукт

Стратегия «следования за лидером» предполагает, что организация ожидает, пока конкурент выведет собственную новую продукцию на рынок, а далее начинает изготовление и реализацию подобной продукции. Одновременно совершается научно-техническое и маркетинговое корректирование новшества вследствие исследования вероятных погрешностей «технологического лидера». Значимым фактором представляется тот случай, что «последователи» производят сбыт не точной копии продукта «лидера», а ее разграниченный усовершенствованный вид. Следовательно, предприятие, избравшее эту стратегию, динамично финансирует собственные НИОКР с целью внесения значительных перемен в концепцию продукта. «Последователи» кроме того имеют сильную производственную основу, позволяющую понижать первоначальную стоимость новой продукта за счет эластичности и экономии в масштабах. Данные компании применяют уникальный навык в сфере маркетинговой работы, что дает возможность вовремя проследить положение внешней среды, преобразовывать маркетинговые расчеты лидеров в собственные конкурентноспособные превосходства, продуктивно пользоваться сбытовыми каналами. Одним из обуславливающих условий преуспевания в стратегии следования за лидером является узнаваемость и большой имидж корпоративного бренда, что дает возможность стремительно коммерциализировать инновационный товар.

Выбор предоставленной стратегии многими крупными научно-техническими фирмами, как правило, обозначает стремление уменьшить угрозы и неопределенности, с которыми встречаются «лидеры». К примеру, компания IBM дала возможность компаниям Altair и Apple первыми выходить на рынок индивидуальных компьютеров, невзирая на присутствие исследованной в собственных подразделениях версии нового продукта. Данная политика дала шанс IBM правильно оценить возможности и резервуар рынка, позволив исключить маркетинговые просчеты конкурентов и вывести на рынок собственную версию РС для корпоративных юзеров.

Стратегия «копирования» – это недостаток мощной основы НИОКР и присутствие перспектив глобального введения продукта в производство, а кроме того, серьезные возможности в сфере продвижения продукта и маркетинговой деятельности в целом. Компании, вставшие на данный путь, покупают лицензию на возможность изготовления и коммерциализации нового продукта «лидера» или «последователя» и приступают к изготовлению точ-

ной копии продукта. Никак не обладая способностью извлечения сверхприбыли от лидерства на рынке, данные фирмы динамично применяют расценочные условия с целью увеличения рентабельности изготовления. Как правило, это становится возможным по причине доступа к наиболее дешевому сырью и рабочей силе, а кроме того, присутствию сильной приспособленной производственной основы.

Относительный анализ «продуктовых» инноваций демонстрирует, что 60% благополучно запатентованных инноваций имитируется в процессе 4 лет. Более эффективной оказалась концепция патентов в сферы изготовления лечебных препаратов, где имитирование обходилось бы на 30% дороже, чем их создание и производство с целью новаторства; в сферы изготовления химикатов - на 10% дороже, а в имитирование бытовой электроники – лишь на 2%.

Применяя способы стоимостной конкурентной борьбы и экономя на изчислениях, компании имеют шанс сконцентрировать собственные действия в исследовании взаимодействия рынка на другой продукт и интенсификации торговых усилий.

Если организация выбрала стратегию «зависимости», то она целиком принимает собственную второстепенную значимость по взаимоотношению к лидеру и вводит новинки только лишь согласно запросу покупателей или фирмы-лидера.

При стратегии «усовершенствования» компания должна подделывать новинки иных фирм, так как возникают новые, надлежащие уровню технологий и стандарты. Более характерным является подбор предоставленной стратегии для компаний, оказавшимся в государственном субсидировании, либо небольшими (зачастую семейными) компаниями в сфере услуг.

Стратегию усовершенствования можно причислить к классическому виду инноваторского действия фирм вплоть до начала 1980-х гг. Эта стратегия заключается в принятии потребности улучшения продукта с основной целью сокращения его себестоимости.

На сегодняшний день научно-техническое формирование производства и недостаточность сырьевой основы активизируют руководителей к отысканию новых способов сокращения издержек. В производственной работе уменьшения расходов на рабочую силу можно добиться сочетанием успешного управления с адаптацией изготовления по новейшим технологиям. Автоматизирование производства, развитие узких выгодных взаимоотношений с поставщиками дают возможность существенно уменьшать первоначальную стоимость продукта. Еще одним способом сокращения затрат представляется система обработки и повторного применения остатков. Безотходное изготовление не только лишь представляется данью экологии, но и увеличивает результативность производства. Обработка остатков из сплава, к примеру, требует значительно меньше расходов энергии, чем изготовление новых металлических листов и железа.

#### Список источников:

1. Алехина Л.Л., Легостаева С.А., Семенникова Ю.В. Актуальные подходы к управлению знаниями в современной организации // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – № 4 (38). – С. 127-133.
2. Арманшина Г.Р., Забавников И.И., Федченко А.В. Инновационность как фактор повышения конкурентоспособности // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2017. – № 2 (20). – С. 24-34.
3. Бардовский В.П. Лидеры перемен // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2016. – № 1. – С. 328-330.
4. Беликова И.П. Исследование инновационных возможностей предприятия. – Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2014. – 239 с.
5. Беляев Ю.М. Инновационный менеджмент / под ред. А.Е. Илларионовой. – М.: Дашков и Ко, 2016. – 220 с.
6. Воронин И.И. Анализ стратегических направлений развития телекоммуникационных компаний // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2017. – № 8. – С. 50-54.
7. Вохминцев В.В. О проблеме баланса между инновациями и риск-менеджментом в

промышленных организациях // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2017. – № 4 (22). – С. 59-68.

8. Голоктионова Ю.Г., Васильева О.Б., Ключков Д.Ю. Стратегическое планирование как инструмент управления развитием промышленного предприятия // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2017. – № 3 (21). – С. 21-34.

9. Забавников И.И. Кооперационные стратегии в инновационной деятельности предприятий // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2017. – № 7. – С. 43-46.

10. Пархоменко А.И. Повышение конкурентоспособности предприятия, инновационные идеи ведения бизнеса // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2016. – № 3. – С. 79-82.

11. Петухова С.Н., Фёдорова Г.М., Романов А.В. Внедрение управленческих инноваций в малый и средний бизнес // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2016. – № 3 (15). – С. 76-81.

12. Румянцева Е.Е. Инновационная стратегия экономического развития. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 40 с.

13. Сотникова Е.А., Лебедева О.А., Макарова Т.Н. Инновации на потребительском рынке товаров и услуг // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – № 3 (37). – С. 33-39.

14. Сычева И.Н., Глотко А.В., Пермьякова Е.С., Сафронов Д.В. Инструменты стимулирования инновационного развития аграрного сектора в регионах // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – № 2 (36). – С. 13-21.

15. Шманева Л.В. Роль информационных технологий в управлении инновационной деятельностью на предприятии (в организации) // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – № 2 (40). – С. 48-51.

**УДК 338.465.4**

**Якушенко В.М.**

### **МОНИТОРИНГ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА НА УСЛУГИ ПРЕДПРИЯТИЙ СЕРВИСА**

*Якушенко Валентина Михайловна\**; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: kaktysik\_13@bk.ru

*Статья посвящена изучению мониторинга потребительского спроса и предложения на услуги предприятий сферы сервиса. Процесс управления спросом и предложением является одним из актуальных вопросов при планировании деятельности сервисных предприятий.*

*Ключевые слова: мониторинг, экономический рост, потребительский спрос, спрос, сервис, услуги.*

**Yakushenko V.M.**

### **MONITORING OF THE CONSUMER DEMAND FOR SERVICE ENTERPRISES**

*Yakushenko Valentina Mikhailovna*; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: kaktysik\_13@bk.ru

*The article is devoted to the study of the consumer demand and supply monitoring for the service enterprises. The process of supply and demand management is one of the pressing questions at planning of the service enterprises activity.*

*Keywords: monitoring, economic growth, consumer demand, demand, service, services.*

---

\* *Научный руководитель: Пашкевич Людмила Аркадьевна, к.т.н., доцент; e-mail: lyudmila.pashkevitch@yandex.ru*

На сегодняшний день одной из главных задач развития как зарубежного, так и российского общества является экономический рост. Данный факт предполагает рост объемов производства материальных благ, а также улучшение их качества, то есть обеспечение более высокого уровня жизни современного человека.

Ведущим фактором экономического роста любой индустриально развитой страны является потребительский спрос. Динамика данного показателя выступает основным стимулом увеличения объемов производства, что оказывает влияние на увеличение ВВП. Таким образом, изучение потребительского спроса и факторов, оказывающих на него влияние, является весьма актуальной темой.

Под спросом принято понимать определенную часть общественных потребностей, которая обеспечена денежными средствами. Это значит, что спрос характеризуется платежеспособной потребностью общества и определяется максимальной возможностью покупателей заплатить за товар. Объем спроса устанавливает такое количество товара, которое покупатель готов приобрести по данной цене за определенный промежуток времени [6, 8].

Повышение материального благосостояния населения приводит к количественному росту потребителей, а также систематическому изменению их структуры. То есть происходит рост спроса на высококачественные, технически сложные, а также модные товары.

С целью изучения и прогнозирования потребительского спроса необходимо определить факторы, непосредственно оказывающие влияние на него. Среди мнений экономистов нет четкого разделения, какие факторы являются определяющими спрос и его регулирование так же, как и не существует единой их классификации. Однако среди всех факторов общепринятыми и основными является экономические, такие как доходы населения, объем и структура предложения, уровень производства, индекс цен и т.д. (рисунок 1) [3].



Рисунок 1 – Факторы, влияющие на формирование потребительского спроса

Анализируя данные покупательского спроса, предприятие способно рационально соотносить объем производства и потребления продукта, что как результат дает возможность активного воздействия на промышленность с целью улучшения качества, расширения и обновления ассортимента выпускаемой продукции. Стоит заметить, что торговля не ограничивается пассивной регистрацией динамики потребительского спроса, а оказывает активное воздействие на его формирование [5].

Ключевыми направлениями развития деятельности современного предприятия является сфера материального и нематериального производства, последние же приобретают большое значение в современном мире.

К сфере материального производства можно отнести:

- отрасли, производящие вещные блага: лесное и сельское хозяйство, строительство,

промышленность и т.д.;

- отрасли, осуществляющие транспортировку вещных благ к потребителю: грузовой транспорт, оптовая и розничная торговля и т.д.

К сфере нематериального производства принадлежат:

- отрасли, обеспечивающие все необходимые условия нормального функционирования экономического субъекта: социальное обеспечение, правоохранные структуры, страхование и т.д.;

- отрасли, производящие услуги пассажирского транспорта, здравоохранения, образования, науки и т.д.

Несмотря на объективные отличия, данные виды деятельности тесно взаимодействуют друг с другом, это связано с тем, что нематериальное производство нельзя считать самодостаточным, так как предприятия не могут обходиться без вещественных ресурсов. Однако в настоящее время именно сфера нематериального производства выступает мощным качественно новым фактором экономического роста, а также развития и усовершенствования сферы материального производства [5].

Превращение сферы услуг в преобладающий сектор национальной экономики по производству ВВП, а также численности занятого населения многие экономисты называют «сервисной революцией». Это связано с сильным влиянием сферы нематериального производства на производство технологически сложных физических продуктов.

Прежде всего, в сервисной сфере предприятие стремится повысить эффект полезности посредством более полного удовлетворения потребностей основных клиентов, в то время как полезность определяется характером потребления, а также уровнем совершенствования сервисного продукта как самостоятельной, так и системы услуг. Отметим, что развитие национального хозяйства, базирующегося на технологическом прогрессе, способствует росту сервисных услуг.

Как правило, под термином «сервис» понимают комплекс услуг, связанный с обслуживанием населения в сфере быта. Для более полного понимания специфики сервисных услуг рассмотрим понятия «услуга» и «обслуживание».

Услугой является продукт труда, полезность которого проявляется не в вещественной форме, а в форме деятельности, направленной на конкретного потребителя. Обслуживание же является средством осуществления данной услуги (например, ресторанное, внутригостиничное обслуживание и т.д.).

Отличительными характеристиками услуги являются:

- 1) отсутствие количественных характеристик;
- 2) нестабильность качества;
- 3) несохраняемость услуги;
- 4) опосредованное измерение качества услуги;
- 5) неотделимость от исполнителя и потребителя.

Встречаются различные классификации видов и типов услуг, каждая из которых отражает специфический подход к анализу сервисной деятельности. На рисунке 2 представлены общие типы услуг.

Также услуги можно разделить по видам потребностей населения:

- материальные услуги, направленные на удовлетворение материальных потребностей; например, услуги торговли, здравоохранения, общественного питания, а также коммунального и бытового обслуживания;

- нематериальные услуги, ориентированные на удовлетворение духовных потребностей, производство услуг данного вида неотделимо от потребления; например, концертные выступления, музеи, консультирование, образование и т.д.

Для успешного функционирования и развития своего бизнеса компания, ориентируясь на запросы потребителей, проводит мониторинг потребительского спроса. Под термином «мониторинг» понимают плановое и систематическое наблюдение за состоянием изучаемого

объекта с целью его оценки, исследования конкурентной среды, а также определения основных тенденций и направлений его дальнейшего развития. Результаты данного исследования дают фирме возможность внести корректировки в сфере маркетинга и менеджмента [1].



Рисунок 2 – Общие типы услуг

Исследование потребительского спроса требует комплексного подхода, способного дать полную и достоверную информацию о необходимых населению услугах, а также справедливых ценах, за которые они готовы приобрести данную услугу.

Анализ и прогнозирование спроса являются необходимым условием для эффективного использования маркетинга с целью успешной коммерческой деятельности. Собранная при исследовании информация о потребительском спросе позволит обосновать коммерческие решения о предоставляемых услугах [7].

Изучение потребительского спроса осуществляется в трех направлениях: изучение реализованного, неудовлетворенного и формирующегося спроса (рисунок 3).

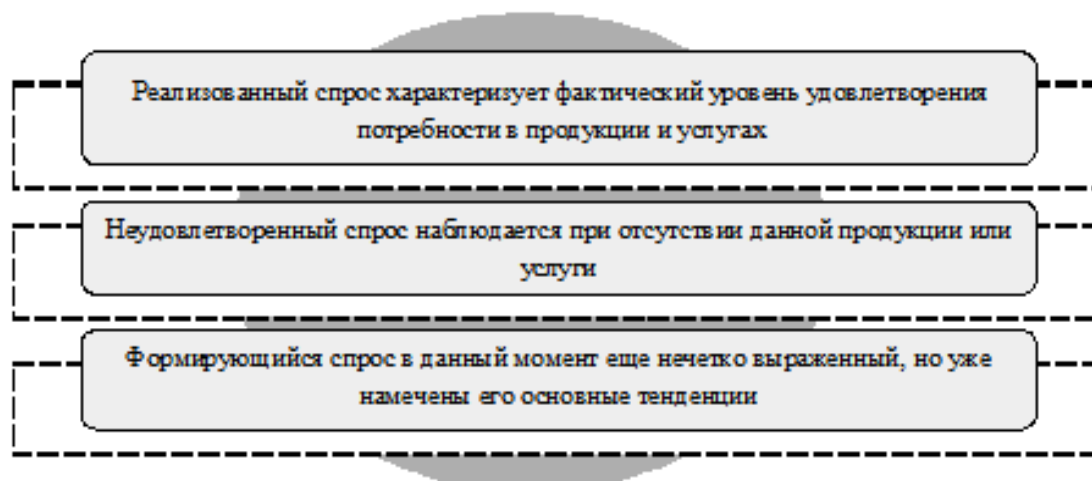


Рисунок 3 – Основные виды спроса

Методом исследования реализованного спроса является сплошной или выборочный статистический анализ, результаты которого позволяют фирме выявить общую закономерность развития, объем, структуру и интенсивность спроса. Анализ оперативных данных о реализации услуг за предыдущий период даст возможность установить, какой вид предо-

ставляемой услуги пользовался наибольшим спросом у потребителя. По результатам такого анализа фирма может исключить услуги, не пользующиеся спросом, а также увеличить количество востребованных у потребителей услуг.

Основными причинами возникновения неудовлетворенного спроса являются: отсутствие конкретной услуги в продаже; цена, не соответствующая доходам потребителям.

К методам исследования неудовлетворенного спроса можно отнести анкетирование, проводимое как на самом предприятии, так и посредством телефонной связи и интернета. Также методом изучения данного спроса являются: карточка учета неудовлетворенного спроса; контрольные листки; проведение дня учета неудовлетворенного спроса.

Метод изучения формирующегося спроса осуществляется на выставках-конференциях, посвященных новым видам услуг, которые дают возможность определить отношение потребителей к новым услугам.

Отметим, что одним из перспективных методов исследования неудовлетворенного и формирующегося спроса являются панельные обследования. Панелью принято называть число семей, представляющих все социально-экономические группы потребителей изучаемого района. Данная группа семей периодически опрашивается в одной и той же программе.

Как отмечалось ранее, создание производительной и эффективной сервисной организации должно базироваться на изучении природы и характера потребительского спроса в термине потребителя. Это значит, что предприятию необходимо разбираться и отслеживать запросы потребителей. Незнание желаний потребителей увеличивает риск предоставления услуг низкого качества по высокой цене.

В сокращении риска фирме поможет оценка популярных на сегодняшний день тенденций, в данном случае огромное значение имеет мода. Предоставляя услуги, предпринимателю важно знать, какие услуги пользуются высокой популярностью, чтобы оставаться конкурентоспособным на рынке услуг.

Оценка конкурентной стоимости также важна, она дает возможность определить, по какой именно стоимости будет реализовываться услуга. Компания должна понимать, что и низкая, и завышенная стоимость оттолкнет потенциальных потребителей. Слишком низкая цена может указывать на не высокий уровень качества услуг, а чрезмерно завышенная стоимость исключает возможность доступности услуги по причине ее дороговизны [9].

В современных условиях развития интерактивных технологий для определения потребительского спроса предлагается обратиться к помощи всемирной глобальной сети. При помощи современных сервисов поисковых систем можно собрать и проанализировать информацию о наиболее интересных для потребителей услугах. Стоит заметить, что при выборе той или иной услуги потребители также изучают информацию в сети. Также для развития ассортимента предоставляемых услуг компании полезно будет изучить зарубежные ресурсы. Данная категория сайтов позволит отследить появление различных новинок за рубежом, а также перенять их опыт [2].

Не стоит забывать, что при изучении потребительского спроса полезно обратиться к помощи бесплатной доски объявлений, в которой можно бесплатно поместить объявления о предоставлении своих услуг. Такой метод поможет компании бесплатно определить заинтересованность потребителей: большое количество звонков свидетельствует о большом интересе потенциальных клиентов и наоборот.

В заключение отметим, что в условиях рыночной экономики в качестве ориентирующей на конечные цели, а также движущей силы эффективного экономического развития любой компании является потребительский спрос. Поэтому вопросы его мониторинга и прогнозирования являются исходными, а также важнейшими инструментами организации маркетинговой деятельности. Ориентированность на потребителя, его экономические возможности, своевременное модифицирование соответствующей услуги способствует формированию благоприятной инвестиционной среды для предприятия сферы услуг.

Список источников:

1. Бородай В.А. ИмPLICITный характер функций организационного развития сервисных компаний // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2017. – №4 (98). – С. 42.
2. Венделева М.А., Вертакова Ю.В. Информационные технологии в управлении. – М.: Юрайт, 2016. – 462 с.
3. Генкин Б.М. Человек и его потребности. – М.: Норма: ИНФРА-М, 2015. – 256 с.
4. Горбунов В.К. Потребительский спрос: аналитическая теория и приложения. – Ульяновск: Издательство УлГУ, 2015. – 261 с.
5. Грибов В.Д., Леонов А.Л. Экономика предприятия сервиса: учебное пособие. – М.: КноРус, 2016. – 276 с.
6. Игрунова О.М. Современные подходы к анализу и развитию сферы услуг в регионах. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 210 с.
7. Игрунова О.М. Методика и практика проведения маркетинговых исследований различных рынков товаров и услуг: учебное издание. - 2-е изд., стер. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 102 с.
8. Иневатова О.А., Дедеева С.А., Макарова Ю.А. Региональные рынки: учебное пособие. – Оренбург: ОГУ, 2015. – 204 с.
9. Шоул Д. Первокласный сервис как конкурентное преимущество / под ред. В. Григорьевой; пер. И. Евстигнеева. – 8-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 347 с.

УДК 657.633.5

Курако О.А.

**ВНУТРЕННИЙ КОНТРОЛЬ КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР  
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Курако Ольга Александровна\**; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: [olgakurako@gmail.com](mailto:olgakurako@gmail.com)

*В статье рассматривается актуальный вопрос о внутреннем контроле как важном факторе экономической безопасности экономического субъекта. Каждое предприятие в процессе своего функционирования должно опираться на результаты работы службы внутреннего контроля, который является важной частью экономической безопасности организации.*

*Ключевые слова: экономическая безопасность предприятия, внутренний контроль, внешняя среда предприятия, угрозы экономической безопасности предприятия, предпринимательская деятельность.*

Kurako O.A.

**INTERNAL CONTROL AS AN IMPORTANT FACTOR  
OF ECONOMIC SECURITY OF THE ENTERPRISE**

*Kurako Olga Alexandrovna*; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: [olgakurako@gmail.com](mailto:olgakurako@gmail.com)

*In the article the actual problem about the internal control as an important factor of economic security of economic subject is considered. Every enterprise should lean in its functioning against the results of the activity of internal control which is an important part of economic security of the organization.*

\* *Научный руководитель: Ханенко Мария Евгеньевна, к.т.н., доцент; e-mail: [hmae@yandex.ru](mailto:hmae@yandex.ru)*

Keywords: economic security of the enterprise, internal control, enterprise environment, threat to economic security of the enterprise, enterprise activity.

На сегодняшний день тема экономической безопасности предприятия становится все более актуальной. Это связано с непростым геополитическим положением на мировой арене, которое возникло из-за введения многочисленных санкций странами Запада и США против Российской Федерации (РФ). Данные санкции (ограничения или строжайшее постановления) пошатнули экономику страны, они затронули абсолютно все стороны жизни человеческого общества. Многие экономические субъекты были вынуждены объявить себя банкротами и прекратить свою деятельность. Данное явление напрямую связано со следующим фактором. Предприятия осуществляют свою работу в условиях высокой конкуренции под постоянным давлением внешней среды. Чтобы их деятельность была успешной, приносила фиксированный уровень дохода, они должны быть полностью обеспечены финансовыми ресурсами, которые необходимы для нормальной работы предприятия, целесообразно их размещать и эффективно применять, а также иметь финансовые взаимоотношения с физическими и юридическими лицами, платежеспособность и финансовую устойчивость. А в ходе случившегося конфликта были выявлены существенные недостатки в организации работы этих экономических субъектов. В первую очередь это нехватка финансовой информации о состоянии объекта. Вследствие этого необходимо создать систему внутреннего контроля, который будет осуществлять следующие действия:

- определять фактическое, текущее финансовое состояние предприятия;
- сравнивать фактически полученные данные с планируемыми;
- оценивать выявленные отклонения и степень их влияние на работу организации, выявлять причины отмеченных явлений [3].

Внутренний контроль позволяет предотвратить возможные кризисные ситуации.

Но что же такое «экономическая безопасность предприятия»? Экономическая безопасность предприятия – это защита его научно-технической, технологической, производственной, финансовой, информационной и других составляющих всей деятельности предприятия от различных угроз экономического характера, которые могут быть как прямыми, так и косвенными [2].

Экономическая безопасность предприятия напрямую зависит от различных факторов. Перечень данных факторов представлен на рисунке 1.

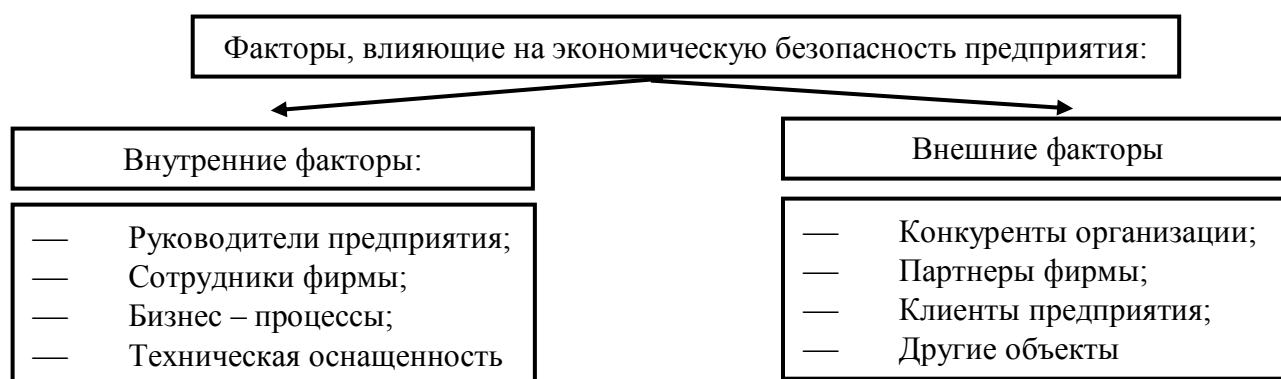


Рисунок 1 – Факторы, влияющие на экономическую безопасность предприятия

Данные угрозы напрямую связаны с оказываемым воздействием внешней среды организации. Но далеко не все действия могут считаться угрозой экономической безопасности. Например, это действия по приобретению ценных бумаг руководством организации, внедрение в оборот новой услуги, товара или работы. Только такие действия могут считаться угрозой, которые сознательно направлены на то, чтобы дестабилизировать предприятие, и за счет

этого получить экономическую выгоду. Данные угрозы при приведении их в действие влекут за собой нарушение закона (его отраслей: гражданской, административной, уголовной), за что в дальнейшем следует наказание лиц, причастных к осуществлению такой угрозы.

Так вот система экономической безопасности должна выявлять при помощи внутреннего контроля опасные ситуации, разрабатывать пути их устранения, анализировать принимаемые решения со стороны экономической безопасности.

В РФ термин «экономическая безопасность» впервые упоминается в Федеральном законе №2446-1 от 5 марта 1992 года «О безопасности» (ред. от 26.06.2008). В законе даны следующие составляющие экономической безопасности:

- определение безопасности;
- ее субъекты;
- способы обеспечения безопасности [4].

Абсолютно каждое предприятие в ходе своей деятельности сталкивается с вопросом о защите своей секретной информации от посягательств конкурентов и промышленных шпионов. В частности, в начале своей работы фирма должна продумать все возможные пути защиты своих данных или хотя бы найти способ уменьшить возможное отрицательное влияние.

Сейчас предприятия и компании страны вынуждены постоянно искать различные пути для ведения своего бизнеса, искать эффективные пути для использования имеющихся у них в распоряжении ресурсов, повышать свой уровень конкурентоспособности и стабильности организации. И в связи с этим необходимо отметить, что основным фактором, способствующим увеличению уровня доходности экономического субъекта, является именно высокоэффективная система внутреннего контроля организации.

Именно благодаря внутреннему контролю организации можно планировать эффективную работу компании, достигать поставленных руководителями целей, решать различные вопросы с минимальными затратами.

В принципе, систему внутреннего контроля предприятия можно представить как совокупность бухгалтерского, управленческого и другого контроля с целью эффективной организации работы фирмы, обобщения и анализа полученной информации, принятия конструктивных и наиболее правильных решений по возникающим в ходе деятельности вопросам [3].

На рисунке 2 представлены составляющие системы внутреннего контроля.

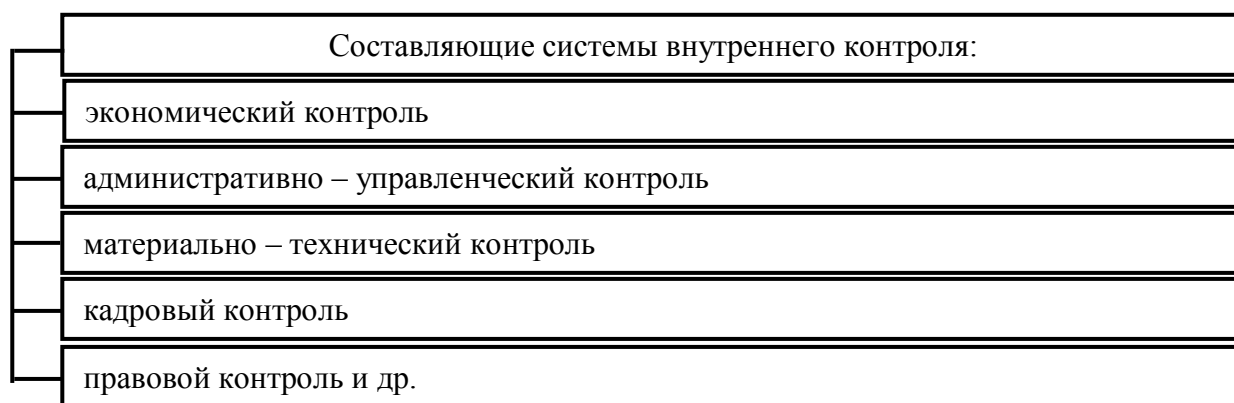


Рисунок 2 – Составляющие системы внутреннего контроля

На хозяйственных экономических субъектах главным является не сама по себе система внутреннего контроля, а то, что именно благодаря существующей в организации системе можно быстро и эффективно устранить недостатки в работе компании, повысить уровень ее работы, что соответственно приведет к росту доходности предприятия. Помимо этого, благодаря внутреннему контролю фирма целесообразно и экономически эффективно распоряжается имеющимися в ее распоряжении ресурсами: финансовыми, трудовыми, техническими и др. А

также внутренний контроль способствует принятию эффективных управленческих решений, которые будут положительно влиять на работу предприятия, и принятие их начинается с момента планирования всей работы предприятия и составления бухгалтерской отчетности.

Для экономической безопасности предприятия необходимо не только осуществлять непрерывный контроль за работой организации, но и анализировать полученные данные с целью их плодотворного использования в будущем.

В целом общий смысл внутреннего финансового контроля можно представить на рисунке 3. Эффективность работы внутреннего финансового контроля также заключается в правильном разделении между работниками организации различных функций и ролей, для того чтобы вся работа компании не была сосредоточена в руках одного единственного человека. Именно от такого разделения обязанностей и будет зависеть уровень возможной допустимой ошибки в ходе деятельности фирмы, ведь чем меньше обязанностей, функций у человека, тем меньше угроза допуска ошибки [5].

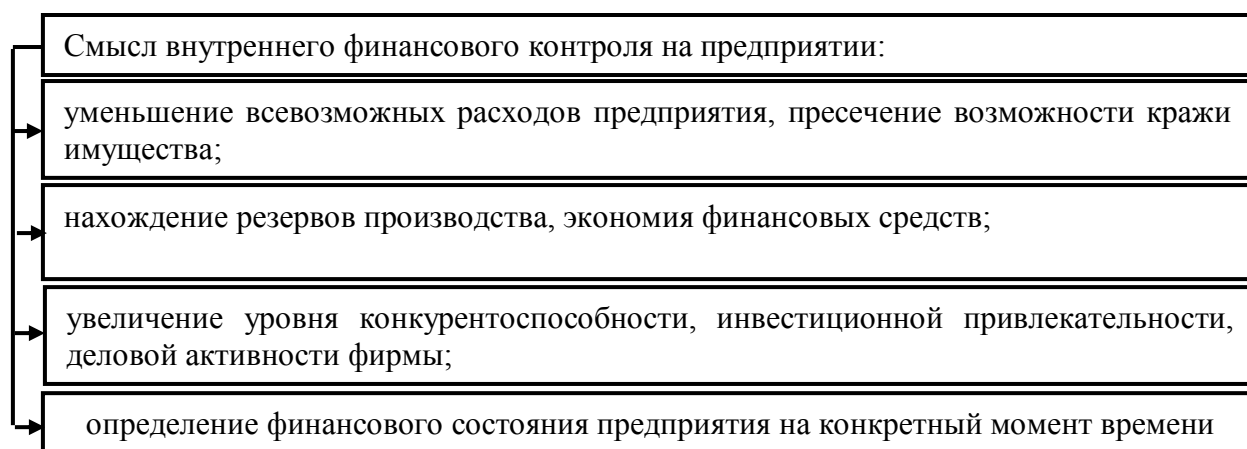


Рисунок 3 – Смысл внутреннего финансового контроля на предприятии

На любом предприятии в обязательном порядке должен быть какой-либо вид контроля. Отсутствие же контроля влечет за собой, как правило, торможение дальнейшего развития фирмы или полностью останавливает его.

Абсолютно каждое предприятие разрабатывает свой собственный комплекс мер по обеспечению своей экономической безопасности. Но можно предложить следующий перечень мер, который будет актуален для любой компании. К ним относятся следующие:

- организация защиты коммерческой тайны (усиление контроля за сохранностью документов и ограничение круга лиц, имеющих к ним доступ);
- контроль за сохранностью и возможным перемещением имущества (сдача в аренду, продажа, передача прав пользования (по доверенности));
- анализ и контроль уровня кредиторской задолженности с целью предотвращения возможности потери компании в ходе скупки всех долгов другим предприятием;
- анализ всех возможных конкурентов.

Все эти действия позволят повысить уровень безопасности фирмы, сделать его более конкурентоспособным [1].

Подводя итог всему вышесказанному, хочется сделать вывод о том, что система внутреннего контроля должна быть абсолютно на любом предприятии, так как благодаря ей повышается деловая активности, уровень конкурентоспособности, появляется возможность поиска новых путей по уменьшению затрат фирмы и увеличению ее доходов. Помимо этого, данная система предоставляет актуальную информацию о текущем финансовом состоянии организации, что служит основой защищенности компании от возможных внешних угроз. Экономическая безопасность предприятия имеет прямую зависимость от внутреннего кон-

троля. Ведь от того, насколько четко и экономически грамотно организован данный контроль, зависит безопасность, устойчивость организации к внешней среде (конкурентам, государству, инвесторам и т.д.), ее дальнейшее развитие и процветание.

Список источников:

1. Авдийский В.И. Теневая экономика и экономическая безопасность государства: учебное пособие / В.И. Авдийский, В.А. Дадалко. – М.: Альфа-М, ИНФРА-М, 2017. – 496 с.
2. Арбатов А.А. Экономическая безопасность России: Общий курс: учебник / В.К. Сенчагов, А.А. Арбатов, А.А. Ведев. – М.: БИНОМ. ЛЗ, 2016. – 815 с.
3. Богомолов В.А. Введение в специальность «Экономическая безопасность»: учебное пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 279 с.
4. Криворотов В.В. Экономическая безопасность государства и регионов: учебное пособие / В.В. Криворотов, А.В. Калина, Н.Д. Эриашвили. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 351 с.
5. Максимов С.Н. Экономическая безопасность России: системно-правовое исследование: учебное пособие. – М.: МПСИ, МОДЭК, 2017. – 56 с.
6. Суглобов А.Е. Экономическая безопасность предприятия: учебное пособие / А.Е. Суглобов, С.А. Хмелев, Е.А. Орлова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 271 с.
7. Эриашвили Н.Д. Экономическая безопасность: учебное пособие для студентов вузов / В.А. Богомолов, Н.Д. Эриашвили, Е.Н. Барикаев; Под ред. В.А. Богомолова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 295 с.

УДК 658.8:012.12

**Понкратова Е.Ю., Третьяков А.И.**

**ОСОБЕННОСТИ БЕНЧМАРКИНГА КАК ИНСТРУМЕНТА  
МАРКЕТИНГОВОГО И СИСТЕМНОГО АНАЛИЗА**

*Понкратова Евгения Юрьевна\**; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: [evgeniyaponkratova@mail.ru](mailto:evgeniyaponkratova@mail.ru)

*Третьяков Андрей Игоревич\**; ФГБОУ ВО «Орловский государственный аграрный университет имени Н.В. Парахина»; РФ, 302019, г. Орел, ул. Генерала Родина, д. 69; e-mail: [tretyakov1910@bk.ru](mailto:tretyakov1910@bk.ru)

*Статья посвящена бенчмаркингу – современному инструменту повышения эффективности работы предприятия и маркетингового анализа. Бенчмаркинг – это процесс сравнения своей деятельности с деятельностью лучших компаний на рынке с последующей реализацией изменений для достижения и сохранения конкурентоспособности.*

*Ключевые слова:* бенчмаркинг, конкурентоспособность, инструмент, предприятие, менеджмент, конкуренты.

**Ponkratova E.Yu., Tretyakov A.I.**

**FEATURES OF BENCHMARKING AS A TOOL  
OF MARKETING AND SYSTEM ANALYSIS**

*Ponkratova Evgeniya Yuryevna*; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: [evgeniyaponkratova@mail.ru](mailto:evgeniyaponkratova@mail.ru)

*Tretyakov Andrey Igorevich*; Orel State Agrarian University; 69 Generala Rodina Street, Orel 302019, Russian Federation; e-mail: [tretyakov1910@bk.ru](mailto:tretyakov1910@bk.ru)

\* *Научный руководитель: Губина Оксана Витальевна, к.э.н., доцент; e-mail: [cabardinka69@mail.ru](mailto:cabardinka69@mail.ru)*

*Article is devoted to benchmarking as a modern tool to increase the overall performance of the enterprise and marketing analysis. Benchmarking is the process of comparison of one's own activity with the best companies in the market and the subsequent implementation of changes to achieve and preserve competitiveness.*

*Keywords: benchmarking, competitiveness, tool, enterprise, management, competitors.*

В последнее время глобализация бизнеса и нестабильность мировой экономики вынуждают компании искать новые пути развития, способствующие обеспечению конкурентоспособности и повышению удовлетворенности заинтересованных сторон. Одним из инструментов стратегического планирования и совершенствования деятельности предприятия является бенчмаркинг.

В ближайшее время бенчмаркинг займет свое достойное место в арсенале методов менеджмента. Бенчмаркинг – процесс сравнения своей деятельности с деятельностью лидеров на рынке, который позволяет понять свое место среди конкурентов, изучить и применять лучшие практики других компаний, улучшить производственные показатели собственного предприятия и сохранить конкурентоспособность [5].

Теоретико-методологические основы бенчмаркинга как целостной системы были заложены в трудах Э. Деминга, Ф. Кросби, К. Исикавы, Р. Кемпа, Г. Ватсона, Х. Дж. Харрингтона, Б. Андерсена и др.

Считается, что впервые бенчмаркинг на практике был применен компанией Хегох в 1979 году. С тех пор Хегох уделяет пристальное внимание маркетингу как одному из инструментов повышения конкурентоспособности организации в целом, регулярно проводя мониторинг конкурентов и часто используя метод тайного покупателя, изучая не только качество самого продукта, но и сопутствующих услуг.

Бенчмаркинг как инструмент представляет собой процесс систематического и непрерывного измерения, т.е. оценку процессов предприятия и их сравнение с процессами мировых лидеров с целью получения информации, полезной для улучшения их собственной деятельности. По сравнению с простой идентификацией различий, которая не позволяет получить объяснение того, как устранить эти различия, эталонное сопоставление помогает понять причины расхождений в определенных областях деятельности и преодолеть разрыв от деятельности конкурентов. Активное привлечение опыта других компаний позволяет ускорить процесс совершенствования, сократить затраты, увеличить прибыль и выбрать стратегию развития предприятия [2].

Бенчмаркинг как инструмент повышения конкурентоспособности характеризуется низкими временными и финансовыми затратами, а также доступностью для компании независимо от размера и сферы деятельности.

Концепция конкурентоспособности затрагивает все аспекты деятельности организации, начиная с выпускаемой продукции, ее основных параметров и заканчивая производственными, организационными и финансовыми характеристиками предприятия [4]. Источниками обеспечения конкурентных преимуществ на предприятии являются:

- создание высококачественного продукта;
- оказание услуг;
- достижение самого минимального уровня затрат;
- благоприятное географическое положение компании;
- производство продукта, который по своей функциональности будет значительно превосходить конкурирующие аналогичные экземпляры;
- предоставление клиентам качественных товаров по доступной цене.

Фактором, влияющими на эффективность применения бенчмаркинга, является сопоставительный анализ, который проводится по видам деятельности, департаментам, предприятию в целом для выявления слабых и сильных сторон, наилучших методов работы [3].

Существует несколько классификаций бенчмаркинга (таблица 1).

Бенчмаркинг выполняет ряд функций на предприятии, таких как:

- формирование критического отношения организации к пониманию процессов, происходящих внутри организации;
- повышение активности как управленческого персонала, так и подведомственных им структур;
- улучшение условий организации труда на предприятии за счет информации, полученной из внешних источников.

Таблица 1 – Классификация бенчмаркинга

Вид бенчмаркинга	Содержание
Ассоциативный бенчмаркинг	Осуществляется компаниями, которые образуют бенчмаркинговую коалицию
Внутренний бенчмаркинг	Заключается в проведении сравнения между подразделениями организации с целью выявления наиболее эффективных методов работы, которые позволяют сделать товар или услугу более конкурентоспособными. Внутренний бенчмаркинг подразумевает простоту сбора информации, необходимой для исследования, простоту организации
Конкурентный бенчмаркинг	Позволяет осуществить сравнение с компанией той же отрасли или организацией-партнером из других отраслей
Функциональный бенчмаркинг	Позволяет проводить анализ предприятий, которые не относятся к внутриотраслевым конкурентам, но осуществляют функциональную деятельность, в улучшении которой заинтересована организация. К преимуществам данного вида бенчмаркинга можно отнести простоту выявления функциональных лидеров, возможность обнаружения эффективных подходов и технологий, отсутствие проблем с конфиденциальностью
Общий бенчмаркинг	Представляет собой наиболее трудно реализуемый вид, который позволяет сравнивать бизнес-процессы, происходящие на предприятиях, относящихся к различным отраслям. Данный тип предоставляет наилучшие возможности для внутриорганизационного совершенствования
Бенчмаркинг процессов	Изменяет определенные показатели в целях их сравнения с компаниями, опережающими данную организацию в аналогичных процессах

Эффективность бенчмаркинга зависит от ряда условий и факторов в зависимости от стадии реализации (таблица 2). Эти условия и факторы необходимо учитывать и тщательно изучать с целью успешного внедрения методов другой компании в среду и культуру организации при минимизации соответствующих рисков [6].

Таблица 2 – Влияния факторов и условий на успех бенчмаркинга

Этап	Характеристика этапа	Факторы
1. Оценка организации (предприятия), выявление сегментов для улучшения	Диагностика организации (предприятия), выявление наиболее важных критериев эффективности. Данная информация будет являться фундаментом для сравнения с конкурентами или эталоном и выявит сильные и слабые стороны работы. Области, в которых критерии ниже конкурентных или эталонных, станут возможным объектом для бенчмаркинга	1. Соответствие целей бенчмаркингового исследования стратегии и целям организации (предприятия) 2. Точное определение вида бенчмаркинга 3. Обстоятельное представление бизнес-процессов предприятия 4. Оповещение персонала о необходимости проведения бенчмаркинга 5. Детальное изложение задач и определение области бенчмаркинга

Этап	Характеристика этапа	Факторы
2. Выбор организации (предприятия) для сравнения	Поиск компаний, с которыми необходимо сравнивать выбранные показатели. Обзор источников информации	Правильный выбор партнера по бенчмаркингу для таких показателей, как рост объема продаж, доля рынка, использование передовых методов и технологий в производстве и управлении
3. Сбор информации из различных источников	Обобщение информации из публичной финансовой отчетности, рекламных брошюр, статей и интервью, формальных и неформальных встреч с партнерами и конкурирующими компаниями	1. Создание комфортных условий для сотрудничества 2. Выполнение принципов проведения бенчмаркинга: взаимодействие, обмен достоверной информацией, конфиденциальность, взаимопонимание, законность, реализация всех условий
4. Системный анализ полученной информации	Каждый критерий идеального предприятия следует сравнивать с показателем деятельности своего предприятия. Анализ полученных данных. Идентификация информации, которая может повысить производительность и эффективность деятельности	1. Точное и обстоятельное представление информации в отчетах 2. Детальное рассмотрение бизнес-процессов предприятия 3. Выполнение принципов проведения бенчмаркинга
5. Подготовка мероприятий по улучшению объекта (продукта, услуги, процесса)	Определение новых целей для компании. Профессиональная подготовка проекта к реализации, осуществление изменений и внедрение улучшений	1. Предоставление подробной документации по подготовке и осуществлению деятельности по внедрению мероприятий. 2. Соблюдение принципов кодекса бенчмаркинга 3. Соблюдение стандартов качества
6. Оценка эффективности проводимых мероприятий	Расчет ожидаемой эффективности от внедрения и реализации проекта. Показатели, отражающие производительность, используются в качестве оценки для отражения результатов деятельности. При расчетах используются такие методы, которые предполагают учет временной концепции стоимости денег	1. Оценка ограничения бюджета предприятия. 2. Определение норматива дисконтирования
7. Внедрение разработанных мероприятий	Составление плана реализации по внедрению разработанных мероприятий, назначение ответственных за реализацию проекта и составление списка необходимых ресурсов для осуществления плана	1. Детальное прогнозирование этапов по внедрению разработанных мероприятий и времени 2. Мотивация персонала на достижение желаемых результатов 3. Заинтересованность персонала предприятия при внедрении разработанных мероприятий
8. Контроль за объектом и повторение анализа	Наблюдение за процессом работы и оценка итоговых результатов. Группировка информации для повторной оценки предприятия и анализа изменений	1. Выполнение стандартов качества 2. Заинтересованность руководства в проведении работ для дальнейшего развития и контроль за их исполнением

Изучая условия и факторы, можно сделать правильный выбор типа и партнеров при использовании бенчмаркинга в качестве эффективного инструмента для совершенствования систем управления и производства.

Потенциал бенчмаркинга может быть эффективно реализован при формировании сравнительного альянса, для которого необходимо создать соответствующую информационную среду, обеспечивающую распространение и обмен знаниями о достижениях [1].

Бенчмаркинг позволяет улучшить общую организационную структуру на предприятии благодаря заимствованным успешным бизнес-решениям, взятым из внешней среды организации.

Список источников:

1. Аренков И.А., Багиев Е.Г. Бенчмаркинг и маркетинговые решения: монография. – СПб: СПбГУЭФ, 1997. – 303 с.
2. Коваленко А.И. Бенчмаркинг в системе конкурентных действий предпринимательских структур. – М.: Синергия, 2016. – 27 с.
3. Логинова Е. Бенчмаркинг – инструмент развития конкурентных преимуществ: монография. – М.: Научная книга, 2016. – 17 с.
4. Маслова О.Л., Маслова Е.А., Губина О.В. Направления современного менеджмента как основа построения конкурентоспособной компании // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – №2 (36). – С. 77-82.
5. Овакимян Г.С., Шибина М.А. Современные методы повышения конкурентоспособности предприятия: бенчмаркинг и аутсорсинг // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2017. – №7. – С. 119-123.
6. Паршутина И.Г. Проблемы управления устойчивостью развития бизнес структур разных сфер деятельности // Международный экономический форум «Бакановские чтения» (Орел, 22 декабря 2016 г.): сборник научных трудов / под общ. ред. Н.А. Лытневой. – Орел.: ОрелГУЭТ, 2017. – С. 8-11.

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный университет экономики и торговли» и редакция журнала «Экономическая среда» приглашает к сотрудничеству преподавателей, научных работников, аспирантов и соискателей, студентов.

### УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛОВ:

#### Требования к статьям:

– Статьи должны носить аналитический, а не описательный характер, автором должен быть четко определен круг рассматриваемых вопросов, их актуальность и цели исследования. В статье не следует приводить лишь перечень цитат и точек зрения, необходимо провести их анализ и на его основе дать систематизацию взглядов по исследуемой проблеме, сформулировать авторский подход к теме. Позиции автора должны быть аргументированы и логически выдержаны. Статью необходимо начать с описания проблемы (задачи) и завершить выводами и предложениями.

– К рассмотрению принимаются статьи объемом не менее 0,25 и не более 1,0 печатных листа (10 000 – 40 000 знаков с пробелами).

– Обязательными элементами статьи являются Ф.И.О. всех авторов, заглавие (название) статьи, аннотация, ключевые слова, список литературы, сведения об авторах.

– Фамилии и инициалы авторов статьи приводятся перед заглавием, в отдельной строке, выделяются жирным шрифтом. Число авторов статьи, как правило, не должно превышать трех человек.

– Заглавие (название) не должно быть слишком длинным, должно полностью отвечать содержанию статьи. Заглавие размещается по центру строки, набирается заглавными (прописными) буквами, без переносов, выделяется жирным шрифтом.

– Аннотация (150 – 500 знаков с пробелами) и ключевые слова размещаются перед текстом статьи (после заглавия) и выделяются курсивом. Текст аннотации должен быть лаконичным, связным, логичным и информативным.

– Список литературы приводится в конце рукописи в алфавитном порядке (по фамилиям авторов) в соответствии с принятыми стандартами библиографического описания (ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления»). В статье рекомендуется привести ссылки все использованные автором литературные источники и статистические данные.

– Сведения об авторах, научном руководителе (для статей аспирантов, соискателей) и рецензентах приводятся в конце статьи, после списка литературы.

– Рекомендуется продублировать сведения об авторе (ах) в отдельном файле:

Ф.И.О. полностью	
Ученая степень, звание:	
Должность:	
Место работы, город, страна:	
Почтовый адрес (для связи с редакцией, не публикуется):	
Телефон, e-mail (для связи с редакцией, не публикуется):	
E-mail (для опубликования):	
Название рукописи:	
Объем в усл. (авт.) п.л.:	
Научный руководитель (только для статей аспирантов, соискателей): Ф.И.О., уч.степень, звание, должность, место работы, e-mail	

– Статьи, предназначенные для публикации в журнале, подлежат обязательному рецензированию. Статьи аспирантов (соискателей) должны сопровождаться положительной рецензией (отзывом) за подписью научного руководителя или заведующего кафедрой. Скан-копия рецензии направляется в редакцию вместе со статьей (отдельным файлом).

– Рукопись должна сопровождаться документом, подтверждающим проверку работы на наличие плагиата. Рекомендуемый Интернет-сервис для проверки AntiPlagiat.ru (режим доступа: <http://www.antiplagiat.ru>).

#### **Требования к оформлению:**

– Редакция принимает материалы только в электронном виде (рекомендуется направлять материалы на e-mail журнала: [economicsreda@mail.ru](mailto:economicsreda@mail.ru) – «Экономическая среда»).

– Материал должен быть набран в текстовом редакторе Microsoft Word в форматах doc, docx или rtf: шрифт Times New Roman – 12 пт., обычный; межстрочный интервал - одинарный; абзацный отступ – 1,25 см.; все поля – по 20 мм. Текст должен быть выровнен по ширине. Не допускается вставка разрыва страниц, разрыва разделов, деление текста на колонки и иное дополнительное форматирование. Обязательны ссылки на рисунки, таблицы и использованные источники в тексте.

– При вставке формул необходимо использовать MicrosoftEquation. Формулы выполняются курсивом (основной размер символа 10-12 pt), размещаются по центру строки, нумерация справа в круглых скобках. В формулах в качестве символов следует применять обозначения, установленные соответствующими государственными стандартами. Пояснение значений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в которой они даны в формуле. Значение каждого символа и числового коэффициента следует давать с новой строки. Первую строку пояснения начинают со слова «где» без двоеточия. Если уравнение не умещается в одну строку, оно должно быть перенесено после знака равенства «=», или после знака «+», или после других математических знаков с их обязательным повторением в новой строке.

– Рисунки должны быть черно-белыми, толщина линий не менее 0.5 pt. Ширина рисунка не должен превышать 160 мм, высота – 200 мм. Разрешение не менее 300 pp. Отдельные блоки и элементы в рисунках и схемах следует сгруппировать. Номер и наименование размещаются под рисунком, по центру строки. Пример оформления подписи к рисунку:

...

Рисунок 1 – Классификация различных подходов к целям государственной политики формирования доходов населения

– Цифровой материал в статье рекомендуется оформлять в виде таблиц. Таблицу, в зависимости от ее размера, помещают под текстом, в котором впервые дана ссылка на нее, или на следующей странице. Заголовки столбцов и строк таблицы следует писать с прописной буквы, а подзаголовки – со строчной буквы, если последние подчиняются заголовку. Разделять заголовки и подзаголовки диагональными линиями не допускается. Графу «№ п/п» в таблицу не включают. В таблице допускается уменьшение шрифта до 10 пт. При переносе таблицы на другой лист головку таблицы (первую строку с заголовками столбцов) следует повторить в начале каждой страницы. Если головка таблицы велика, то допускается ее не повторять, в этом случае ниже головки необходимо разместить дополнительную строку с номерами столбцов, тогда каждый следующий лист начинается со строки с номерами столбцов. Каждая таблица должна иметь номер и название, которые располагаются перед таблицей.

Пример оформления таблицы:

Таблица 1 – Состав стейкхолдеров, которых менеджмент компаний считает наиболее значимыми (% от числа опрошенных)

Стейкхолдеры	2012 год	2013 год
1. Акционеры (участники)	83	52
2. Сотрудники	70	54

– Кавычки в тексте статьи должны выглядеть так: «....». Ссылки на литературные источники и приведенные в статье статистические данные следует оформлять в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5–2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила оформления». Ссылку на список литературы в тексте статьи необходимо заключать в квадратные скобки «.....» [1].

### **МАТЕРИАЛЫ, НЕ СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ТРЕБОВАНИЯМ, НЕ РАССМАТРИВАЮТСЯ!**

Представляя текст работы для публикации в журнале, авторы гарантируют правильность всех сведений о себе, отсутствие плагиата и других форм неправоверного заимствования в рукописи произведения, надлежащее оформление всех заимствований текста, таблиц, схем, иллюстраций. Авторы опубликованных материалов несут ответственность за подбор и точность приведенных фактов, цитат, статистических данных и прочих сведений. Редакция не несет ответственность за достоверность информации, приводимой авторами.

В случае нарушения данной гарантии и предъявления в связи с этим претензий к редакции авторы самостоятельно и за свой счет обязуются урегулировать все претензии. Редакция не несет ответственности перед третьими лицами за нарушение данных авторами гарантий.

Авторы, направляя рукопись в редакцию, поручают редакции обнародовать произведение посредством его опубликования в печати и размещения электронной копии статьи на сайте журнала, в научных электронных библиотеках и базах данных.

Редакция в обязательном порядке осуществляет рецензирование, необходимое научное и стилистическое редактирование всех материалов, публикуемых в журнале. Рецензирование и редактирование рукописей (научное, стилистическое, техническое) осуществляют редакционный совет и редколлегия журнала в соответствии с требованиями ВАК РФ к изданию научной литературы. Редколлегия осуществляет за собой право отклонять работы по тем или иным причинам. Редакция не берет на себя обязанность объяснять авторам нетехнические причины отклонения статей. С журналом сотрудничают высококвалифицированные специалисты, и их заключение является определяющим для судьбы статьи.

Редакция не гарантирует каких-либо сроков опубликования статей, получивших положительную рецензию. В среднем между прохождением статьи через технический контроль и публикацией при положительном решении редколлегии проходит 1-3 месяцев.

При публикации материалов приоритет отдается подписчикам журнала.

**Направление материалов в редакцию для публикации означает согласие автора с приведенными выше требованиями.**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ОРЛОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ**



***Адрес: г. Орел, ул. Октябрьская, д.12,  
телефон: 8 (4862) 25-50-32  
(проезд троллейбусами №№ 6, 4, 8 и автобусами №№ 3, 11  
до остановки «Дворец спорта» или «Часовой завод»)***

**Сайт ВУЗа: [www.orelgiet.ru](http://www.orelgiet.ru)  
E-mail: [Ogiet@ogiet.ru](mailto:Ogiet@ogiet.ru)  
E-mail: [113.fdo@mail.ru](mailto:113.fdo@mail.ru)  
Страница в ВК: <https://vk.com/oguet>**

***Государственная лицензия на ведение образовательной деятельности  
Серия 90Л01 № 0009216 от 03 июня 2016 года.***

***Свидетельство о государственной аккредитации  
Серия 90А01 № 0001014 от 08 июля 2016 года.***

**ФГБОУ ВО «ОРЛОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ»**

**ПЕРЕЧЕНЬ НАПРАВЛЕНИЙ ПОДГОТОВКИ БАКАЛАВРИАТА  
(ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ: ОЧНАЯ, ОЧНО-ЗАОЧНАЯ, ЗАОЧНАЯ)**

<b>Наименование направления</b>	<b>Наименование профиля</b>	<b>Вступительные испытания</b>
<b>41.00.00 ПОЛИТИЧЕСКИЕ НАУКИ И РЕГИОНОВЕДЕНИЕ</b>		
41.03.06. <b>Публичная политика и социальные науки</b>	- публичная политика и социальные науки	Русский язык <u>Обществознание</u> История
<b>42.00.00 СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И ИНФОРМАЦИОННО-БИБЛИОТЕЧНОЕ ДЕЛО</b>		
42.03.01 <b>Реклама и связи с общественностью</b>	- реклама и связи с общественностью в отрасли	Русский язык <u>Обществознание</u> История
<b>39.00.00 СОЦИОЛОГИЯ И СОЦИАЛЬНАЯ РАБОТА</b>		
39.03.02 <b>Социальная работа</b>	- социально-правовая защита населения	Русский язык <u>История</u> Обществознание
<b>38.00.00 ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ</b>		
38.03.01 <b>Экономика</b>	- финансы и кредит	Русский язык <u>Математика</u> Обществознание
	-экономика и эффективность бизнеса	
	- бухгалтерский учет, анализ и аудит	
38.03.02 <b>Менеджмент</b>	- менеджмент организации	Русский язык <u>Математика</u> Обществознание
38.03.03 <b>Управление персоналом</b>	- управление персоналом организации	Русский язык <u>Математика</u> Обществознание
38.03.05 <b>Бизнес-информатика</b>	- электронный бизнес	Русский язык <u>Математика</u> Обществознание
38.03.06 <b>Торговое дело</b>	-организация торгового бизнеса	Русский язык <u>Математика</u> Обществознание
38.03.07 <b>Товароведение</b>	- товароведение и экспертиза товаров в таможенной деятельности	Русский язык <u>Математика</u> Обществознание
<b>43.00.00 СЕРВИС И ТУРИЗМ</b>		
43.03.01. <b>Сервис</b>	- сервис недвижимости	Русский язык <u>Математика</u> Обществознание
43.03.02 <b>Туризм</b>	- экономика туризма	Русский язык <u>История</u> Обществознание

Наименование направления	Наименование профиля	Вступительные испытания
<b>27.00.00. УПРАВЛЕНИЕ В ТЕХНИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ</b>		
27.03.05. <b>Инноватика</b>	- управление качеством инновационных проектов	Русский язык <u>Математика</u> Физика
27.03.03 <b>Системный анализ и управление</b>	- системный анализ и управление экономическими системами	Русский язык <u>Математика</u> Физика
27.03.01 <b>Стандартизация и метрология</b>	- стандартизация и метрология в сфере потребительских товаров и услуг	Русский язык <u>Математика</u> Физика
<b>09.00.00 ИНФОРМАТИКА И ВЫЧИСЛИТЕЛЬНАЯ ТЕХНИКА</b>		
09.03.02 <b>Информационные системы и технологии</b>	- информационные системы и технологии в бизнесе	Русский язык <u>Математика</u> информатика и информационно-коммуникационные технологии (ИКТ)
09.03.03 <b>Прикладная информатика</b>	- прикладная информатика в экономике	Русский язык <u>Математика</u> ИКТ
<b>19.00.00 ПРОМЫШЛЕННАЯ ЭКОЛОГИЯ И БИОТЕХНОЛОГИИ</b>		
19.03.02 <b>Продукты питания из растительного сырья</b>	- технология продуктов детского и функционального питания на основе растительного сырья	Русский язык <u>Математика</u> Физика
19.03.03 <b>Продукты питания животного происхождения</b>	- технология молока и молочных продуктов	Русский язык <u>Математика</u> Физика
19.03.04 <b>Технология продукции и организация общественного питания</b>	- технология и организация ресторанного дела	Русский язык <u>Математика</u> Физика

**ПЕРЕЧЕНЬ НАПРАВЛЕНИЙ ПОДГОТОВКИ  
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Код ОП	Наименование ОП	Вступительные испытания
38.02.07	Банковское дело	Средний балл аттестата
38.02.01	Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)	
38.02.02	Страховое дело (по отраслям)	
38.02.04	Коммерция (по отраслям)	
38.02.05	Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров	
19.02.10	Технология продукции общественного питания	

**ПЕРЕЧЕНЬ НАПРАВЛЕНИЙ ПОДГОТОВКИ МАГИСТРАТУРЫ  
(ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ: ОЧНАЯ, ОЧНО-ЗАОЧНАЯ, ЗАОЧНАЯ)**

<b>Код</b>	<b>Направление</b>	<b>Вступительные испытания</b>
42.04.01	<b>Реклама и связи с общественностью</b>	Профильный экзамен
38.04.01	<b>Экономика</b>	Профильный экзамен
38.04.02	<b>Менеджмент</b>	Профильный экзамен
38.04.03	<b>Управление персоналом</b>	Профильный экзамен
38.04.04	<b>Государственное и муниципальное управление</b>	Профильный экзамен
38.04.05	<b>Бизнес-информатика</b>	Профильный экзамен
38.04.06	<b>Торговое дело</b>	Профильный экзамен
38.04.07	<b>Товароведение</b>	Профильный экзамен
38.04.08	<b>Финансы и кредит</b>	Профильный экзамен
38.04.09	<b>Государственный аудит</b>	Профильный экзамен
43.04.01	<b>Сервис</b>	Профильный экзамен
19.04.02	<b>Продукты питания из растительного сырья</b>	Профильный экзамен
19.04.03	<b>Продукты питания животного происхождения</b>	Профильный экзамен
19.04.04	<b>Технология продукции и организация общественного питания</b>	Профильный экзамен

**ПРИГЛАШАЕМ АБИТУРИЕНТОВ  
НА КУРСЫ ПОДГОТОВКИ  
К СДАЧЕ ЕГЭ, ОГЭ**

**ПО МАТЕМАТИКЕ, РУССКОМУ ЯЗЫКУ,  
ОБЩЕСТВОЗНАНИЮ**

*Срок проведения: октябрь – май 2018-2019 года.*

*Дополнительную информацию можно получить в приемной комиссии  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»  
по адресу: 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12, аудитория 113*

*Телефон: **8 (4862) 25-50-32***

**Сайт ВУЗа: [www.orelgiet.ru](http://www.orelgiet.ru)**

**E-mail: [Ogiet@ogiet.ru](mailto:Ogiet@ogiet.ru)**

**E-mail: [113.fdo@mail.ru](mailto:113.fdo@mail.ru)**

**Страница в ВК: <https://vk.com/club137829099>**

*Будем рады видеть Вас в дружном коллективе наших студентов!*

**ОБРАЩАЕМ ВАШЕ ВНИМАНИЕ:**

***Есть бюджетные места***

*Студентам предоставляется благоустроенное общежитие*

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ**  
**ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**  
**УПРАВЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ И**  
**ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ**  
**ФГБОУ ВО «ОРЛОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ»**

приглашают учащихся, студентов, магистрантов и аспирантов российских и зарубежных организаций среднего профессионального и высшего образования принять участие в научно-практической конференции:



**«ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА БЕЗ ГРАНИЦ:  
КОНВЕРГЕНЦИЯ СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ  
И ЕСТЕСТВЕННО-ТЕХНИЧЕСКИХ НАУК»**

**Цели и задачи конференции:**

- публичное обсуждение результатов экспериментальной или теоретической деятельности молодых ученых, направленной на получение новых знаний об основных закономерностях строения, функционирования и развития человека, общества, окружающей среды;
- развитие и популяризация среди молодежи новейших достижений науки в области междисциплинарных научных исследований;
- обмен актуальной научно-технической информацией, укрепление научных и деловых контактов между молодыми российскими и зарубежными учеными.

**Место проведения:**

302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, 12.

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

Материалы конференции публикуются в сборниках научных трудов серии «Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки» (ISSN 2500-2279), электронная версия которых размещается в открытом доступе на сайте университета, в научной электронной библиотеке eLIBRARY.RU, а также индексируется в базе данных РИНЦ.

В рамках конференции проводится конкурс научных работ обучающихся «Наука будущего». Работы победителей и призеров конкурса будут опубликованы в научных журналах университета.

Получить дополнительную информацию о научной программе конференции, сроках отправки заявок и условиях участия можно в Управлении науки и технологий ОрелГУЭТ:

Е-mail: [ogiet-konferenciya@yandex.ru](mailto:ogiet-konferenciya@yandex.ru)

Тел. +7 (480)225-50-43

Контактное лицо: Сотникова Елена Анатольевна.



«**Научные записки ОрелГИЭТ**» издается с 2010 г. с целью поддержки научно-исследовательской работы молодых ученых.

В журнале публикуются результаты исследований по различным направлениям социально-гуманитарных и естественно-технических наук.

Журнал «Научные записки ОрелГИЭТ» адресован научным работникам, профессорско-преподавательскому составу учебных заведений, аспирантам и студентам, которые интересуются новейшими результатами фундаментальных и прикладных исследований по различным направлениям науки.

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

**Свидетельство о регистрации:** ПИ № ФС77-67658 от 10 ноября 2016 г.

**Учредитель (издатель):** ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли».

**Журнал включен в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ).**

Подписка на журнал производится во всех отделениях связи по объединенному каталогу «Пресса России» (индекс **E13171**).

Перед публикацией все присланные материалы подлежат обязательному рецензированию. Копии рецензии или мотивированного отказа направляются авторам (без указания сведений о рецензенте). Рецензии хранятся в редакции журнала в течение 5 лет и могут быть предоставлены в Министерство образования и науки Российской Федерации при поступлении в редакцию соответствующего запроса.

**Адрес редакции:**

302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12, каб.309.

Телефон: (4862) 255-037; (910) 300-77-56

E-mail: [almanah-ogiet@mail.ru](mailto:almanah-ogiet@mail.ru)

Сайт: [http://orelgiyet.ru/public/redakcionno\\_izdatelskiy\\_otdel](http://orelgiyet.ru/public/redakcionno_izdatelskiy_otdel)