

СОВРЕМЕННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБЛАСТИ БИЗНЕСА И УПРАВЛЕНИЯ

Сборник научных трудов
по материалам VI Международного
экономического форума молодых ученых

**НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА**

Современные исследования в области бизнеса и управления

**Сборник научных трудов
по материалам VI Международного экономического форума молодых ученых**

30 ноября 2018 г.

**www.scipro.ru
Москва, 2018**

УДК 33
ББК 65

Главный редактор: Н.А. Краснова
Технический редактор: Ю.О. Канаева

Современные исследования в области бизнеса и управления: сборник научных трудов по материалам VI Международного экономического форума молодых ученых, 30 ноября 2018 г., Москва: Профессиональная наука, 2018. – 66 с.

ISBN 978-0-359-26986-0

В сборнике научных трудов рассматриваются актуальные вопросы развития экономической теории, экономики предпринимательства, природопользования, экономики труда и управления персоналом, учетно-экономических наук, государственного управления, менеджмента и т.д. по материалам VI Международного экономического форума молодых ученых «Современные исследования в области бизнеса и управления», состоявшегося 30 ноября 2018 г. в г. Москва.

Сборник предназначен для научных и педагогических работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Все включенные в сборник статьи прошли научное рецензирование и опубликованы в том виде, в котором они были представлены авторами. За содержание статей ответственность несут авторы.

Электронная версия сборника находится в свободном доступе на сайте www.scipro.ru.

При верстке электронной книги использованы материалы с ресурсов: PSDgraphics

УДК 33
ББК 65



- © Редактор Н.А. Краснова, 2018
- © Коллектив авторов, 2018
- © Lulu Press, Inc.
- © НОО Профессиональная наука, 2018

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ..... 5

Папикян К.А. Внедрение проектного управления на муниципальном уровне. Опыт городов..... 5

Папикян К.А. Проектное управление на федеральном уровне.....11

СЕКЦИЯ 2. МАРКЕТИНГ16

Хрущева А.С. Применение инструментов маркетинга в государственных учреждениях16

СЕКЦИЯ 3. ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.....21

Горина А.И. Методика оценки перспективности размещения новой торговой точки предприятия сетевой торговли21

Кудашева-Подвойская О.В. Предпринимательство и коммерция в России: исторический и современный аспект 32

СЕКЦИЯ 4. ЗЕМЛЕУСТРОЙСТВО.....35

Зельман О.С., Окишева О.А. Землеустройство территорий орошаемых севооборотов Усть-Донецкого района Ростовской области35

СЕКЦИЯ 5. РЕКРЕАЦИЯ И ТУРИЗМ..... 45

Логинова Е.В., Овсянникова А.А. Организация и развитие конного туризма на Урале 45

СЕКЦИЯ 6. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ, АУДИТ50

Дятлова О. Анализ дебиторской и кредиторской задолженности50

Дятлова О. Понятие дебиторской и кредиторской задолженности52

Дятлова О. Управление задолженностью 54

СЕКЦИЯ 7. ЭКОНОМИКА И ПРАВО 56

Байчакуев З.М. Реализация гуманизма на правоприменительном уровне..... 56

Ширяшкин Н.А. Тактика назначения и проведения судебных экспертиз при расследовании преступлений, связанных с экстремизмом 60

СЕКЦИЯ 1. ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ

УДК 35

Папикян К.А. Внедрение проектного управления на муниципальном уровне. Опыт городов

Implementation of project management at the municipal level. City Experience

Папикян Карина Арамаисовна

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего
образования «Сибирский федеральный университет»
Papikyan Karina Aramaisovna
Federal State Autonomous
higher education institution
Education «Siberian Federal University»

Аннотация. В статье представлен опыт проектной деятельности муниципальных образований. Особое внимание уделено опыту Белгорода. В работе проанализирован опыт внедрения проектов в других муниципальных образованиях, определены перспективы и проблемы применения проектной деятельности в муниципальных образованиях. Актуальность темы определяется поиском повышения эффективности деятельности органов власти на муниципальном уровне. Проектный метод оценивается специалистами как наиболее перспективный. В статье рассмотрены проблемы внедрения проектного управления в муниципальных образованиях.

Ключевые слова: проектное управление, муниципалитет, практика реализации проектов, инструменты проектирования

Abstract. The article presents the experience of project activities of municipalities. Particular attention is paid to the experience of Belgorod. The paper analyzes the experience of implementing projects in other municipalities, identifies prospects and problems of the use of project activities in municipalities. The relevance of the topic is determined by the search for increasing the effectiveness of government bodies at the municipal level. The project method is estimated by experts as the most promising. The article deals with the problems of implementing project management in municipalities.

Keywords: project management, municipality, practice of project implementation, design tools

Внедрение проектного управления на муниципальном уровне является перспективной задачей чиновников в регионах. В современных условиях к муниципальным руководителям муниципальных учреждений приходит понимание того, что участие в проектном управлении выступает важным атрибутом управления, при этом, инструмент проектного управления имеет свою историю. Использование понятия «проект» изначально использовалось среди инженеров и в лишь значительное время спустя стало использоваться в социальной сфере. В.И. Патрушев, рассматривая технологии проектирования на муниципальном уровне, отметил, что «...социальное проектирование стало возникать в связи с появлением новых социально-экономических, социально-культурных и социально-экологических проблем, которые не имели

прототипов своего решения и требовали проектной разработки и последующей реализации еще не существовавших крупномасштабных социальных объектов» [6].

В связи с этим, специалисты, занятые в органах власти муниципалитетов, обратились к технологии проектирования в социальной сфере и муниципальная практика наполнилась новым содержанием, обогатилась инновационными формами и методами. В рамках проекта на муниципальном уровне приняли участие, как коммерческие структуры, так и общественность, научные работники. В связи с этим, появилось представление проекта муниципального уровня, которое дает Ю.А. Крючков: «проект в системе муниципального управления представляет, во-первых, своего рода предполагаемую модель (проект), сконструированную в соответствии с принятой в органе местного самоуправления стратегией устойчивого социально-экономического развития территории муниципального образования до 2025 г. и, во-вторых, один из видов проектной деятельности, связанный с преобразованием окружающей социальной реальности в соответствии с некоторым идеалом посредством создания выраженной в знаковой форме и ориентированной на реализацию смысловой общности реального и идеального» [5, С. 91-92].

Особое значение имеет подготовка муниципальных кадров для проектного управления. По мнению С.А. Боженова и И.Е. Ильичева, «управление кадровым потенциалом должно включать в себя освоение прогрессивных форм работы с информацией, развитие навыков синтеза и анализа» [3]. Ю.В. Астахов и В.И. Патрушев считают, что «в современных условиях в муниципальной практике следует активно использовать и продвигать кадровые технологии и технологии проектной деятельности» [1].

Впервые использование метода проектов в работе муниципальных органов управления применили в Белгородской области, где органами муниципального уровня реализованы следующие проекты:

- «Белгород - зеленая столица»,
- «Новая жизнь».
- «Управление здоровьем».

Особый интерес вызвал проект 2017 года «500 / 10 тысяч». В названии этого проекта отражена и его сущность: 500 означает число предприятий, а 10 тысяч - численность работников, занятых на них. Проект направлен на развитие муниципальных районов, на создание благоприятных социально-экономических условий в муниципалитетах Белгородской области.

Особо следует отметить, что реализация проектов муниципального уровня коррелирует со стратегией города Белгород. Муниципальные власти объединили три стратегических направления развития города Белгород в новом проекте «Стратегия развития города Белгорода до 2025 года». Реализация проекта идет в настоящее время и его разработке учтен опыт

реализации предыдущих муниципальных проектов и отражены усилия общественности. Задачи проекта – это стратегические цели муниципального образования и при проектировании разработаны тактические ходы достижения стратегических перспектив.

В связи с представленным опытом проект можно назвать развернутой целью в организационной системе, что подтверждает в своей публикации К.В. Харченко: «цель может быть ориентирована, во-первых, на проблему, которую предстоит решить, во-вторых, на потребность, которую предполагается удовлетворить, а в-третьих, на перспективу. При этом ориентация на потребность предотвращает возникновение проблем в будущем, а ориентация на перспективу формирует потребности, которые еще не возникли, но проявятся в будущем» [8, С. 133].

Проектное управление, в этом случае, востребовано в связи с положительными характеристиками проекта, к которым относят, в том числе, возможность экономии материальных и человеческих ресурсов, возможность оценки эффективности.

В качестве проблем, согласно опыту реализации проектов в Белгороде, можно выделить:

- «ресурсная необеспеченность организационных целей»;
- «недостаточная мотивация муниципальных служащих»;
- «нереалистичность проектных целей из-за отсутствия финансового обеспечения»;
- «слабый контроль за выполнением проектных заданий»;
- «многоначалия».

В Белгороде востребованы муниципальные проекты, предложенные жителями городского сообщества, например, в связи с чем, в городе созданы по инициативе общественности 27 советов территорий в городских одномандатных округах и более 550 органов территориального общественного самоуправления, охватывающих более 197,0 тыс. чел. взрослого населения городского округа «Город Белгород».

В Белгороде разработаны и реализуются программы повышения квалификации для муниципальных служащих на базе сразу нескольких учебных заведений:

- Института управления Белгородского государственного национального исследовательского университета,
- Белгородского государственного технического университета им. В.Г. Шухова.

Не смотря на наличие проектных офисов в Белгороде и наличие квалифицированных муниципальных служащих в органах муниципального управления Белгорода, при реализации проектов в муниципальном образовании имеют место и значительные проблемы, например, до сих пор в должностных инструкциях муниципальных служащих городских и районных администраций отсутствует даже упоминание о проектной деятельности, имеются недостатки

оценки реализации муниципальных проектов, отсутствуют открытые данные результатов реализации проектов муниципального уровня.

Безусловно, использование проектного механизма в муниципальной практике дает органам власти не только количественный, но и качественный эффект и качественный эффект оценить неизмеримо сложнее. Опыт управления проектами муниципального уровня в городе Белгород вызывает интерес других регионов, заслуги муниципалитета оценены на федеральном уровне, например, в 2014 и 2015 гг. Белгород стал победителем всероссийского конкурса «Проектный Олимп», который ежегодно проводится Аналитическим центром при Правительстве Российской Федерации, а в 2014 г. регион занял первое место в номинации «Системы управления проектами с совокупным бюджетом более 500 млн. р. в органах власти регионального и муниципального уровня и подведомственных организациях».

Интересен опыт Свердловского регионального отделения, члены которого помимо уже известного на всю страну проекта «Славим человека труда» разработали проект «Муниципальный контроль. Гражданский корпус». «Проект призван сделать прозрачной и понятной деятельность муниципальных властей (исполнительной и представительной), активизировать участие в общественном контроле в сфере ЖКХ, с одной стороны – депутатов муниципальных образований, с другой – гражданских активистов» [2, С. 117].

В качестве положительного примера можно отметить проект в Перми, где планируется создание площадки для дискуссий «Муниципальный клуб», которая, по мнению ее создателей, позволит принять участие общественности муниципального образования в проектном управлении.

В Красноярске реализуется муниципальный проект «Муниципальный дом», ведется активная работа по подготовке муниципальных служащих к проектному управлению.

В Нижнем Новгороде реализуются сразу несколько социальных проектов:

«Совет молодых депутатов Нижегородской области» в рамках которого формируется и укрепляется кадровый резерв. Как отмечают специалисты, «тем самым популяризируя роль молодых политиков в деле достижения профессиональных и общественных успехов на начальных этапах личностного становления» [4, С.170].

«Город, в котором хочется жить» направлен на поддержку гражданских инициатив населения города Нижний Новгород в сфере экологии, благоустройства и создания малых архитектурных форм в масштабах улиц, дворов и микрорайонов.

«Социальное развитие – возрождение традиций». «Данный проект направлен на вовлечение молодежи муниципальных образований в процесс социального развития территорий и сохранения культурных традиций посредством реализации социальных проектов» [7, С.15].

В городе Самара развиваются проекты кадровой политики для муниципальных служащих, например, разработали проект «Внедрение новых образовательных механизмов для «кадрового лифта». В структуре проекта кратковременные образовательные курсы на основе тренингов, деловых игр, обмен положительным опытом проектного управления на муниципальном уровне.

Интересен опыт города Брянск, где успешный муниципальный проект направлен на помощь подросткам и молодежи, находящимся в трудной жизненной ситуации, на носит название «Взаимопомощь». В муниципальном образовании имеются и другие проекты социальной направленности.

Одними из самых успешных проектов муниципального уровня являются проекты в городе Сочи.

В качестве глобальной проблемы в свете внедрения проектного управления в муниципальных образованиях можно выделить недостаток квалифицированных проектировщиков: в современных условиях только взаимодействие опытных муниципальных служащих (наставников) и вновь принятых на муниципальную службу молодых специалистов, освоивших азы проектного управления, могут сформировать позитивный практический опыт и значительный синергетический эффект в деле внедрения проектного управления на муниципальном уровне. Взаимодействие опыта работы и новых знаний молодых специалистов может стать эффективным средством кадрового обеспечения устойчивого развития муниципальных образований.

Представленный опыт городов показал, что развивая проектную деятельность, необходимо особое внимание уделять профессиональной подготовке и адаптации к этой деятельности кадрового потенциала, который осуществляет весь технологический процесс.

В целом следует констатировать, что проектная деятельность активно осваивается муниципальными органами власти, но трудности при реализации проектного управления схожи. Анализ опыта муниципалитетов позволяет транслировать опыт в другие муниципалитеты с учетом специфики конкретной территории.

Библиографический список

1 Астахов Ю.В., Патрушев В.И. Муниципальная кадровая политика: теория, методология, технология. Белгород ; М., 2014. 340 с.

2 Балашов А.Н., Мироненко Н.В., Холодов В.А., Борисов А.С. Нормативно-правовое регулирование внедрения проектного управления в сфере государственного управления: региональный аспект // Среднерусский вестник общественных наук. 2016. Т. 11. № 4. - С. 117-126

3 Боженов С.А., Ильичев И.Е. О системе непрерывной подготовки управленческих кадров // Государственное и муниципальное управление: теория и практика. 2011.- № 1. - С. 49

4 Катаева В.И., Межибовская Н.В. Актуализация проектного управления учреждениями культуры в муниципальном образовании // Материалы Ивановских чтений. 2017. № 1/2 (11). С. 165-172

5 Крючков Ю. А. Научно-методологические основы и методы социального проектирования : диссертация ... доктора социологических наук : 22.00.08. - Москва, 1994. - 270 с.

6 Патрушев В.И. Основы общей теории социальных технологий. М., 2008. 319 с.

7 Селютина Е.Н., Холодов Е.А. Проектное управление в муниципальных образованиях: проблемы нормативно-правовой регламентации // Вестник Поволжского института управления. 2017. Т. 17. № 3. – С. 13-18

8 Харченко К.В. Муниципальное стратегическое планирование: от теории к практике : учеб. пособие. Белгород, 2009 – 315 с.

УДК 35

Папикян К.А. Проектное управление на федеральном уровне

Project management at the federal level

Папикян Карина Арамаисовна

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования

«Сибирский федеральный университет»

Parikyan Karina Aramaisovna

Federal State Autonomous
higher education institution

Education «Siberian Federal University»

Аннотация. В статье представлены основные особенности проектного управления на федеральном уровне. Значение такой деятельности постоянно растет. Специалисты называют проект федерального уровня совершенным методом решения крупных научных, производственных и социально-экономических проблем, отдавая ему предпочтение, когда речь идет об оптимальных средствах управления в изменяющихся условиях и развивающихся системах. Кроме того, проектное управление актуально в условиях риска, нестабильности и неопределенности, когда недостаточно проработаны вопросы законодательства, но имеется возможность разработки внутренних нормативных актов на уровне федерального проекта.

В статье выделены проблемы реализации проектов федерального уровня, выделена одна из основных проблем – недостаток квалифицированных кадров в сфере проектного управления.

Ключевые слова: проектное управление, проект, целевые программы, методы, процессы, техники проектирования

Abstract. The article presents the main functions of project management at the federal level. The value of such activities is constantly growing. Experts call the draft of the federal level an ideal method for solving the most important scientific, industrial and socio-economic problems, giving it preference when it comes to optimal management tools in changing conditions and systems development. In addition, project management matters in terms of risk, instability and uncertainty, when legislative issues are underdeveloped, but internal rules can be developed at the federal level. The article highlights the problems of implementation of federal projects, highlighted one of the main problems - the lack of qualified personnel in the field of project management.

Keywords: project management, project, target programs, methods, processes, design techniques

Государственные чиновники федерального уровня неоднократно отмечали необходимость развития проектного управления в рамках программно-целевого подхода. Рассматривая тему проектного управления на федеральном уровне, имеет смысл обратиться к опыту развитых стран, таких как США, ФРГ, Япония, Корея. Этот опыт подтверждает мысль о том, что управление проектами на федеральном уровне - мощное средство реализации государственных проектов и программ. Специалисты называют проект федерального уровня совершенным методом решения крупных научных, производственных и социально-

экономических проблем, отдавая ему предпочтение, когда речь идет об оптимальных средствах управления в изменяющихся условиях и развивающихся системах. Кроме того, проектное управление актуально в условиях риска, нестабильности и неопределенности, когда недостаточно проработаны вопросы законодательства, но имеется возможность разработки внутренних нормативных актов на уровне федерального проекта. То же самое можно говорить о трудовых ресурсах, так как в рамках проектного управления могут быть привлечены специалисты на период реализации проекта.

Специалисты отмечают новизну процесса развития проектного управления на федеральном уровне в условиях российской действительности, однако, процесс начат и развивается.

Президент РФ в целях внедрения способов проектного управления и увеличения эффективности деятельности правительства и федеральных органов исполнительной власти в 2018 году поручил формирование в регионах проектных офисов, полагая, что при их помощи будет улучшен инвестиционный климат в Российской Федерации. Такие рекомендации отражены в основных направлениях деятельности Правительства в Российской Федерации до 2018 года. В связи с этим, можно говорить о том, что Правительство Российской Федерации заинтересовано во внедрении принципов проектного управления в государственных органах власти, активно внедряющее проектного управления.

Необходимость повышения эффективности работы органов государственной власти в стремительно меняющихся условиях рынка нашла свое отражение в публикациях многих специалистов в последние годы. Например, Е.А. Малицкая отмечает «возрастающую комплексность и сложность проектов, реализуемых в различных областях экономики» [3, С.56-68]. Автор отмечает, что в основу программно-целевого управления на федеральном уровне специалистами заложен процессный подход управления проектом. При этом, проектное управление на федеральном уровне осуществляется через управление группой процессов с использованием определенного набора техник, инструментов и практик.

Кроме того, интересен главный аспект работы О.Н. Сафроновой, Е.А. Анчихрова, которые отметили современные тенденции, позволяющие говорить о возрастании доли и значения проектно-ориентированной деятельности в органах государственной власти. Авторы полагают, что проектное управление на федеральном уровне вводится в связи с необходимостью повышения эффективности экономики в целом: «Важность поставленного вопроса обусловлено потребностью в повышении эффективности их деятельности и обеспечении роста российской экономики» [6, с.58].

Подобная позиция вполне оправдана в связи с особенностями самого понятия проект, которое может относиться как к отдельному предприятию на микроуровне, так и к отдельному государству, его федеральному уровню. В связи с этим, обратимся к определению проекта,

который дан в нормативно-справочной литературе: «Проект - это комплекс взаимосвязанных мероприятий, направленный на создание уникального продукта или услуги в условиях временных и ресурсных ограничений» [2].

Вне зависимости от уровня реализации проекта (микро-, макро-, мезоуровень) проект обладает рядом преимуществ, к которым можно отнести: возможность экономии и корректировки объемов ресурсов, возможность прогнозирования результата, четкая методика оценки эффективности. Управление проектом на федеральном уровне, так же имеет ряд особенностей. «Управление проектом представляет собой методологию, планирования и координации использования человеческих и материальных ресурсов на всем протяжении жизненного цикла проекта, направленного на эффективное достижение целей проекта путем применения системы современных методов и технологий управления» [4, с.19].

Проектное управление в государственных органах включает в себя прогнозирующую систему планирования, систему мониторинга и контроля, команды исполнителей и управленцев, информационные и коммуникационные технологии. Управление имеет свою технологию на федеральном уровне, которая включает в себя ряд этапов:

- определение целей и структуры работ,
- распределение ответственности и ресурсов,
- планирование работы с учетом имеющихся рисков,
- систематический контроль ситуации и реагировании на возникающие отклонения для достижения целей проекта в рамках установленного времени, бюджета и качества.

Как видно из представленных этапов, при разработке и реализации проекта на федеральном уровне, практически без изменений присутствуют этапы простого инвестиционного проекта. Однако, это кажущаяся видимость. Проектирование на федеральном уровне, помимо основных этапов представляет собой сложный механизм с включением в свою структуру современных инструментов и методов.

В таблице 1 указаны основные этапы внедрения проектного управления, которыми необходимо руководствоваться при формировании эффективной системы управления проектной деятельностью[5].

Таблица 1

Этапы внедрения проектного управления на федеральном уровне

Организационная поддержка	Управление мотивацией участников	Управление компетенциями	Технологическая поддержка (IT)
1. Подготовительный этап			
определение руководителя проектной команды на каждом уровне государственного управления; целеполагание системы управления проектами (СУП); оценка возможных направлений развития на федеральном уровне; детализация этапов работ, результатов, ответственных, сроков.			
2. Организация системы проектного управления			
Встраивание работы проектного офиса в оргструктуру государственного органа; Нормативно-правовая регламентация деятельности проектного офиса; создание базы проектов с занесением их в реестры, выбор наиболее перспективных проектов.	разработка набора ключевых показателей эффективности (КПЭ); составление нормативных документов.	Создание обучающих программ на федеральном уровне для служащих, задействованных во внедрении СУП на пилотном контуре.	Создание и развитие Информационной системы управления проектами (ИСУП) на федеральном уровне с последующей детализацией; создание макета прототипа.
3. Отработка СПУ на пилоте			
«поддержка пилотных проектов со стороны федерального центра; создание и корректировка методологии разработки федерального проекта; оптимизация структуры Проектного комитета и Проектного офиса» [1].	развитие блока мотивации СПУ; апробация на пилотных проектах и их командах.	- организация обучения состава руководителей и команд проектных пилотов.	разработка и внедрение первой версии ИСУП. сбор отзывов и исправление ошибок.

«Основная сложность процесса внедрения проектного управления в органах исполнительной власти заключается в приведении проектов в соответствие со стратегическими направлениями деятельности и задачами социально-экономического развития» [7].

После прохождения всех этапов, состоящих из нескольких звеньев, должен быть получен определенный, заявленный заранее результат. При этом, в качестве проблемы, что наглядно демонстрирует практика проектного управления на федеральном уровне, можно выделить тот факт, что цель проекта может быть не достигнута по разным причинам, среди которых специалисты выделяют: постановку неправильной цели, неграмотное управление, недостаток или нехватка начальных ресурсов. Соблюдение указанных условий и есть правильная стратегия реализации проекта федерального уровня.

Совокупность социальных, технических, организационных, структурных и экономических проектов федерального уровня современной России – это процессы, происходящие в ходе масштабных преобразований в экономике, управлении. С сожалением приходится констатировать, что российская действительность, зачастую, в значительной мере корректирует декларируемые проектные цели. Имеют место нереализованные проекты. Для Российской Федерации насущной необходимостью является привлечение грамотных специалистов к управлению проектами на федеральном уровне, а таковых явно не достаточно. Если научиться управлять проектами с должной эффективностью, то можно надеяться, что проводимые в стране изменения будут идти успешнее.

Библиографический список

1 Гелёва А.А. Проектное управление в органах государственной власти // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сб. ст. по мат. XLVII междунар. студ. науч.-практ. конф. № 10(47). URL: [https://sibac.info/archive/economy/10\(47\).pdf](https://sibac.info/archive/economy/10(47).pdf) (дата обращения: 16.11.2018)

2 ГОСТ Р-54869-2011 «Проектный менеджмент. Требования к управлению проектом» [электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: <http://standartgost.ru> (дата обращения 24.10.2016)

3 Малицкая Е.А. Программно-целевой подход в управлении проектами комплексного развития территории // Вестник Института экономики Российской академии наук/ 2016 - №2 – С.56-68

4 Романова М.В. Управление проектами: учеб. пособие - М.: ИД «ФОРУМ» ИНФРА-М, 2013. – 256 с.

5 Руководство к своду знаний по управлению проектами. Руководство PMBoK. - Project Management Institute, 2013

6 Сафонова О.Н., Анчихров Е.А. Внедрение проектного управления в исполнительных органах государственной власти как механизм эффективного управления ресурсами// Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. - 2015. - № 2 (14). – 58 с.

7 Экономика и управление: теория и практика : сборник статей / гл. ред. Э. Н. Рябинина. - Чебоксары: ИД «Среда», 2018. - 232 с.

СЕКЦИЯ 2. МАРКЕТИНГ

УДК 339.138

Хрущева А.С. Применение инструментов маркетинга в государственных учреждениях

The use of marketing tools at government agencies

Хрущева Анастасия Сергеевна

студентка 2 курса магистратуры
Российский государственный гуманитарный университет
Научный руководитель

Пратусевич В.Р., к.ф.-м.н., доцент кафедры маркетинга и рекламы
Российский государственный гуманитарный университет

Khrushcheva Anastasia Sergeevna
Second-year master student

Russian State University for the Humanities

Associate Professor at the Department of marketing and advertising, Pratushevich V.R. PhD in
Physico-mathematical sciences

Russian State University for the Humanities

Аннотация. В статье рассмотрена возможность применения инструментов маркетинга в государственных учреждениях, обусловленная тенденцией внедрения эффективного менеджмента в систему управления государственным учреждением, на примере реализации государственных платных услуг и маркетингового подхода к управлению персоналом.

Ключевые слова: инструменты маркетинга, государственное учреждение, маркетинг персонала, маркетинг государственных услуг

Abstract. The paper addresses the possibility of using marketing tools at government agencies (public institutions), due to the tendency to implement effective management in the management system of government agencies (public institutions), for example, the implementation of public paid services and marketing approach to personnel management.

Keywords: marketing tools, government agencies, marketing in staff management, marketing of public services

Среди зарубежных и отечественных исследователей, коснувшихся вопроса маркетинга, можно выделить таких, как Р.Блэкуэлл, Дж. Энджел, Ф. Котлер, Т. Коппинз, Н.Д. Кондратьев, Н.П. Реброва. Под маркетингом понимается социально-управленческий процесс, при помощи которого как индивидуумы, так и группы людей, создавая продукты и обменивая их, получают то, в чем нуждаются. Соответственно инструменты маркетинга – это совокупность методов оценки потребностей потребителей, создания продукта или услуги, ее продвижение и продажа, конечной целью которых является удовлетворение выявленной потребности.¹

¹Реброва Н.П. Маркетинг. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 277 с.

Автор статьи хотел бы обратить внимание на возможность применения инструментов маркетинга в государственных учреждениях. Новизна поставленного вопроса обусловлена возникновением тенденции внедрения эффективного менеджмента в систему управления государственным учреждением. Сейчас руководить бюджетным учреждением необходимо так же, как и бизнесом. Глава учреждения должен быть эффективным управленцем, осознающим все тенденции окружающей среды.

Зачастую маркетинг ассоциируется исключительно с производственными предприятиями или коммерческими организациями, так как сам факт их создания состоит в удовлетворении потребности потребителей посредством производства конкретного товара с целью извлечений наибольшей прибыли. В таких организациях обязательно есть маркетинговое подразделение. В государственных учреждениях, как правило, реализуются услуги, например, оказание медицинской помощи в поликлиниках, оформление загранпаспорта в многофункциональном центре по предоставлению государственных услуг. Услуги такого характера, созданы с целью обеспечения и поддержания функционирования общества и государства в целом, без извлечения максимальной прибыли. Однако государственные учреждения в настоящее время являются неотъемлемой частью конкурентного рынка, так как им, наряду со стандартными услугами, предоставлена возможность заниматься приносящей доход деятельностью: «Бюджетное учреждение вправе сверх установленного государственного (муниципального) задания, ... выполнять работы, оказывать услуги, относящиеся к его основным видам деятельности, предусмотренным его учредительным документом, ... для граждан и юридических лиц за плату и на одинаковых при оказании одних и тех же услуг условиях».² Вследствие этого у государственных учреждений появляется интерес к участию в рыночных отношениях, разработке новых видов работ и услуг, нахождению своего клиента и, конечно же, его привлечения.

В качестве примера современного государственного учреждения рассмотрим Мэрию Москвы и сеть многофункциональных центров расположенных по городу. С.С. Собянин совершил структурную модернизацию:

- во-первых, изменения можно увидеть с интернет-сайта, он удобен и понятен в использовании, в отличие от многих других сайтов государственных учреждений;
- во-вторых, организация дистанционного доступа к государственным услугам ускорила бюрократические процессы, сократила время нахождения в очередях;
- в-третьих, форменная одежда служащих многофункциональных центров с девизом «Мы команда Мэра!» - говорит о наличии организационной культуры, которая генерируется учреждением и разделяется сотрудниками;

² Федеральный закон "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений" от 08.05.2010 N 83-ФЗ

- в-четвертых, Мэрия организует стажировки для студентов и молодых специалистов, привлекая тем самым молодежь в свою структуру.

Еще одним примером служит модернизация ГАУ "Московский центр детского, семейного отдыха" в государственную компанию «Мосгортур», генеральный директор которого описал особенности управления государственным учреждением на принципах эффективного менеджмента и бизнеса в своей книге «Манифест правильного чиновника»³.

В классической теории маркетинга выделяют следующие характеристики:

1. товарную политику (включает в себя разработку услуги, планирование новой услуги, модификацию старых услуг);
2. ценовую политику (включает ценообразование, ценовую стратегию, скидки и бонусные программы);
3. сбытовую политику (включает каналы сбыта и его стимулирование);
4. политику продвижения (включает рекламу, создание имиджа и общественного мнения, личные продажи, прямой маркетинг, качество обслуживания клиентов, наличие обратной связи).

Все эти пункты легко ретранслируются на деятельность государственных учреждений (в части оказания платных государственных услуг) и способны сделать её выгодной. Кроме того, это шанс расширить аудиторию, с которой осуществляется коммуникация, и, как следствие, сформировать или повысить имидж учреждения в глазах целевой аудитории или населения в целом. В современной России, к сожалению, только сейчас начала осознаваться проблема имиджа государственных учреждений.

Безусловно, на данный момент государственные учреждения ограничены в финансовых ресурсах для того, что бы внедрять полный пакет маркетинговых методов и открывать отдельное структурное подразделение, реализующее маркетинговые функции, поэтому на первоначальном этапе рациональным было бы использовать отдельные маркетинговые методы. Например, планирование услуг, поиск своего конкурентного преимущества, реклама и продвижение услуг, привлечение клиентов. На данном этапе не лишним было бы нанять маркетингового консультанта.

Наряду с маркетинговым подходом к реализации услуг, стоит отметить и маркетинговый подход к управлению персоналом. Отличие государства, как субъекта рынка труда, в том, что оно может выступать в качестве работодателя через наделенное полномочиями лицо. В настоящее время, практически отсутствует государственный заказ на подготовку кадров для работы в государственных учреждениях, как это было во времена СССР (он частично сохранился в таких видах деятельности, как военная и правоохранительная служба). В сложившейся ситуации учреждениям необходимо так же, как и коммерческим организациям,

³ Овчинников В.В. Манифест правильного чиновника. – М.: Эксмо, 2017. – 280 с.

оставаться конкурентоспособными работодателями на рынке труда. Безусловно, государственные учреждения всегда являлись эталоном стабильности, но время идет, научно-технический прогресс движется с неуловимой силой, автоматизируются рабочие процессы, рынок становится все шире и свободнее.

Понятие маркетинга персонала только начинает формироваться в российском сообществе. Значение этого термина рассмотрены в трудах Кибанова А.Я., Говоровой Н.А., Патласова О.Ю., Осовицкой Н.А., Шапиро С.А. Рассмотрев их, можно сказать, что есть 2 подхода к определению маркетинга персонала:

1. Внешний, когда маркетинговые методы используются для формирования привлекательного образа организации, как работодателя, с целью привлечения наиболее профессиональных и опытных сотрудников в штат. В данном случае организация конкурирует с другими фирмами-работодателями на рынке за лучшего сотрудника.⁴
2. Внутренний, когда внутри компании маркетинговые методы используются для формирования мотивированного и клиентоориентированного персонала, объединенного общими ценностями для полного удовлетворения потребностей клиентов. В данном случае организация формирует философию клиентоориентированности и делает из контактных сотрудников – своих лояльных клиентов.

Эти два подхода универсальны, их можно рассмотреть и применительно к государственным учреждениям. Несомненно, применение одного из указанных подходов (или двух одновременно) позволило бы увеличить эффективность управления персоналом в государственных учреждениях.

В условиях, когда каждый день нужно отслеживать тенденции и внедрять новые технологии не только в работе, но и в управлении, чтобы оставаться конкурентоспособным, государственные учреждения должны осуществить модернизацию своей деятельности, в том числе адаптировать для себя инструменты маркетинга.

Библиографический список

1. Федеральный закон "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений" от 08.05.2010 N 83-ФЗ. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103701/ (дата доступа 21.11.2018)
2. Говорова Н.А. Маркетинг персонала.: монография. – М.: ИД «АТИСО», 2012 – 221с.

⁴ Кибанов А.Я. Управление персоналом организации. – М.: Инфра-М, 2015. – 695 с.

3. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации. – М.: Инфра-М, 2015. – 695 с.
4. Овчинников В.В. Манифест правильного чиновника. – М. : Эксмо, 2017. – 280 с.
5. Осовицкая Н.А. HR-брендинг: лучшие практики десятилетия. – СПб. : Питер, 2016. – 464 с.
6. Патласов О.Ю. Маркетинг персонала. – М. : «Дашков и К», 2015. – 384 с.
7. Реброва Н.П. Маркетинг. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 277 с.
8. Шапиро С.А., Самраилова Е.К., Говорова Н.А. Маркетинг персонала. – М. : КНОРУС, 2018. – 228 с.

СЕКЦИЯ 3. ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

УДК 33

Горина А.И. Методика оценки перспективности размещения новой торговой точки предприятия сетевой торговли

Methods of assessing the prospects of placing a new outlet of the enterprise network trading

Горина Анна Игоревна

Магистрант

Донской Государственный Технический Университет

Ростов-на-Дону

Научный руководитель

к.э.н., доцент С.Н.Текучева

Gorina Anna Igorevna

Master student

Don State Technical University

Rostov-on-Don

supervisor

Ph.D., associate professor S.N. Tekucheva

Аннотация. В статье описана методика планирования размещения новой торговой точки розничной торговли

Ключевые слова: потребительский потенциал, психографические характеристики, кластеры, пространственный фактор, торговая зона

Abstract. The article describes the method of planning the placement of a new retail outlet.

Keywords: consumer potential, psychographic characteristics, clusters, spatial factor, shopping area

В настоящее время Россия является страной с быстро развивающейся рыночной экономикой, демонстрирующей высокие темпы развития не только в ориентированных на экспорт отраслях промышленности, в которых она традиционно имеет сильные позиции, но и в отраслях, ориентированных на предоставление услуг и производство потребительских товаров. Постоянно растущие реальные доходы населения делают российский сектор розничной торговли и обслуживания одним из наиболее привлекательных для инвестирования, в сравнении с аналогичными секторами экономик других стран. Высокий уровень конкуренции в розничной торговле требует от розничных компаний научно-обоснованного подхода к выбору эффективных стратегий. Маркетинг в розничной торговле традиционно имеет специфику, связанную с особой ролью розницы в системе распределения на рынке товаров и услуг.

Результаты анализа зарубежных и российских исследований по этой проблематике подтверждают первостепенную роль местоположения в обеспечении конкурентоспособности розничной точки. На основе анализа существующих факторов и специфики розничной торговли в российских разработана методика планирования размещения новой торговой точки в соответствии с положениями концепции организации размещения точек розничной торговли и обслуживания. Данная методика является двухэтапной и включает:

1) этап выбора территорий для развития в них сети розничных точек (блоки 1.1 - 1.4)

2) этап выбора местоположения отдельной розничной точки (блоки 2.1 - 2.4). Этап 1. Выбор территорий. На первом этапе розничной компании необходимо выделить те территории, на которых компания будет затем выбирать подходящие места для размещения своих розничных точек. Выбор территории или, другими словами, выбор рынка заключается в комплексной оценке территорий по выбранным критериям с целью определения перспективных территорий для ведения коммерческой деятельности. Рассмотрим подробнее каждый из блоков этого этапа.

Блок 1.1. Выбор уровня детализации анализа территорий. Этап, посвященный выбору территорий, начинается с принятия решения относительно уровня детализации анализа, то есть того, какие объекты (территориальные единицы) будут сравниваться между собой. Для примера, рассмотрим варианты детализации при анализе территорий Российской Федерации. В качестве объектов сравнения могут выступать:

1. Федеральные округа;
2. Субъекты Федерации;
3. Административные районы;
4. Агломерации населенных пунктов;
5. другое.

Чем меньше объектов сравнения, тем, обычно, меньше финансовых ресурсов требуется на сбор необходимой информации. Важно также то, какие задачи стоят перед исследованием. Задачами могут быть: определение крупных территорий со степенью привлекательности выше среднего, выявление локальных очагов с максимальной привлекательностью или какие-то другие. Таким образом, решения на данном этапе являются прерогативой менеджмента розничной компании и зависят от комплекса маркетинговых задач, особенностей бизнеса розничной компании и финансовых ресурсов. Может также осуществляться и последовательный многоуровневый анализ, например, сначала - выбор самого привлекательного федерального округа/округов, затем - внутри этого округа / этих округов - анализируются субъекты федерации, затем - внутри отобранных субъектов - анализируются районы, населенные пункты и т.д.

Блок 1.2. Выбор критериев оценки рынков и определение их значимости. После того, как принято решение о том, какие территории будут сравниваться, необходимо определиться с критериями сравнения. Все множество характеристик, определяющих привлекательность территории, принято классифицировать в следующие группы:

1. характеристики, отражающие потребительский потенциал
2. характеристики, влияющие на операционную эффективность деятельности розничной компании.

Важнейшими характеристиками, отражающими потребительский потенциал территории, являются: социо-демографические, психографические, характеристики потребительского поведения.

К социо-демографическим характеристикам относятся: пол, возраст, уровень образования, социальный статус, национальность, семейное положение и размер семьи, уровень дохода и другие. Отдельной группой в социо-демографическом блоке характеристик можно выделить показатели, относящиеся к жилью. Компании, осуществляющие, например, торговлю мебелью, товарами для дома или строительными материалами, ориентируются, во многом, именно на эту группу показателей. Описав свою целевую группу потребителей через социо-демографический профиль, розничная компания может рассматривать в качестве более привлекательных территорий те, где численность людей с такими характеристиками выше, или их доля среди всего населения территории выше среднего по стране. Психографические характеристики отражают социальный класс, к которому принадлежит человек, его образ жизни и личностные характеристики. Использование этих показателей основывается на предположении о том, что психографические характеристики людей определяют их потребительское поведение. Характеристики потребительского поведения, показывающие, что-, как-, где-, когда-, и почему покупает население, являются чрезвычайно полезными при анализе территорий.

Особенностью этих показателей, с практической точки зрения, является то, что такая информация является обычно очень дорогостоящей, в силу того, что ее сбор не является простой задачей. Кроме того, розничная компания может осуществлять анализ всех вышеперечисленных показателей в динамике, такая глубина исследования территорий придает стратегическим решениям больше надежности. Характеристики, отражающие потребительский потенциал территории, не являются единственно важными, так как существуют и другие факторы, способные оказать заметное как позитивное, так и негативное влияние на эффективность деятельности розничной компании. Чтобы учесть эти факторы, компании может потребоваться глубокий анализ законодательства территорий, особенностей с точки зрения логистики, деятельности по продвижению и, естественно, состояния конкуренции.

Общий характер конкуренции можно оценить через анализ таких показателей, как уровень насыщения рынка, состав конкурентов, их доли на рынке, форматы, в которых они осуществляют свою деятельность, и их маркетинговые стратегии. Особенности законодательства территории можно оценить через анализ необходимых постоянных и переменных затрат на ведение бизнеса, а также расходов на вхождение на данный локальный рынок. Здесь учитываются и расходы на лицензирование, и уровень налогообложения, и возможности лоббирования интересов, и Другое. Маркетинговая стратегия многих розничных компаний в значительной степени ориентирована на активное использование инструментов продвижения. Фактически же, развитие средств массовой информации варьируется от региона к региону. Развитие наружной рекламы, возможность получения значительного рекламного охвата при использовании локальных (местных) средств массовой информации, наличие профессиональных компаний, организующих продвижение, - всё это может иметь огромное значение в деятельности розничной компании. Особенности территории, с точки зрения инфраструктуры продвижения, учитываются, прежде всего, через возможность организации пропорциональной деятельности на территории и стоимость таких мероприятий. Одним из важнейших аспектов бизнеса розничной компании является логистика. Специфика территорий, с точки зрения логистики, проявляет себя, во-первых, в различиях уровня развития инфраструктуры на разных территориях, а во-вторых, в различной представленности бизнеса самой розничной компании. И то, и другое самым непосредственным образом влияет на операционную эффективность розничной компании и, в отдельных случаях, может играть решающую роль при принятии решения о выборе территории для развития сети своих розничных точек. При оценке территорий с точки зрения логистики компании могут анализировать стоимость и условия транспортировки, складирования запасов, особенности работы локальных поставщиков, возможности передачи функций локальным компаниям-субподрядчикам и другое. Розничные компании, ориентированные на получение эффекта масштаба, зачастую вынуждены также оценивать территории по предмет их соседства - очень важного с логистической точки зрения - с целью определения групп (кластеров) территорий, объединяющих в себе районы с достаточно высоким потребительским потенциалом, и в то же время расположенные близко друг к другу. В зависимости от типа предлагаемых товаров или услуг, целей компании, ее стратегии и рыночной ситуации, значимость критериев оценки может существенно различаться. Компании необходимо не только определить критерии сравнения территорий, но и важность каждого из них. Использование весовых коэффициентов для списка критериев позволяет получать интегрированную оценку для каждой территории, использование которой значительно упрощает процедуру сравнения.

Блок 1.3. Выбор источников и сбор информации для оценки территорий. После того, как определены объекты и критерии сравнения, начинается третий этап, который заключается в

выборе источников информации и, собственно, сборе данных. На этом этапе компания должна определиться с тем, проводить ли ей собственные исследования или же воспользоваться вторичной информацией. На сегодняшний день в российской практике использование вторичной информации в секторе розничной торговли сильно ограничено.

Связано это, прежде всего, с относительно невысоким уровнем развития исследовательских институтов, как государственных, так и коммерческих. Промышленные исследования, то есть те, что реализуются какой-либо организацией сразу для нескольких потребителей этой информации, предоставляют зачастую слишком обобщенную информацию. Информация, предоставляемая органами государственной статистики, имеет те же недостатки. В связи с этим, для получения более детальной информации розничные компании вынуждены проводить собственные, специальные, исследования. Тем не менее, на российском исследовательском рынке существуют высоко профессиональные компании и появление более глубоких промышленных исследований - лишь вопрос времени. Стабильно развивающаяся российская экономика и постоянно усиливающаяся конкуренция постепенно сформируют массовый спрос на исследования со стороны и менее крупных компаний, а не только со стороны общенациональных операторов, как это происходит сейчас. Анализ возможных источников и стоимости информации может заставить компанию пересмотреть детализацию анализа или список измеряемых показателей.

Блок 1.4. Сравнение и выбор территорий.

Последним этапом во всей процедуре работ, связанных с выбором рынка/рынков, является сравнение территорий и определение тех, которые являются наиболее привлекательными. Различная природа факторов, влияющих на привлекательность территорий, превращает сравнение объектов в сложную задачу. Компания вынуждена определять важность каждого фактора в общей оценке территории, а здесь начинает сказываться и специфика бизнеса компании, и стратегические цели, которые компания ставит перед собой. При этом, каждая территория всегда обладает уникальным сочетанием характеристик и в отношении потребительского потенциала, и в отношении тех факторов, которые влияют на операционную эффективность бизнеса. Обычно, привлекательная территория - это компромисс между потребительским потенциалом и операционной эффективностью. Как уже было отмечено выше, естественным является использование интегрированной оценки, которая представляет собой сумму оценок по отобранным критериям, помноженных на соответствующие весовые коэффициенты, отражающие значимость критериев для компании. Результатом данного этапа является список определенных территорий, отобранные для развития на них розничного бизнеса. При этом, если компания проводит многоуровневый анализ, то выбранные на этом этапе территории

анализируются еще раз по тому же принципу (блок 1.1 - блок 1.4), но только уже с более глубоким уровнем детализации.

Этап 2. Выбор местоположения отдельной розничной точки.

Выбор оптимального местоположения заключается в более глубоком анализе тех территорий, которые были отобраны на этапе выбора рынков, с целью определения наиболее привлекательного местоположения для открытия розничной точки. Выбор местоположения идеологически очень схож с выбором территории, но имеет ряд особенностей, которые требуют специального рассмотрения. Эти особенности связаны с появлением на этом уровне рассмотрения нового фактора, а именно пространственного взаимодействия основных субъектов рыночных взаимоотношений. Сходство идеологии заключается в том, что выбор осуществляется на основе сравнения объектов, но совокупности характеристик, отражающих те возможности и ограничения, которые являются чрезвычайно значимыми при организации размещения розничных точек.

Блок 2.1. Выявление потенциальных мест для открытия розничной точки. Процедура анализа начинается с составления списка вариантов потенциального места расположения розничной точки, которые будут анализироваться на последующих этапах. Потенциальные места расположения выбираются в пределах тех территорий, которые были отобраны на этапе выбора рынка.

Блок 2.2. Определение порогового расстояния и зон детального анализа. После определения списка потенциальных вариантов, необходимо определить размер территории, окружающей каждый вариант места расположения розничной точки, которая будет анализироваться наиболее глубоко. В соответствии с разработанной концепцией, этой территорией является основная торговая зона. Таким образом, следующим этапом является определение порогового расстояния для розничной точки соответствующего типа, которое и определяет удаленность границ основной торговой зоны. Это расстояние может быть определено путем проведения различных исследований. Например, можно провести исследование по методу "customer spotting" и проанализировать изменение плотности распределения мест жительства или работы клиентов в зависимости от расстояния. То расстояние от розничной точки, на котором плотность резко снизится, и является пороговым значением. Такой вариант исследований возможен в том случае, если у компании уже есть розничные точки необходимого формата. Если у компании нет опыта работы в требуемом формате, то одним из вариантов решения данной задачи является опрос населения. Для получения требуемой информации необходимо определить территорию вокруг предполагаемого местоположения с радиусом большего размера, чем предполагаемое пороговое значение, и на этой территории провести опрос населения на предмет пользования

расположенной в четко определённом месте розничной точкой. После определения порогового значения мы можем выявить зоны, характеристики которых являются критически важными.

Определение зон детального анализа может проводиться и на основе кабинетных исследований с использованием, который позволяет по комплексу признаков сформулировать укрупненное представление о характеристиках торговой зоны розничной точки.

Блок 2.3. Оценка вариантов местоположения розничной точки с использованием разработанной модели.

Оценка потенциальных торговых зон местоположений происходит по тем же группам характеристик, что и на этапе выборе территорий, но с анализом пространственного поведения потребителей. В зависимости от свойств окружающей среды, восприятие розничной точки в аспекте удобства ее расположения может значительно варьироваться. Влияние пространственного фактора в потребительском поведении необходимо учитывать также и при анализе конкуренции, и при оптимизации собственной сети розничных точек.

Блок 2.3.1. Оценка потребительского потенциала местоположения с учётом особенностей пространственного поведения потребителей.

Блок 2.3.2. Оценка мест расположения в аспекте операционной эффективности.

Наряду с оценкой потребительского потенциала основной торговой зоны важно провести анализ данного района в законодательном аспекте, аспекте продвижения и логистики. Подобный анализ уже проводился на этапе выбора территорий, но при анализе местоположения данные факторы рассматриваются с пространственной точки зрения, то есть в привязке к конкретному месту. Законодательство некоторых европейских стран ограничивает развитие определенных видов розничной торговли в черте города, стимулируя розничные компании использовать территории пригорода для экспансии. В России законодательство в этой области является менее развитым, но, тем не менее, тоже накладывает некоторые ограничения на размещение торговых точек. В частности, на торговлю спиртными и табачными изделиями вблизи образовательных учреждений, в медицинских учреждениях, на всех видах общественного транспорта и другое. Важно оценить также, каким образом анализируемое расположение вписывается в общую логистическую структуру компании: как оно расположено относительно распределительных центров, например, или какие ресурсы потребуются для обеспечения деятельности этой розничной точки. С точки зрения деятельности по продвижению, важно проанализировать, например, возможность размещения наружной рекламы и адресной рассылки. Особое значение имеет конкретное расположение носителей наружной рекламы относительно оцениваемого местоположения, их стоимость и другие условия использования. Остается рассмотреть еще два фактора, являющихся значимыми с пространственной точки зрения, а именно: условия конкуренции и эффективность покрытия территории собственной розничной сетью. Влияние конкурентов возникает тогда,

когда торговая зона конкурирующей точки пересекается с потенциальной торговой зоной оцениваемого местоположения. Так как в отношении розничных точек конкурентов действуют все те же особенности пространственного потребительского поведения, то возникает необходимость к анализу их торговых зон подходить с тех же позиций, что и при оценке торговой зоны потенциального местоположения нашей розничной точки. Важно оценить не только пространственные характеристики конкурентов, но и остальные влияющие на выбор потребителей атрибуты, такие как: ассортимент, уровень цен, уровень обслуживания, другие значимые для потребителя характеристики. Принимать во внимание надо также и то, что для определенных типов торговых точек расположение конкурентов вблизи может нести положительный эффект. Такая ситуация характерна для магазинов одежды, стройматериалов, бытовой техники - обычно это тот тип покупки, для которого потребителю требуется предварительное сравнение различных вариантов перед тем, как совершить окончательный выбор. В условиях, когда компания владеет сетью розничных точек или собирается открыть сразу несколько, появляется необходимость оценки местоположения с точки зрения эффективности покрытия территории собственной сетью. Розничные точки одной сети могут так же конкурировать между собой, когда их торговые зоны пересекаются. Чем больше зона пересечения, тем сильнее конкурируют розничные точки. Компания должна стремиться к тому, чтобы розничные точки одной сети пересекались как можно меньше. Идеальной ситуацией является та, при которой открытие новой точки не оказывает негативного влияния на объём продаж уже имеющихся. При этом, если торговые зоны розничных точек одной сети не имеют значительных пересечений, но расположены относительно близко друг к другу, то можно получить положительный эффект, например, от экономии на использовании локальных СМИ, легкости интеграции новой точки в сеть с точки зрения логистики и дополнительного коммуникационного эффекта, когда потребитель обнаруживает, что данная розничная сеть представлена достаточно широко. Необходимо отметить также, что, кроме пространственных, существует ряд других характеристик, которые анализируются при выборе местоположения. В их число входят такие, как условия аренды/покупки помещения, наличие и характеристики витрин, общая торговая площадь, возможность организации склада, территория под парковку и другие. У каждой компании может быть свой индивидуальный набор требований. На этапе составления списка вариантов мест расположения (блок 2.1) неподходящие по этим параметрам точки отбраковываются и уже не рассматриваются на последующих этапах. В ситуации жесткого дефицита помещений под розничную торговлю этот этап может оказаться просто единственным. Такая ситуация наблюдается, в частности, в Москве: развивающиеся розничные компании, обладающие значительными инвестиционными ресурсами, наращивают сети, практически не анализируя потребительский потенциал местоположений, полагаясь исключительно на экспертные мнения. При выборе местоположения, как и при

выборе территорий, для сбора необходимой информации компания может использовать как полевые, так и кабинетные исследования.

Блок 2.4. Сравнение и выбор мест расположения.

После того, как необходимая информация собрана, можно проводить сравнение вариантов мест расположения розничной точки друг с другом как по отдельным показателям, так и в комплексе, определив предварительно относительную значимость каждой характеристики, то есть тот вес, который они имеют для компании при принятии решения. Важность каждого из описанных выше факторов, влияющих на привлекательность местоположения, может варьироваться в зависимости от условий, в которых принимается решение. Для удобства можно свести все показатели, характеризующие анализируемые местоположения, в таблицу (пример такой таблицы представлен ниже).

Таблица 1

№	Показатели	Первый вариант местоположения	Второй вариант местоположения
1	Потребительский потенциал	45000 чел	30000 чел
2	Уровень конкуренции	Очень высокий	средний
3	Логистическая эффективность	Низкая	Низкая
4	Размер витрины	40 м2	12м2
5	Стоимость аренды	5000000	4000000

В каждый столбец таблицы заносятся значения показателей для соответствующего местоположения. В случаях, когда оценка показателя не является расчетной, то есть имеет, например, значение «высокий/средний/низкий», можно присваивать оценке значение по определенной числовой шкале (например, «от одного до семи», или по какой-либо другой). Приведение значений всех показателей в числовой вид позволяет рассчитывать интегрированный показатель привлекательности местоположения с использованием весовых коэффициентов и таким образом проводить сравнение по всему комплексу значимых характеристик. В данном методическом комплексе особую роль играют полевые исследования: они позволяют наиболее глубоко проанализировать реальное потребительское поведение и, следовательно, осуществить максимально точную оценку потребительского потенциала местоположения. В то же время, этот компонент методики является одним из самых обременительных для розничной компании с финансовой точки зрения. Реализация данной методики предполагает также использование современных информационных технологий в качестве инструментов пространственного анализа.

При реализации методического комплекса особую роль играют полевые маркетинговые исследования. Они позволяют наиболее глубоко проанализировать особенности реального

потребительского поведения и, следовательно, осуществить максимально точную оценку потребительского потенциала местоположения. При решении задач по организации размещения розничных точек предусматривается использование современных информационных технологий в качестве инструментов пространственного анализа.

Библиографический список

1. Берман Б., Эванс Дж. Р. Розничная торговля: стратегический подход, 8-е издание: пер. с англ. М.: ИД «Вильямс», 2003
2. Варли Р., Рафик М. Основы управления розничной торговлей.: пер. с англ. М.: Издательский Дом Гребенникова, 2005
3. Винкельманн П. Маркетинг и сбыт.: пер. с нем. М.: Издательский Дом Гребенникова, 2006
4. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика, 3-е изд. М.: Финпресс, 2003
5. Дымшиц М.Н. Маркетинговые войны: Планирование театра военных действий и 9 локальных операций. // www.sostav.ru. 2006
6. Канаян К., Канаян Р. Пространство и время // Торговое оборудование, №5, 2002
7. Кириченко Е., Лебедева П. Достаточно ли продовольственных магазинов в Москве.// ArcReview. №4(35), 2005, стр. 2-4
8. Клевлин А.И., Моисеева Н.К. Организация гармоничного производства (теория и практика): Учебное пособие / под ред. Моисеевой Н.К. М.: Омега-Л, 2003
9. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии. М.: «АСТ», 2000
10. Котлер Ф., Шефф Дж. Все билеты проданы. Стратегии маркетинга исполнительских искусств, М.: Классика-XXI, 2004
11. Ландреви Ж., ЛевиЖ., Линдон Д. Меркатор. Теория и практика маркетинга: пер. с франц.: в 2 т. Т. I - М.: МЦФЭР, 2006, 664 с.
12. Мак-Дональд М. Стратегическое планирование маркетинга. СПб: «Питер», 2000
13. Матвеева А. Российские розничные сети бросают вызов поставщикам. // Эксперт, №15, 2001
14. Моисеева Н.К. и др. Брендинг в управлении маркетинговой активностью. / под ред. Моисеевой Н.К. М.: Омега-Л, 2003
15. Моисеева У.К., Клевлин А.И., Быков И.А. Управление продажами в условиях конкуренции (от маркетинга к логистике). М.: Омега-Л, 2006

-
16. Моисеева У.К., Конышева М.В. Управление маркетингом. Теория, практика, информационные технологии. М.: Финансы и статистика, 2002
 17. Парамонова Т.Н., Красюк И.Н. Маркетинг в розничной торговле: Учебно-практическое пособие для вузов. М.: ФБК-Пресс, 2004
 18. Соловьев Б.А. Маркетинг: Учебник. М.: Инфра-М, 2005
 19. Угаров А.С. Методы выбора местоположения торговой точки. // Маркетинг в России за рубежом, №6(50), 2005, стр.99-108
 20. Управление розничным маркетингом. / под ред. Д. Гилберта; пер. с англ. М.: ИНФРА-М, 2005
 21. Цветков В.Я. Геомаркетинг: прикладные задачи и методы. М.: Финансы и статистика, 2002
 22. Энджел Дж. Ф., Блэкуэл Р. Д., Миниард П. У. Поведение потребителей. СПб: «Питер», 2000

УДК 33

**Кудашева-Подвойская О.В. Предпринимательство и коммерция в России:
исторический и современный аспект**

Entrepreneurship and Commerce in Russia: Historical and Modern Aspects

Кудашева-Подвойская Ольга Валерьевна,

старший преподаватель кафедры национальной экономики и регионального развития,
факультета экономики, Рязанского государственного университета имени С.А. Есенина

Kudasheva-Podvoyskaya Olga V.,

Senior Lecturer, Department of National Economy and Regional Development, Faculty of
Economics, Ryazan State University named after S.A. Yesenin

***Аннотация.** В статье рассматривается вопрос о роле предпринимательства в условиях функционирования социально-экономической системы государства. Изучаются аспекты образования малых предприятий, теория производственной кооперации, а также основы формирования потребительских союзов.*

***Ключевые слова:** кооперация, предпринимательство, торговля, потребительский союз.*

***Abstract.** The article discusses the role of entrepreneurship in the functioning of the socio-economic system of the state. The aspects of the formation of small enterprises, the theory of industrial cooperation, as well as the fundamentals of the formation of consumer unions are being studied.*

***Keywords:** cooperation, entrepreneurship, trade, consumer union.*

В современных условиях рыночного хозяйствования в России предпринимательству предстоит занять приоритетное и важное место. Под влиянием административно-командной системы управления в нашем государстве сложились не совсем верные представления о предпринимательстве и коммерции в целом. По результатам реформирования и модернизации торговой отрасли произошли коренные структурные изменения. Образовались малые предприятия торговли рыночного типа, перед которыми ставятся несколько иные задачи в торговле и обслуживании потребителей. Под предприятием торговли в современном понимании понимается не от кого не зависящий хозяйствующий субъект с правовым статусом юридического или физического лица, деятельность которого напрямую связана с закупкой или реализацией товаров, а так же с другими видами деятельности не противоречащие закону РФ. После перехода к рыночной экономике появились частная, (личная, коллективная), государственная, муниципальная и другие виды собственности. Созданные на личной и коллективной собственности возникли индивидуальные, партнерские и корпоративные формы торговых предприятий. Одной из самых распространенных организационных форм торговых предприятий является потребительский союз малых производителей- что подразумевает добровольное объединение граждан на основе членства для совместной деятельности по производству, переработке или сбыту сельскохозяйственной или иной продукции. Одной из главных задач такого кооператива является устранение посреднических звеньев на товарном

рынке. В действующих условиях импортозамещения структура подобного типа работающая на региональном уровне способна организовать устойчивое продвижение потребительских товаров произведенных малыми фирмами и предпринимателями и в последствии заполнить ими региональный рынок с учетом все более полного вовлечения в торговую сеть отечественных местных товаропроизводителей. Индивидуальные предприниматели занятые в сельском хозяйстве осуществляя свою хозяйственную деятельность сталкиваются с множеством проблем финансового характера. Среди них можно отметить такие как сбыт продукции, недостаток денежных средств, отсутствие инвестиций и финансовой поддержки. В силу этого отдельные проблемы может решить именно кооперация.

Возможность эффективного функционирования малых форм производства определяется рядом преимуществ: близость к местным рынкам сбыта, приспособление к запросам потребителей, производство большими партиями, исключение лишних звеньев управления и т.д. Развитие малого и среднего бизнеса создает благоприятные условия для оздоровления экономики: развивается конкурентная среда, создаются дополнительные рабочие места, расширяется потребительский сектор, так же идет насыщение рынка товарами, лучшему использованию местных сырьевых ресурсов и повышению экспортного потенциала в дальнейшем. Малые предприятия могут учреждаться совместно с государственными, общественными, кооперативными предприятиями, частными лицами, а так же предприятиями других форм собственности. Развитие малого бизнеса в настоящее время является одной из приоритетных задач отечественной экономики. Малый бизнес оперативно реагируя на изменения конъюнктуры рынка, придает рыночной экономике мобильность и гибкость. Кроме того его преимуществом является невысокая капиталоемкость и короткие сроки сооружения нового предприятия. Занимая небольшие рыночные ниши малый бизнес в небольших городах и поселках способствует самообеспечению граждан и дает налоговые поступления в местные бюджеты. Необходимо обеспечить взаимодействие организаций инфраструктуры поддержки в межрегиональном сотрудничестве малых предприятий, маркетинговое и логистическое обеспечение работы малого бизнеса, развитие механизмов поддержки торгово-экономического сотрудничества государства и предпринимателей с использованием инструментов гарантий и поручительств. Все это требует от органов государственной власти регионального уровня разработки стратегии развития предпринимательского потенциала.

Слово Кооперация происходит от латинского *cooperatio*, переводимого как сотрудничество (7). Кооперативы- самобытные добровольные объединения главным образом людей скромного достатка, простых тружеников, мелких товаропроизводителей, относительно небогатых граждан. Потенциал кооперации еще далеко не исчерпан, и люди будут его долго использовать. Чайнов А.В. говорит – «Никогда нельзя забывать, что кооперация строится не один год, а по крайней мере на столетие» (8). Самыми выдающимися провозвестниками идеи кооперации явились гуманисты англичанин Р.Оуэн и француз Ш. Фурье. Одним из наиболее ранних представителей кооперативной мысли был голландский ученый П.К. Плокбой который

предложил создать хозяйственное товарищество, с ограниченной ответственностью. Ученый полагал что появление подобных товариществ должно привести к экономии живого труда, удешевлению продукции и увеличению прибыли. Английский экономист Дж. Бемерс в 1695 году предложил еще более совершенную форму товарищества, или кооперативной колонии. Эти два автора по существу явились первыми теоретиками производственной кооперации. Таким образом, кооперативные идеи имеют значительную давность, выдвигались как составляющие идеи построения более совершенного общества.

Экономические проблемы сельских территорий можно решить, объединив усилия сельскохозяйственных предприятий, фермеров, крестьянских хозяйств. Для развития товарно-денежных отношений необходимо возрождение кооперации. Информационно-консультационные центры создаются для повышения эффективности отечественного агропромышленного комплекса путем оказания помощи в сбыте продукции, и консультационных услуг сельским товаропроизводителям. В своей работе они руководствуются Конституцией РФ, федеральными и региональными законами, постановлениями, приказами и распоряжениями Правительства Российской Федерации, указаниями Министерств сельского хозяйства РФ и Рязанской области и т.д. Так же подобные центры могут вести мониторинг развития сельского хозяйства региона, способствовать получению кредитов и льгот для заинтересованных, проводить плановые семинары сельскохозяйственных производителей, повышать их квалификацию, содействовать получению различного рода сертификатов и лицензий. Структуры подобного рода призвана разъяснять правовую, экономическую и экологическую информацию, участвовать в проведении сельскохозяйственных ярмарок и выставок с целью рекламы местных товаропроизводителей и их достижений в производстве и переработке сельскохозяйственной продукции.

Библиографический список

1. Сергеев М., Корпоративная логистика и малый бизнес/ под общ. и науч. ред В.И. Сергеева М.: ИНФА-М, 2018.С.921.
2. Шатт Дж., Управление товарным потоком: руководство по оптимизации логистических цепочек / Дж. Шатт; перю с англ. - Мн.: Гревцов Паблшер, 2016. - 230стр.
3. Б.А Аникин., Родкина Т.А., Основные и обеспечивающие функциональные подсистемы логистики., Учебник., Под редакцией д-ра эк. наук проф. Б.А. Аникина, д-ра эк. наук проф. Т.А. Родкиной. 2014 .-334стр

СЕКЦИЯ 4. ЗЕМЛЕУСТРОЙСТВО

УДК 33

Зельман О.С., Окишева О.А. Землеустройство территорий орошаемых севооборотов Усть-Донецкого района Ростовской области

Land management of irrigated crop rotation areas of Ust-Donetsk district of Rostov region

Зельман О.С., Окишева О.А.,

Магистранты

Новочеркасский инженерно-мелиоративный институт Донского ГАУ

Zelman O. S., Okisheva O. A.,

Undergraduates

Novocherkassk engineering and land reclamation Institute of don state agrarian university

Аннотация. В процессе устройства территории орошаемых севооборотов выполнено проектирование полей севооборотов, участков и водосборных каналов, лесополос и дорог, выбран и обоснован способ полива, разработана схема оросительной сети, выбрана дождевальная машина, определена экономическая эффективность проектных решений.

Ключевые слова: севооборот, поле, участковый канал, оросительная сеть, дождевальная машина, борозда, дождевание, площадь, урожай.

Abstract. In the process of irrigated crop rotation territory arrangement the design of crop rotation fields, precinct and drainage channels, forest belts and roads was carried out, the irrigation method was selected and justified, the irrigation network scheme was developed, the sprinkler machine was selected, the economic efficiency of design solutions was determined.

Keywords: crop rotation, field, district canal, irrigation network, sprinkler machine, furrow, sprinkling, area, crop.

Большая часть территории Юга России находится в зоне недостаточного увлажнения, где лимитирующим фактором, сдерживающим повышение продуктивности угодий, является влага. Поэтому орошение этих земель и возделывание на них высокопродуктивных культур является основным источником увеличения урожайности и гарантом устойчивого воспроизводства всех видов сельхозпродукции [1].

Один из путей в системе мер по повышению эффективности сельскохозяйственного производства – развитие орошаемого земледелия, которое развито в засушливой и полувасушливой зонах страны.

Орошение земель и агроландшафтов создает благоприятные условия для гарантированного воспроизводства продукции растениеводства и земледелия: овощей, семян зерновых, кормовых культур, продовольственного зерна и фуража, картофеля, фруктов, винограда. Оно стимулирует развитие других отраслей сельскохозяйственного производства, в том числе животноводства и птицеводства.

Для подачи воды на орошаемые земли из рек и других водных источников требуется устройство оросительных (ирригационных) систем.

Ирригационные системы составляют неотъемлемую часть орошаемой территории, становятся средством производства.

В качестве объекта землеустройства выбрана территория Усть-Донецкого района Ростовской области.

Усть-Донецкий район расположен в центре Ростовской области и граничит: на севере - с Белокалитвинским районом, на востоке - с Константиновским и Семикаракорским, на юге - с Багаевским и на западе - с Октябрьским районами [2].

В зоне рекомендуются следующие виды и схемы севооборотов:

Полевой: 1- многолетние травы; 2 - многолетние травы; 3- озимая пшеница; 4 - кукуруза/зерно; 5 - горохо-овсянная смесь; 6 - кукуруза/зерно; 7 - соя; 8 - овес.

Кормовой: 1 - многолетние травы; 2 - многолетние травы; 3 - озимая пшеница + пожнивно бобово-злаковая смесь; 4 - кукуруза/зерно; 5 - соя; 6 - горох + поукосно бобово/злаковая смесь; 7 - озимая рожь + поукосно кукуруза на силос; 8 - овес с подсевом многолетних трав.

Овощной: 1, 2, 3 - многолетние травы; 4 томаты, перец, баклажаны; 5 - капуста; 6- столовые корнеплоды, лук.

Изучив свойства почвы и уклоны местности исследуемого хозяйства, определив состав культур в севооборотах, выбираем продольную схему расположения временной оросительной сети, а также марку дождевальной машины ДДН-100, в соответствии с площадью полей севооборотов и поливных участков. Данные занесены в таблицу 1.

Таблица 1

Обоснование способа орошения

Уклон местности	Площадь участков, га	Микроагрегатный состав почвы	Водоудерживающая способность	Глубина залегания грунтовых вод, м	Минерализация грунтовых вод, г/л	Предпологаемый способ орошения	Предлагаемая схема орошения, марка дождевальной техники
1	2	3	4	5	6	7	8
0,01-0,03	526,2	легкоглинистый	1,5	2,4	0,8	дождевание	Продольная, ДДН-100
0,01-0,02	209,4	легкоглинистый	1,5	2,4	0,8	дождевание	Продольная, ДДН-100
0,01-0,04	999,6	легкоглинистый	1,5	2,4	0,8	поверхностное орошение	

Устройство территории орошаемых севооборотов заключается в проектировании полей севооборотов, участковых и водосборных каналов, лесополос и дорог. Проектирование начинается с размещения поливных участков на территории полевого севооборота, на севооборотах, орошаемых дождеванием (овощной, кормовой) устанавливаются типовые схемы дождевального оборудования [3].

Устройство территорий севооборотов на орошаемых землях включают:

- удобные территориальные условия обработки пропашных орошаемых культур;
- наименьшая стоимость ирригационной сети и обеспечить высокую эффективность;

Поверхностный полив (полевой севооборот) целесообразно организовывать на почвах со слабой и средней проницаемостью.

Дождевание наиболее эффективно при максимальных уклонах и на безуклонной местности, на почвах с высокой водопроницаемостью, с высоким уровнем грунтовых вод и на сложном рельефе.

После размещения полей в полевом севообороте проводят уточнение их расположения путём установления соответствия схемам размещения временной оросительной сети – продольной и поперечной.

Выводные борозды располагают с уклоном от 0 до 0,001, а временные оросители от 0,002 до 0,005. Для участковых каналов в земляном русле максимальным уклоном является 0,003, минимальным – 0,0005. Временные оросители и выводные борозды могут дополняться трубопроводами. Их длина может быть 1000 м и 200-300 м соответственно.

Длина временных оросителей в конкретных условиях размещения временной оросительной сети может достигать 800 м, а при продольной – 200 м. При этом учитываются уклоны местности и водопроницаемость почвы [4].

Участковые каналы проектируют вдоль верхней по рельефу сторон поливного участка (поля) и они должны командовать над всей его территорией. Протяженность участкового канала зависит от рельефа и водопроницаемости почв и в среднем ограничивается 1,5-20 км. Проектированию участковых каналов предшествует уточнение размещения полей и поливных участков.

Выбор дождевальной машины зависит от того, какие марки можно использовать на конкретных по механическому составу почвах и на каких условиях.

Расположение на территории севооборота дождевальных машин завершается размещением полей.

После этого приступают к размещению лесополос и дорожной сети.

Расчеты ведутся в таблицах 2,3,4.

Таблица 2

Характеристика размещения орошаемых севооборотов

Типы севооборотов	Площадь севооборота	Характеристика групповых распределителей			Почвы			Грунтовые воды		Рельеф		Способы орошения		
		Количество точек водозабора	Индекс распределителей	Уклон распределителей	Площадь, га	Микроагрегатный состав	Водопроницаемость мм/мин	Глубина залегания, м	Минерализация,	Экспозиция склона	Уклон от ...до	поверхностный	Дождевание	
													Площадь, га	Марки дождеваль-ных машин
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Кормовой	526,2	1	1Кр.	0,004-0,03	526,2	Легкоглинистый	1,5	2,4	0,8	С-Ю; Ю-С	0,01-0,03		526,2	ДДН-100
Овощной	209,4	1	-	0,02-0,01	209,4		1,5	2,4	0,8	ЗВЮ	0,01-0,02		209,4	ДДН-100
Полевой	999,6	1	1.1К1	0,006-0,04	999,6		1,5	2,4	0,8	ЗВЮ	0,01-0,04	999,6		
Итого	1735,2													

Таблица 3

Площади отвода полей

Номера полей севооборотов	Площадь полей брутто, га	Площадь отвода					Всего площадь отвода,га	Площадь нетто,га	КЗИ
		Постоян ные оросител ьные каналы	Сбросны е каналы	Временны е оросители	Дороги	Лесопо лосы			
Кормовой									
1	66,5	-	0,34	1,30	2,59	1,42	5,65	60,85	0,92
2	63,7	-	0,40	1,30	2,87	1,14	5,71	57,99	0,91
3	61,4	-	0,38	1,30	2,88	1,13	5,69	55,71	0,91
4	69,5	-	0,35	1,37	3,27	1,96	6,95	62,55	0,90
5	65	0,35	0,15	1,26	2,96	0,66	5,03	59,97	0,92
6	68	0,50	0,40	1,37	2,42	1,01	5,20	62,80	0,92
7	64,9	0,32	0,38	1,37	2,68	0,99	5,42	59,48	0,92
8	67,21	0,45	0,22	1,31	2,41	1,33	5,27	61,94	0,92
Итого	526,2	1,62	2,62	10,58	22,08	9,64	44,92	481,29	

Номера полей севооборотов	Площадь полей brutto, га	Площадь отвода					Всего площадь отвода,га	Площадь нетто,га	КЗИ
		Постоян ные оросител ьные каналы	Сбросны е каналы	Временны е оросители	Дороги	Лесопо лосы			
Овощной									
1	35	0,60	-	0,70	1,74	-	3,04	31,96	0,91
2	34,4	0,23	-	0,70	1,73	0,45	3,11	31,29	0,91
3	35,7	0,23	-	0,70	1,83	1,14	3,90	31,80	0,89
4	34,5	0,23	0,28	0,65	1,48	0,41	3,05	31,45	0,91
5	34,5	0,23	0,28	0,65	1,48	0,83	3,47	31,03	0,90
6	35,3	0,23	0,27	0,65	1,56	1,46	4,17	31,13	0,88
Итого	209,4	1,75	0,83	4,05	9,82	4,29	20,74	188,66	
Полевой									
1	122,3	1,22	-	0,46	2,96	1,67	6,31	115,99	0,95
2	112	1,09	-	0,55	2,10	1,01	4,75	107,25	0,96
3	113,8	1,12	-	0,53	1,68	1,01	4,34	109,46	0,96
4	122,5	1,12	0,16	0,55	0,43	1,15	3,41	119,09	0,97
5	114,7	1,12	-	0,62	1,98	2,32	6,04	108,66	0,95
6	112,4	0,94	-	0,62	1,96	0,92	4,44	107,96	0,96
7	111,7	0,94	0,03	0,59	1,62	1,21	4,39	107,31	0,96
8	106	0,57	0,40	0,53	2,04	2,86	6,40	99,60	0,94
Вне севооборота	84,2	0,82	1,17	0,37	1,49	2,30	6,15	78,05	0,93
Итого:	999,6	8,94	1,76	4,82	16,26	14,45	46,23	953,37	
Итого по варианту:	1735,2						113,51	1623,32	

Таблица 4

Характеристика равновеликости полей

Номера полей	Площади полей нетто,га	Кормовой			
		Отклонение от среднего размера			
		га		%	
		+	-	+	-
Кормовой; Средняя площадь поля, га –60,16					
1	60,85		0,69		1,15
2	57,99	2,17		3,61	
3	55,71	4,45		7,40	
4	62,55		2,39		3,97
5	59,97	0,19		0,32	
6	62,8		2,64		4,39
7	59,48	0,68		1,13	
8	61,94		1,78		2,96
Итого	481,29				
Овощной; Средняя площадь поля,га –31,44					
1	31,96		0,52		1,65
2	31,29	0,15		0,48	
3	31,80		0,36		1,15
4	31,45		0,01		0,03
5	31,03	0,41		1,30	
6	31,13	0,31		0,99	
Итого	188,66				

Номера полей	Площади полей нетто,га	Кормовой			
		Отклонение от среднего размера			
		га		%	
		+	-	+	-
		Полевой; Средняя площадь поля,га – 109,42			
1	115,99		6,57		6,00
2	107,25	2,17		1,98	
3	109,46		0,04		0,04
4	119,09		9,67		8,84
5	108,66	0,76		0,70	
6	107,96	1,46		1,33	
7	107,31	2,11		1,93	
8	99,60	9,82		8,97	
Итого	875,32				
Вне севооборота	78,05				
Итого:	953,37				
Итого по варианту: 1623,32 га					

Таблица 5

Характеристика проектного размещения полей и поливных участков

Севооборот	Индекс участковых каналов	Площадь полей и поливных участков, га	Экспозиция уклона	Уклон в направлении и полива		Тип и механический состав почв,га черноземы	Форма поливных участков	Способ полива	Марка дождевальными машинами	Количество водозабора в для поля	Глубина залегающих грунтовых вод
				min	max						
1	2	3		4	5	6	7	8	9	10	11
Кормовой	1.1 К 1.1	От 55,71 до 62,8	С-Ю, Ю-С	0,01	0,03	Легкоглинистый	Прямоугольная, неправильная	Дождевание	ДАН-100	1	2,4
Итого		481,29									
Овощной	1.1 К 1.1; 1.1 К 1.2	От 31,03 до 31,96	ЗВЮ	0,01	0,02	Легкоглинистый	Прямоугольная	Дождевание	ДАН-100	1	2.4
Итого		188,66									
Полевой	1.1К 1.1; 1.1 К 1.2; 1.1 К 1.3; 1.1 К 1.4. 1.1 К 2.1; 1.1 К 2.2; 1.1 К 2.3; 1.1 К 2.4; 1.1 К 2.5	От 78,05 до 119,09	ЗВЮ	0,01	0,04	Легкоглинистый	Прямоугольная, неправильная	Поверхностное орошение		1	2,4
Итого		953,37									

Таблица 6

Определение стоимости дополнительной продукции орошаемых севооборотов

Культура севооборота	Площадь, га	Прибавка урожая, т/га	Закупочная цена, руб/т	Стоимость доп.продукции, тыс.руб
1	2	3	4	5
Кормовой				
Многолетние травы	60,85	912,75	3000	2738,25
Многолетние травы	57,99	869,85	3000	2609,55
Озимая пшеница + пожнивню бобово-злаковая смесь	55,71	111,42	8000	891,36
		779,94	2500	1949,85
Кукуруза/зерно	62,55	312,75	7000	2189,25
Соя	59,97	107,95	7000	755,65
Горох + поукосно бобово/злаковая смесь	62,8	94,2	7000	659,4
		879,2	2500	2198
Озимая рожь + поукосно кукуруза на силос	59,48	71,38	2500	178,45
		951,68	3000	2855,04
Овес с подсевом многолетних трав	61,94	92,91	6000	557,46
Итого	481,29			17582,26
Овощной				
Многолетние травы	31,96	479,40	3000	1438,2
Многолетние травы	31,29	469,35	3000	1408,05
Многолетние травы	31,80	477	3000	1431
Томаты, перец, баклажаны	31,45	471,75	15000	7076,25
Капуста	31,03	527,51	15000	7912,65
Столовые корнеплоды	31,13	622,60	12000	7471,2
Итого	188,66			26737,35
Полевой				
Многолетние травы	115,99	1739,85	3000	5219,55
Многолетние травы	107,25	1608,75	3000	4826,25
Озимая пшеница	109,46	218,92	8000	1751,36
Кукуруза/зерно	119,09	595,45	7000	4168,15
Горохо-овсянная смесь	108,66	1521,24	2500	3803,31
Кукуруза/зерно	107,96	539,8	7000	3778,6
Соя	107,31	193,16	7000	1352,12
Овес	99,6	149,4	6000	896,4
Бахчевые	78,05	1014,65	15000	15219,75
Итого				41015,28
Всего по варианту	1623,32			85334,89

Продолжение таблицы 6

Таблица 7

Размер капитальных вложений

Тип севооборота	Площадь севооборота, га	Стоимость строительства 1 га оросительной сети, тыс. руб.	Стоимость строительства оросительной сети, тыс. руб.	Количество необходимой дождевальной техники, шт	Стоимость дождевальных машин, тыс. руб	Затраты на приобретение дождевальных машин, тыс. руб.
Кормовой	481,29	75	36096,75	5	1950	9750
Овощной	188,66	50	9433	2	1950	3900
Полевой	953,37	50	47668,5			
Итого:	1623,32		$\Sigma=93198,25$			$\Sigma=13650$
Итого по варианту:	$\Sigma=106848,25$					

Определение объема и стоимости дополнительной продукции осуществляется в таблице 6. В зависимости от состава севооборота, их площади и прибавок урожайности определяется объем дополнительной продукции. После этого в соответствии с существующими закупочными ценами определяется и стоимость всей дополнительной продукции.

Когда отсутствует закупочная цена на различные культуры севооборота можно перевести дополнительную продукцию в кормовые единицы и определить их стоимость по стоимости овса, учитывая, что одна кормовая единица эквивалентна одному килограмму овса [5].

Затраты на производство дополнительной продукции составляют около 70% её стоимости.

Экономическую эффективность проекта определяют, как разницу между стоимостью дополнительной продукции и затратами на её производство. Экономическая эффективность в этом случае представляет собой: величину дополнительного чистого дохода.

Срок окупаемости капитальных вложений на строительство оросительной сети определяют по формуле:

$$T = \frac{K}{D} + 0,5(n + 1) = \frac{106848,25}{85334,89} + 0,5(3 + 1) = 3,3 \text{ года}$$

где T – срок окупаемости капитальных вложений, лет;

K - размер капитальных вложений, тыс. руб.;

D - дополнительный доход, тыс. руб.;

n - число лет, необходимых для осуществления проекта.

Результатом работ является организация трех севооборотов (полевой – 953,37 га, кормовой – 481,29 га, овощной – 188,66 га), устройство системы орошений с участковыми каналами, выводными бороздами, водосбросными каналами, насосной станцией, а также лесными полосами и дорожной сетью (рисунок 1).

[illegible]

Библиографический список

- Современные исследования в области бизнеса и управления: сборник научных трудов по материалам**
VI Международного экономического форума молодых ученых
СЕКЦИЯ 4. ЗЕМЛЕУСТРОЙСТВО

3. Свиридова А. Д. Землеустроительное проектирование. Ч.2: Устройство территории орошаемых севооборотов [текст]: метод.указания к выполнению расчетно-графической работы для бакалавров обучающихся по профилю 12701.62 – «Землеустройство»/сост.: А.Д. Свиридова; Новочерк. инж. мелиор. ин-т., каф. Землепользования и землеустройства. – Новочеркасск, 2014.- 40с.

4. Чешев А.С. Основы землепользования и землеустройства [Текст]: учебник для вузов / А.С. Чешев, С.Н. Волков, В.Ф. Вальков. – Ростов-н/Д: Март, 2002. -544 с.

5. Экономика землеустройства /С.В. Семченкова – Смоленск: изд. ФГБОУ ВО Смоленская ГСХА, 2016. –69 с.

СЕКЦИЯ 5. РЕКРЕАЦИЯ И ТУРИЗМ

УДК 379.85

Логинова Е.В., Овсянникова А.А. Организация и развитие конного туризма на Урале

Organization and development of equestrian tourism in the Urals

Логинова Екатерина Владимировна

старший преподаватель кафедры туристического бизнеса и гостеприимства
Уральский государственный экономический университет

Овсянникова Алена Александровна

Уральский государственный экономический университет
Loginova Ekaterina Vladimirovna
senior lecturer of the Department of tourism business and hospitality
Ural State University of Economics
Ovsyannikova Elena Aleksandrovna
Ural State University of Economics

Аннотация. В статье рассматривается специфика конного туризма в Уральском регионе, на основании экспертных оценок показана проблематика данного вида туристической деятельности, раскрываются социально-рекреационные возможности конного туризма, показаны направления развития конного туризма на Урале.

Ключевые слова: конный туризм, конный клуб, ипподром, активный вид досуга, рекреация, турист.

Abstract. the article discusses the specifics of equestrian tourism in the Ural region, based on expert assessments, shows the problems of this type of tourism activity, reveals the social and recreational possibilities of equestrian tourism, shows the direction of development of equestrian tourism in the Urals.

Keywords: equestrian tourism, equestrian club, racecourse, active leisure, recreation, tourist.

Сегодня туризм активно участвует в процессе глобализации: политической, экономической, культурной интеграции. Туризм, являясь перспективным направлением мировой экономики, способствует улучшению качества жизни населения, развитию солидарности и партнёрских отношений между государствами и регионами. В России особенности туризма определяются климатическими условиями, наличием в регионе богатых ресурсов, природных и историко-культурных достопримечательностей. Рассматривая туризм с позиции социально-рекреационного потенциала, выделим набирающий популярность конный туризм [2,4].

Конный туризм – это одно из направлений международного спорта и отдыха. По международным правилам в конный туризм входит пять дисциплин:

-
- конно-полевые выезды – прогулки, занимающие немного времени, проходящие в полях или лесу;
 - конные путешествия – прогулки, которые занимают продолжительное количество времени, расстояние таких прогулок превышает 1500 км;
 - конные маршруты – путешествия группы туристов, занимающие продолжительное количество времени;
 - соревнования по технике конного туризма – соревнования, которые состоят из трёх дистанций (длинная дистанция с ориентированием и контролем скорости, контроль аллюра, короткая дистанция с прохождением локальных препятствий);
 - соревнования по рабочей выездке – соревнования, связанные с навыками в верховой езде [1,3].

Рост популярности конного туризма объясняется любовью и интересом современного человека к лошадям, его стремлением сблизиться с природой, а также социально-рекреационным потенциалом данного вида туризма. Развитие конного туризма зависит от следующих особенностей:

- наличие комплекса взаимосвязанных, обслуживающих структур и объектов, обеспечивающих эффективное функционирование конного туризма;
- выстраивания взаимодействия между предприятиями, участниками организации конных поездок;
- учета экономических, социальных, культурно-исторических особенностей региона.

Отечественный конный туризм отличает ряд проблем, препятствующих развитию конного туризма: отсутствие поддержки со стороны государства, ограниченное и однообразное по содержанию количество конных маршрутов, отсутствие квалифицированных специалистов.

В Уральском регионе конный туризм, при его высокой популярности среди потенциальных потребителей разных поколений, недостаточно развит. Степень вовлеченности в конный туризм показана на рисунке 1.

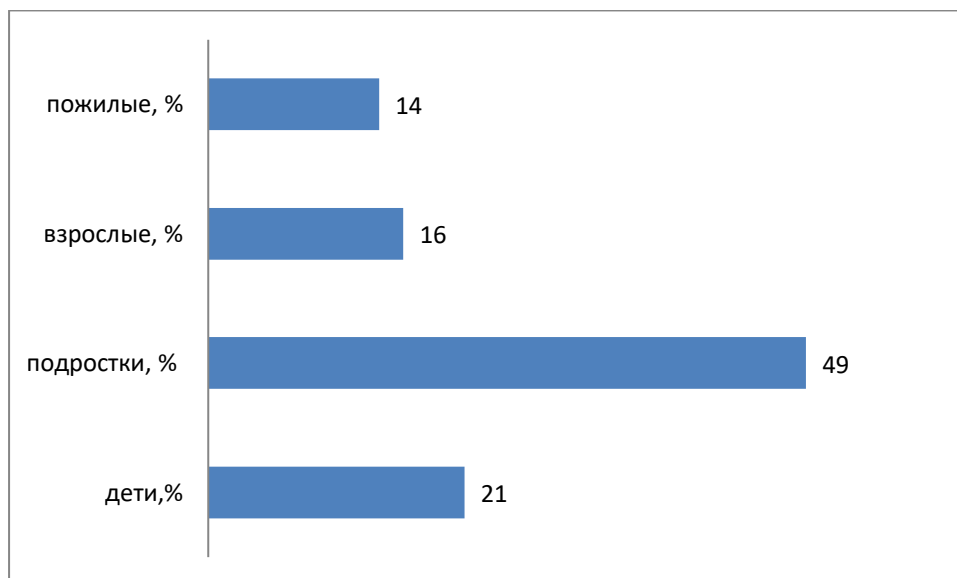


Рисунок 1. Показатели степени вовлеченности в конный туризм в Уральском регионе

С целью выявления степени популярности конного туризма в социальных сетях был опрошен 461 человек. Опрос показал:

- 67% респондентов привлекает в конном туризме необычность, элитарность данного вида туризма, возможность уйти от повседневности;
- 80% опрошенных считают, что конный туризм в Уральском регионе не развит;
- 89% отметили, что применяемый комплекс маркетинговых мероприятий по продвижению конного туризма малоэффективен;
- 62% считают, что при высоком спросе потенциальных потребителей данного турпродукта существует недостаточное количество предложений на рынке;
- 56% отметили несоответствие качества конных маршрутов качеству аналогичных маршрутов на известных российских и европейских курортах;
- 92% респондентов отметили низкую безопасность существующих конных маршрутов.

Уральский регион обладает потенциалом организации и развития конного туризма. Природные ресурсы Урала богаты и красивы. Развитие конного туризма позволило бы местным жителям и туристам насладиться красотой замечательных мест, а так же узнать много нового о природных достопримечательностях Урала. Разработка и внедрение разнообразных конных маршрутов позволит окунуться в историю Уральского региона и ощутить мировосприятие людей, живших много десятилетий назад, которые путешествовали исключительно на лошадях.

Рассмотрим направления развития конного туризма в Уральском регионе.

1. Активизация процессов продвижения конного туризма в регионе на основании усиления его социально-рекреационного значения в сознаниях потенциальных потребителей:

- создание турпродукта основной составляющей которого являются хорошо организованные конные поездки, путешествия, прогулки;
- использование максимального количества информационных каналов для рекламы турпродукта;
- предоставление туристам достоверной информации о турпродукте.

2. Разработка приложений для телефонов и удобных, для пользователей сайтов пропагандирующих и продвигающих конный туризм в Уральском регионе:

- привлечение к деятельности программистов для создания сайтов с комфортной логистикой;
- создание программ на App Store и Google Play с возможностью бесплатного скачивания;
- создание дополнительных скидок и акций за регистрацию в приложении или на сайте при покупке турпродукта.

3. Грамотная организация конного туризма в регионе для обеспечения максимальной безопасности:

- материально-техническое обеспечение – подготовка и оснащение лошадей;
- проведение полного инструктажа по технике безопасности;
- тщательная подготовка рабочего места (ипподром, маршрут прогулок).

4. Подготовка квалифицированного персонала с требуемыми для организации конного путешествия компетенциями:

- разработка определённой программы обучения (комедж или специализированное учреждение);
- возможность стажировки в других конных клубах;
- проведение мастер-классов для совершенствования профессиональных компетенций.

В заключении отметим, что потребность в туристском продукте, одной из составляющих которого являются конные путешествия, формирует одну из зон развития туризма в Уральском регионе. Для раскрытия данного потенциала необходимо: профессиональная подготовка специалистов-организаторов конных путешествий, совершенствование инфраструктуры, связанной с конным туризмом, разработка тематических анимационных программ с элементами конных прогулок для туристов разного возраста, государственная поддержка и контроль, а также применение эффективных способов продвижения конного туризма.

Библиографический список

1. Балагурова Н.В. Конный туризм: организация и развитие в России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://fb.ru/article/311976/konnyiy-turizm-organizatsiya-i-razvitie-v-rossii> (дата обращения: 15.11.2018)
2. Сарафанова А.Г. К вопросу о конном туризме [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://sci-article.ru/stat.php?i=1511709177> (дата обращения 27.11. 2018)
3. Ульянова Т.Л. Ландшафт как фактор пространственно-территориальной организации конного туризма // Ярославский педагогический вестник. 2010. № 4-Том III (Естественные науки). С. 167-171
4. Цветков Д.В. Место и роль конного спорта в современном обществе [Электронный ресурс] // Елайбрани: научная электронная библиотека : <https://elibrary.ru> / <https://elibrary.ru/item.asp?id=17285083> (дата обращения: 29.11.2018)

СЕКЦИЯ 6. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ, АУДИТ

УДК 33

Дятлова О. Анализ дебиторской и кредиторской задолженности

Analysis of accounts receivable and payable

Дятлова Ольга

Dyatlova Olga

Аннотация. В статье раскрываются основные задачи анализа дебиторской и кредиторской задолженности. В статье раскрыты особенности анализа денежных средств, вследствие их прямого влияния на задолженность экономического субъекта

Ключевые слова: анализ; анализ дебиторской задолженности; проверка; анализ кредиторской задолженности; денежные средства; анализ денежных средств.

Abstract. The article reveals the basic tasks of analysis of receivables and payables. The article reveals the peculiarities of analysis of funds, due to their direct impact on the debt of the economic entity.

Keywords: analysis; accounts receivable analysis; verification; analysis of accounts payable; cash; analysis of cash flows.

Задачей специалиста аналитической службы выступает определение уровня финансового положения предприятия, а также формирование рекомендаций, направленных на его улучшение. С этой целью изучается перечень факторов, оказывающих влияние на него в прямой или косвенной степени.

На сегодняшний день имеется достаточное количество разных методик, используемых для анализа финансовой отчетности экономических субъектов и последующего формирования выводов и рекомендаций по результатам проведенного анализа. Перечень методик целесообразно объединить в четыре группы, в числе которых, трансформационная группа, качественная группа, коэффициентная группа, а также интегральная группа.

Использование трансформационных методик предполагает выполнение работы по преобразованию отчетности в читабельный вид для улучшения восприятия имеющихся данных. Среди трансформационных методик выполняется работа по:

- агрегированию статей с целью изменения состава статей бухгалтерского баланса;
- формирования аналитического баланса путем дополнения его статей перечнем показателей, показывающих структуру и динамику данных.

Детализация аналитических данных предполагает разрабатывать и рассчитывать

огромное количество финансовых коэффициентов, имеющих функциональную зависимость между собой. Целесообразность применения данной аналитической процедуры обусловлено возможностью понимания имеющейся информации и последующей интерпретации рассчитанных показателей.

При анализе финансового положения нужно изучить динамику показателей оборачиваемости капитала в разный период времени для последующей оценки конкретной стадии производства.

Снижение коэффициента оборачиваемости кредиторской задолженности предполагает повышение скорости оплаты задолженности кредиторам.

Дебиторская и кредиторская задолженность напрямую связаны с денежными ресурсами. Поэтому анализу движения денежных средств необходимо уделить отдельное внимание.

Мы имеем некоторое количество методик по анализу движения денежных средств. Основными методиками выступают прямой и косвенный метод.

Использование прямого метода не является процессом трудоемким и редко вызывает трудности у специалистов. Отчетную форму № 4 «Отчет о движении денежных средств» в этом случае дополняют перечнем расчетов по относительным показателям в структуре притока и оттока денежных средств в разрезе видов деятельности.

Косвенный метод предполагает преобразования финансового результата с помощью ряда корректировки в величину изменения денежных средств за период.

Первый этап предполагает установление соответствия между финансовым результатом и собственным оборотным капиталом. Как необходимость делается устранений влияния суммы начисленной амортизации и выбывших объектов основных средств долгосрочного использования на финансовые результаты.

Второй этап предполагает установление соответствия между изменениями собственного оборотного капитала и денежными средствами. На этом этапе мы определяем влияние изменения каждой статьи оборотного капитала на денежные средства экономического субъекта.

УДК 33

Дятлова О. Понятие дебиторской и кредиторской задолженности

The concept of receivables and payables

Дятлова Ольга

Dyatlova Olga

Аннотация. В статье раскрываются основные понятия дебиторской и кредиторской задолженности. Кроме этого, описаны основные задачи управления задолженностью.

Ключевые слова: дебиторская задолженность; кредиторская задолженность; управление дебиторской задолженностью; управление кредиторской задолженностью.

Abstract. The article reveals the basic concepts of accounts receivable and accounts payable. Besides the described main objectives of debt management.

Keywords: accounts receivable; accounts payable; manage accounts receivable; manage accounts payable.

На сегодняшний день в любой организации необходимо осуществлять ведение бухгалтерского учета. При наличии данных, получаемых из бухгалтерского учета, руководство экономического субъекта имеет возможность в получении информации об имущественном и финансовом положении предприятия. Информация позволяет принимать своевременно управленческие решения, которые направлены на развитие экономического субъекта.

Дебиторская и кредиторская задолженность являются одним из важнейших элементов в сфере информационных данных. Информация о наличии задолженности даст понятие менеджерам высшего звена экономического субъекта, с какой эффективностью действует бизнес-процесс реализации продукции, а также насколько предприятие зависит от работы с поставщиками материальных ценностей.

Одним из методов управления дебиторской задолженностью целесообразно установить критический срок оплаты. Под критическим сроком оплаты понимается дата, не позднее которой необходимо осуществить платеж по предоставленному коммерческому кредиту. Для установки критического срока нужно учесть период отсрочки платежа и дату образования дебиторской задолженности.

Мы имеем возможность по предоставлению определенных рекомендаций, на основе которых менеджеры управляют дебиторской задолженностью. Они предполагают:

- осуществлять контрольные процедуры по расчетам с дебиторами в части отсроченной и просроченной задолженности;

-
- ориентировку на платежеспособность дебиторов с целью минимизации рисков по неуплате задолженности;
 - отслеживание соотношения дебиторской и кредиторской задолженности. При значительной разнице кредиторской над дебиторской задолженностью у предприятия снижается финансовая устойчивость, что является негативным финансово-экономическим явлением, а также может появиться потребность в получении дополнительного финансирования в виде кредитных ресурсов;
 - предоставление скидок при оплате задолженности в короткие сроки.

При управлении кредиторской задолженности необходимо расставить приоритеты. В первую очередь необходимо погашать задолженность по оплате труда, по налогам и отчислениям на социальное страхование и обеспечение. С поставщиками можно согласовать условия по дополнительному соглашению с целью предоставления ими рассрочки.

Мы имеем возможность использования задолженности в интересах предприятий. Время от времени у каждого предприятия появляются контрагенты, нарушающие положения заключенного договора.

УДК 33

Дятлова О. Управление задолженностью

Дятлова Ольга
Dyatlova Olga

Аннотация. В статье раскрываются основные задачи управления дебиторской и кредиторской задолженности. Кроме этого, показана взаимосвязь дебиторской и кредиторской задолженности с определенными показателями, характеризующими финансовое положение предприятия.

Ключевые слова: дебиторская задолженность; кредиторская задолженность; управление дебиторской задолженностью; управление кредиторской задолженностью; денежные средства.

Abstract. the article reveals the main objectives of management of receivables and payables. In addition it shows the relationship between receivables and payables with defined indicators of the financial position of the company.

Keywords: accounts receivable; accounts payable; manage accounts receivable; manage accounts payable; cash.

При работе службы по финансовому планированию часть их работы направлена на разработку политики в сфере управления дебиторской задолженностью. Основным аспектом при разработке политики выступает работа по оценке риска новых контрагентов на предмет их платежеспособности, а также формированию резерва по сомнительным долгам на краткосрочную, среднесрочную и долгосрочную перспективу. Отдельным разделом политики выступает разработка рекомендаций, направленных на снижение количества неплатежеспособных дебиторов в прогнозном периоде, и изменение формы заключаемых договоров, в которых будут более подробно прописаны условия поставки продукции, выполнения работ, оказания услуг и их оплаты покупателем в определенные сроки. В политике по управлению дебиторской задолженностью указывается предельный размер просроченной дебиторской задолженности в процентном соотношении к общей величине дебиторской задолженности в отчетном периоде экономического субъекта.

Дебиторская задолженность выступает важнейшим элементом в структуре оборотных активов, поэтому повышение эффективности оборотных активов невозможно без реализации политики управления дебиторской задолженностью, адаптированной под сегодняшние условия экономической ситуации в стране и мировой экономики.

При управлении дебиторской задолженностью необходимо учитывать показатель оборачиваемости средств в расчетах и контроль за его значением в различные периоды

времени. Мы знаем из курса финансового анализа, что ускорение оборачиваемости в последовательных отчетных периодах выступает положительной тенденцией.

Дебиторская задолженность имеет прямую зависимость с финансовыми ресурсами экономического субъекта, поэтому основные положения ее эффективному управлению должны быть прописаны в финансовой политике, формируемой ежегодно руководством или менеджерами высшего звена. В ней должны быть прописаны методики по решению задачи ускоренного возврата долгов и снижение вероятности работы с неплатежеспособными контрагентами.

Под кредиторской задолженностью понимается определенный элемент в структуре заемных источников финансирования деятельности экономического субъекта, которую он должен погасить в определенный момент времени с соблюдением условий, прописанных в нормативных и внутренних документах.

Наличие хорошие показатели по финансовой устойчивости и хорошей кредитной истории выступает как надежная гарантия возврата кредитных ресурсов.

Предприятию необходимо проводить политику по управлению кредиторской задолженностью с целью снижения зависимости от заемных источников.

СЕКЦИЯ 7. ЭКОНОМИКА И ПРАВО

УДК 343.3.7

Байчакуев З.М. Реализация гуманизма на правоприменительном уровне

Implementation of humanism at the law enforcement level

Байчакуев Заур Музафарович

студент магистратуры
Института права,
экономики и финансов.,
Кабардино-Балкарский
государственный университет.
Научный руководитель

Шогенова Фатима Олеговна

к.э.н., доцент кафедры
уголовного права и
криминологии.,
Институт права,
экономики и финансов.,
Кабардино-Балкарский
государственный университет.
Bychkov Zaur Muzafarovich
master's student
Institute of law,
Economics and Finance.,
Kabardino-Balkar state University.
Scientific supervisor
Shogenova Fatima O. Ph. D.,
associate Professor criminal law
and criminologies.,
Institute of law,
Economics and Finance.,
Kabardino-Balkar state University.

Аннотация. Понятие принципа гуманизма и форма его выражения в уголовном праве, рассматривает понятийный аппарат принципа гуманизма и, соответственно, формы его выражения в уголовном праве, рассматриваются актуальные вопросы реализации гуманизма на правоприменительном уровне.

Ключевые слова: понятие принципа гуманизма, реализация гуманизма, социальные институты, правотворческая деятельность, законодатель, правоприменительная деятельность.

Abstract. the Concept of the principle of humanism and the form of its expression in criminal law, examines the conceptual apparatus of the principle of humanism and, accordingly, the forms of its expression in criminal law, discusses topical issues of the implementation of humanism at the law enforcement level.

Keywords: the concept of the principle of humanism, the implementation of humanism, social institutions, law-making, legislator, law enforcement.

Как универсально-правовой принцип, гуманизм представляет собой не просто исторически изменяющуюся систему воззрений, признающую высшую ценность человека как личности, его право на счастье, свободу, развитие и проявление способностей, считающую благо человека критерием оценки всех социальных институтов, желаемой нормой отношений между членами общества. Гуманизм выражает нравственное начало требований человека к государству, обществу на установление и охрану такого рода отношений через призму правовых норм.

Будучи самостоятельной правовой категорией, сформулировать общие требования, касающиеся правотворчества и практики применения правовых норм в направлении борьбы с преступностью и её превенции. Принципы, пронизывая всю структуру (систему) уголовно-правовых норм, обладают общенормативным свойством. Реализация принципа через конкретные правовые нормы применительно к криминальным деликтам жизненного случая.

Реализация правовой нормы связана с основанием (с составом деликта), соответственно с процессом возникновения ответственности её реализации (уголовного наказания) и прекращения в специально предусмотренном порядке.

Оказывает влияние на правотворческую деятельность законодателя, правоприменительную деятельность суда и правоохранительных органов, а также приведенное значение к поведению граждан.

На основе изложенных требований принципу можно дать следующее определение (дефиницию): принцип уголовного права - это обусловленные закономерностями общественного развития требования к государству по обеспечению гарантии прав и свобод человека и гражданина как в процессе уголовного правотворчества и процессе реализации их, так и в уголовной политике государства.

Реализация принципа гуманизма в правоприменении представляет собой второй уровень её реализации. Термин «правоприменение» следует понимать как осуществление права в жизни[1]. В общей теории права под применением норм права обычно понимается «осуществляемая специально установленным законом государственно-властная форма, организующая деятельность компетентных государственных органов и уполномоченных государством органов и общественности по внесению индивидуально конкретных правовых предписаний»[2].

Для уголовного права как самостоятельной отрасли права применение его норм, помимо общего, не может не обладать определенной спецификой. Потому понятие применения норм уголовного права может быть дано лишь на основе того, как преломляются общие свойства применения норм в любой отрасли права, хотя отдельные авторы разделяют это мнение.

Реализуя уголовно-правовые нормы вместе с уголовно-правовыми принципами как частью правовой материи, правоисполнитель ограничен в своих действиях рамками уголовно-правовых норм, сформулированных законодателем, но в реализации с этими нормами принципов уголовного права он видит цель своей деятельности. В частности, он должен видеть гуманистическую сущность права, заключающуюся в том, что права и свободы человека определяют смысл, содержание и применение законов, обеспечение их правосудием.

Это должен осознавать каждый правоисполнитель и правоприменитель, реализуя уголовно-правовые нормы. Принцип гуманизма реализуется не только конкретной уголовно-правовой нормой, материализованной в её структуре, но и всей отраслью права в целом как совокупность этих норм. В рамках принципа гуманизма, реализуемого всей отраслью уголовного-права, правоисполнитель выберет при осуществлении правовой обязанности ту или иную норму. Возможно, эти нормы при определенных жизненных обстоятельствах будут противоречить между собой[3].

Правоисполнитель должен обратиться к принципам, в которых содержатся основные требования к реализации той или иной отрасли права, выражающих в концентрированном виде правовую политику, волен произвести выбор в своем поведении при реализации своих прав и обязанностей, предписываемых уголовно-правовой нормой.

Это возможно в случае, когда должностное лицо имеет обязанность, добросовестно отправляет свои служебные полномочия, соблюдая интересы правосудия и интересы отдельной личности в вопросах, связанных с действиями в рамках оперативно-розыскной работы, и т.д. При этом правоисполнителю в большей степени приходится руководствоваться нравственным выбором, основу которого составляют два нравственно-этических направления: гуманизм и справедливость.

Поэтому формулирование принципа гуманизма в уголовном праве представляет сложную структуру, так как целенаправленность действий правоисполнителя будет зависеть от того, насколько их отражает уровень нравственности общества.

Правоисполнитель, имея в виду физическое лицо, обладающее определенной гипотезой, признаками правовой нормы, реализуя требования нормы, руководствуется велениями диспозиции нормы и принципами, являющимися составной частью нормы. [3]

При этом обеспеченность выполнения правовой обязанности лицом дает санкции, значение которой состоит не только в том, чтобы наказать лицо, но и в том, чтобы стимулировать его на исполнение своей правовой обязанности. При этом такая санкция должна реализовываться исходя из принципов уголовного права, так как они являются основополагающей (основной) частью санкции уголовно-правовой нормы.

Гуманизм санкции должен реализовываться, прежде всего, в поощрительном воздействии на граждан, воздерживающихся от посягательства на охраняемые законом

общественные отношения. В действующем УК РК это выражается, прежде всего, в освобождении при известных условиях от уголовной ответственности.[4]

Отступление от принципа гуманизма, особенно при назначении наказания чрезмерно сурового, влечет серьезные отрицательные последствия и сопряжено с социальными коллизиями в уголовной политике.

Библиографический список

1. Ожегов СИ. Словарь русского языка. -М., 1972.
2. Дрягин И.Я. Применение норм советского права. - Свердловск, 1973.
3. Лесников Г.Ю. Уголовная политика Российской Федерации // Проблемы теории и практики. - М. 2014
4. Пудовичкин Ю.Е., Пирвагидов С.С, Понятие, принципы и источники уголовного права: сравнительно-правовой анализ законодательства России и стран Содружества Независимых Государств. - СПб., 2003.
5. Российское уголовное право. Курс лекций: Преступление /Под ред. А.А. Коробеева Ч - Владивосток, 1999.
6. Лист Ф. Задачи уголовной политики. Преступление как социально-патологическое явление. - М, 2004.
7. Гаухман Л.Д., Ляпуков Ю.И. Понятие советской уголовной политики и ее основные направления. -М., 1980.
8. Беляев НА. Уголовно-правовая политика и пути ее реализации. - Ленинград, 1986.

УДК 34

Ширяшкин Н.А. Тактика назначения и проведения судебных экспертиз при расследовании преступлений, связанных с экстремизмом

Tactics of appointment and conduct of forensic examinations in the investigation of crimes related to extremism

Ширяшкин Никита Анатольевич,

студент 3-го курса, направление "Криминалистическое обеспечение в уголовном судопроизводстве" (магистратура) СГЮА

Shiryashkin Nikita Anatolevich,

3rd year student, direction "Forensic security in criminal proceedings" (magistracy)

***Аннотация.** В статье проведен анализ тактики назначения и проведения судебных экспертиз при расследовании преступлений, связанных с экстремизмом.*

***Ключевые слова:** судебные экспертизы, расследование, преступление, экстремизм, страна, тенденции.*

***Abstract.** The article analyzes the tactics of assigning and conducting forensic examinations when investigating crimes related to extremism.*

***Keywords:** forensic examination, investigation, crime, extremism, country, trends.*

Не секрет, что проблема экстремизма на сегодняшний день является наиболее сложной и охватывает все большее количество стран. Основная проблематика в данном вопросе становится особенно сложной в связи с быстро растущими амбициями некоторых территориальных единиц, что обусловлено рядом причин тенденциозного характера. Наиболее сложной задачей в данном случае является необходимость рассмотреть данную проблематику с разных точек зрения, ибо многоаспектность данной проблематики носит не теоретический, а в высшей степени практический характер.

Понятие экстремизм и его пагубное воздействие на системы государственного аппарата рассмотрено далее.

В современной политической литературе можно встретить неоднозначное определение понятию «экстремизм» в связи с его особенной воздействующей силой на целостность государственного аппарата. По самым последним данным экстремизм охватил уже более 50 стран мира из 220 возможных, что связано со сложными внешнеполитическими и внешнеэкономическими отношениями структурного характера.

Таким образом, под экстремизмом следует понимать комплекс мер, направленных на отделение одной территориальной единицы от другой без сохранения принципов государственного единства, что может носить как временный, так и постоянный характер.

Одной из важных черт, которые сопровождают сложность формирования отношений внутри государства, - это необходимость создать такие институты управления, которые позволили бы держать все национальные единицы внутри одного государства. Важно также не допускать выхода из них тех, кто не желает мириться с теми институциональными структурами, которые кажутся им несправедливыми.

Одним из самых ярких примеров проявления экстремизма в наши дни является борьба Каталонии за суверенитет от испанского королевства. Данный регион имеет давние противоречивые отношения с Мадридом, что объясняется значительным отличием от Испании в сфере таких аспектов как:

1. Наличие собственного государственного языка.
2. Отсутствие собственной денежной единицы.
3. Присутствие кастильских судебных органов, которые противоречат некоторым национальным интересам.
4. Необходимость выплачивать высокие социальные налоги для поддержания общей испанской экономики, что накладывается тяжким бременем на саму идею сосуществования в едином королевстве.[1]

По данным на май 2015 года, на территории Каталонии имеет место тенденция назначения и проведения судебных экспертиз при расследовании преступлений, связанных с экстремизмом. По статистике испанская казна тратит более 170 миллионов евро для поддержания жизнеспособности каталонской экономики и недопущения ее отделения от всей остальной территории страны.

Но каким образом происходит сам процесс расследования и назначения следственных приставов в Барселоне и других городах Каталонии, рассмотрим максимально подробно.

Итак, оговоримся сразу: все без исключения акции каталонских сепаратистов и экстремистов не проходят бесследно и незаметно для испанской полиции и спецслужб. По этой причине поимка особо активных сепаратистов происходит на профессиональном уровне, ибо службы внутренней безопасности Испании финансируются на самом высоком уровне в Европе. Ниже предлагаем полный перечень действий, которые осуществляют службы безопасности Испании при расследовании преступлений экстремистской направленности:

1. Изучение специальной литературы, прежде всего, криминалистики, которая дает возможность разыскать преступников, в связи с высокой долей их общественной опасности.
2. Процесс изучения необходимых справочников осуществляется в высших и средних учебных заведениях крупнейших городов Испании и носит исключительно практический характер.

3. Любая следственная экспертиза, которая проводится в рамках антиэкстремистских мероприятий, не может носить лишь временный характер, так как проблема Каталонии как независимой автономной области в составе Испании является насущной уже более 200 лет, с девятнадцатого века.

4. Тактика назначения и проведения судебных экспертиз соответствует нормам проведения данных мероприятий, принятых внутри Европейского Союза и не подлежат пересмотру за редким исключением.

5. Важную роль при поимке преступников с сепаратистскими устремлениями играет испанский комитет, который занимается сбором данных по принципу лингвистической экспертизы. Таким образом, специалисты следственного комитета имеют возможность распознать по национальному принципу, насколько сложным является факт розыска преступников по принципу национальной идентичности.

Что представляет собой лингвистическая судебная экспертиза и ее место в системе экстремистской деятельности?

Надо понимать, что лингвистический аспект в судебной практике имеет множество оснований полагать, что только в системе культурологического звена можно с точностью определить степень накала экстремистских устремлений. [2]

По словам уполномоченного по делам экстремизма Барселоны, Хосе Мария Аснара, на май 2017 года испанская разведка разоблачила более 300 случаев подготовки к массовым волнениям каталонской молодежи, которая была намерена создать прецедент на главных улицах и площадях Барселоны, Сабаделя, Жироны и ряда других крупных городов региона. По сообщениям каталонских СМИ, многочисленные разоблачения местных экстремистов уже привели к целой серии задержаний и заключению под стражу. Надо сказать, что лингвистическая экспертиза позволила выявить такие важные аспекты деятельности планируемых преступлений:

а) Фоноскопические данные, которые позволяют выявлять этническую и национальную принадлежность преступников к той или иной языковой группе с опорой на данные, записанные на пленку;

б) Политологическая экспертиза, которая дает возможность распознать, насколько продуманными были акции подобного рода в других странах и регионах мира с подобными сепаратистскими устремлениями;

с) Возможность выявлять намерения преступников по гендерному принципу, то есть в зависимости от половозрастных категорий, ибо по статистике, не менее 30% всех сепаратистов Каталонии и некоторых других регионов Испании, - представители женского пола.

В 2014-2017 годах среди сепаратистов зафиксировано также немалое число детей в возрасте до 13 лет, что является беспрецедентным шагом на протяжении последних нескольких лет.

d) Лингвистическая экспертиза также дает возможность идентифицировать всех участников сепаратистских парадов и мероприятий с точки зрения их религиозной принадлежности и отношению к образовательной деятельности.[3]

Таким образом, проведение судебной экспертизы относится к наиболее сложным мероприятиям социального характера, ибо подобного рода действия не могут носить ограниченный характер. По свидетельству специалистов, такие действия осуществляются только с санкции прокурора либо других уполномоченных органов, которые работают по заданию спецслужб испанского королевства.

Мы рассмотрели особенности тактики назначения и проведения судебных экспертиз при расследовании преступлений, связанных с экстремизмом на примере Испании, но, в действительности, экстремизм вездесущ и его ростки имеются, в том числе, на территории России и многих других стран мира.

Как сказано выше, экстремистская деятельность носит непродуктивный характер, что сказывается на умах и настроениях целых народов либо наций. Конечно же, в Конституциях разных стран мира четко прописаны принципы подавления экстремистских тенденций, ибо они носят исключительно разрушительное воздействие на целые страны, континенты и судьбы людей.

Основные экстремистские течения, которые влияют на развитие общества, прекрасно известны спецслужбам, так как, как показывает практика, значительное число зачинщиков, которые пропагандируют экстремизм, являются либо уже под следствием, либо рецидивистами. Но надо понимать, что особенной стороной данного процесса является то, что экстремизм вездесущ, и он имеет место в особо опасных проявлениях, которые часто приводят к гражданским войнам.[4]

Особенности назначения и проведения судебных экспертиз при расследовании преступлений, связанных с экстремизмом в России рассмотрены далее.

На сегодняшний день Россия входит в число стран, где экстремизм особенно широко проявляется в республиках Северного Кавказа, а также в многочисленных национальных республиках Поволжья, Сибири и автономных областях. Таким образом, в нашей стране имеются специальные службы, которые борются с любыми проявлениями экстремизма, ибо они сеют межнациональную вражду, а также способствуют развалу всей страны. Во избежание пагубных последствий от экстремизма, правительство России осуществляет следующие мероприятия по подготовке специалистов для борьбы с экстремизмом:

1. Создание специальных профилактических центров ФСБ РФ, которые следят за ходом развития сепаратистских настроений в России и посредством многочисленных методик профилактического характера выявляют и физически ликвидируют бандитские группировки.

2. Спецшкола ФСБ РФ сформирована, прежде всего, для осуществления мер профилактического характера, ибо в обязанности ФСБ входит тесное взаимодействие с многочисленными судебными инстанциями, которые формируют уголовно-процессуальную составляющую всей правовой системы России.

3. Судебные экспертизы в отношении случаев уголовно-процессуального характера, которые связаны с экстремизмом назначаются исключительно по поручению прокурора в том регионе РФ, который охвачен экстремистскими течениями.

4. Проведение судебных экспертиз также является одной из составных частей, которые входят в обязанности органов Следственного Комитета, ибо данное учреждение является основным подотчетным органом ФСБ России.

5. Уголовно-процессуальное законодательство РФ предполагает максимально жестокое наказание за осуществление мер экстремистского характера. В соответствии с уголовно-правовыми нормами статьи 337 УК РФ данное деяние является общественно опасным и носит исключительно пагубный характер, что вынуждает назначать и проводить судебные экспертизы в условиях закрытого заседания.[5]

Исходя из вышесказанного, тактика назначения и проведения судебных экспертиз при расследовании преступлений, связанных с экстремизмом определяется исключительно в зависимости от степени общественной опасности и необходимости изоляции лиц, которые способны оказать пагубное влияние на целостность государственного аппарата. Государство на сегодняшний день прилагает все усилия для того чтобы судебные слушания по проблематике экстремизма проходили только в соответствии с мерами процессуального характера, то есть не отклоняясь от норм уголовного кодекса России.

Библиографический список

1. Парамонова Г.В. Теория и практика использования специальных познаний в раскрытии и расследовании корыстно-насильственных преступлений: дис. ...канд. юрид. наук. СПб., 2011.
2. Шевченко Б.И. Научные основы современной трасологии: осмотр места кражи, совершенной с применением технических средств// Сб. науч. трудов М.: ЛекЭст, 2014.
3. Торбин Ю.Г. Теоретические и прикладные проблемы обнаружения и использования в уголовном судопроизводстве следов и особых примет на живых лицах: автореф. дис. .д-ра юрид. наук. М., 2014.
4. Попов В.Л. Теоретические основы судебной медицины. СПб., 2010.
5. Сахарова Е.Г. Расследование причинения вреда здоровью / под ред. В.П. Лаврова. М.: Изд-во «Юрлитинформ», 2014.

Электронное научное издание

Современные исследования в области бизнеса и управления

сборник научных трудов по материалам
VI Международного экономического форума молодых ученых

30 ноября 2018 г.

По вопросам и замечаниям к изданию, а также предложениям к сотрудничеству
обращаться по электронной почте mail@scipro.ru

Подготовлено с авторских оригиналов



ISBN 978-0-359-26986-0



90000



9 780359 269860

Формат 60x84/16. Усл. печ. Л 3.2. Тираж 100 экз.

Lulu Press, Inc. 627 Davis Drive Suite 300

Morrisville, NC 27560

Издательство НОО Профессиональная наука

Нижний Новгород, ул. М. Горького, 4/2, 4 этаж, офис №1