

E-SCIO

НАУЧНЫЙ ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ

3

2019

Малышев А. А., кандидат экономических наук, доцент,

Пензенский государственный университет архитектуры и строительства,

Пенза, Россия

Салмова А. В., магистр,

Пензенский государственный университет архитектуры и строительства,

Пенза, Россия

ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ УСЛУГ НА ПРИМЕРЕ ГОСТИНИЦЫ «ВОЯЖ»

Аннотация: В статье проанализированы теоретические подходы маркетинга услуг. Проведен анализ комплекса маркетинга гостиницы «Вояж». Даны рекомендации по совершенствованию комплекса маркетинга гостиницы «Вояж».

Ключевые слова: комплекс маркетинга, реклама, программа продвижения, гостиница, стимулирование быта, услуга.

Abstract: The article analyzes the theoretical approaches of marketing services. The analysis of the marketing complex of the hotel "Voyage". Recommendations on improving the marketing complex of the Voyazh hotel are given.

Key words: marketing mix, advertising, promotion program, hotel, stimulation of life, service.

В настоящее время роль маркетинга в сфере услуг в современной экономике все еще слабо развит. Тем не менее, рынок услуг характеризуется быстрым ростом и развитием, что обуславливает перспективность развития

данного направления маркетинга. Внедрение в процессы обслуживания постоянно совершенствующихся технологий и систем сервиса, способствует выходу компаний на новые отраслевые и региональные рынки услуг.

Как правило, фирмы уделяют недостаточное внимание маркетингу своих услуг. А вместе с тем разработка маркетинг услуг для гостиницы является жизненно важной необходимостью. Существуют определенные сложности в разработке маркетинговой стратегии и концепции предприятий гостинично-туристской направленности. Что естественно, делает тему еще более актуальной.

Маркетинг услуг – это отрасль современного маркетинга, научная дисциплина, которая изучает особенности маркетинговой деятельности предприятий, вовлеченных в предоставление услуг.

При реализации комплекса маркетинга в сфере услуг, следует различать два его направления. Первое направление – это внутренний маркетинг, проведение которого предполагает особое внимание, контроль руководства компании над качеством предлагаемых услуг, деятельностью работников, ее оказывающих. Если предприятие заявляет о качестве своих услуг, то ее работники должны прикладывать все усилия на достижение и поддержание заявленного уровня качества [1, с. 160].

Вторым направлением маркетинга в сфере услуг является двухсторонний маркетинг, подразумевающий наличие двух сторон – продавца и покупателя. Следует помнить о том, что восприятие клиентом качества предлагаемой услуги во многом зависит от качества взаимодействия с ним продавца, в том числе, и во время послепродажного обслуживания. Только учитывая оба направления маркетинга в сфере услуг, компания может добиться лояльности потребителей и положительных результатов своей деятельности [3, с. 157].

Для сферы услуг 4P расширяются до 7P: сокращенного обозначения факторов, составляющих основу маркетинга-микс для сферы услуг. Здесь к 4P маркетинга (Product, Price, Place, Promotion) добавляются еще три: Peoples,

Pecuniary (Physical evidence), Process - люди, материальные (физические) свидетельства и процессы [2, с. 158].

«Вояж» – это уютный и комфортный гостиничный комплекс в городе Пенза. Основная цель гостиницы «Вояж» – создать для гостя идеальные условия пребывания. Гостеприимство и доброжелательность отличают персонал гостиницы.

Отель «Вояж» расположен в историческом и деловом центре города. В шаговой доступности – театры, музеи, памятники и другие достопримечательности Пензы, парк культуры и отдыха, а также современные торговые и развлекательные центры. Гости отеля могут заказать экскурсию по памятным местам Пензенской области.

Основные услуги гостиницы Вояж: бизнес услуги – это проведение бизнес - конференций в конференц-зал; ресторан и сауна; комфортные номера, размещение туристов; бесплатная парковка; трансфер; визовая поддержка; банкеты и свадьбы; Wi-fi.

Комплекс маркетинга гостиницы «Вояж» – это набор поддающихся контролю факторов маркетинга, используемых фирмой для достижения своих целей. Комплекс включает такие элементы, как: товар, цена товара, распространение товара и его продвижение, процесс и материальная среда.

Оценка комплекса маркетинга в гостинице гостиницы «Вояж».

Оценка продвижения маркетинга анализируется на основе комплекса маркетинга 7р. Исследование особенностей продвижения услуг гостиницы «Вояж».

В качестве целевой аудитории выбраны постоянные клиенты гостиницы Вояж. По данным компании их число превышает 1200 клиентов.

Расчет выборки проводился следующим образом. Вследствие отсутствия информации о вариации принимается наихудший случай 50:50. Решено использовать уровень доверительности, равный 95%, и точность результатов $\pm 10\%$. Тогда, используя формулу для расчета выборки, получим следующее [7, с. 57]:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2} = \frac{1,96^2 (50 \times 50)}{10^2} = 96 \quad (1)$$

где n – объем выборки;

Z – нормированное отклонение, определяемое исходя из выбранного уровня доверительности (таблица 1);

p – найденная вариация для выборки;

$q = (100-p)$;

e – допустимая ошибка (уровень точности).

$\alpha, \%$	60	70	80	85	90	95	97	99	99,7
z	0,84	1,03	1,29	1,44	1,65	1,96	2,18	2,58	3,0

Таблица 1. Значение нормированного отклонения оценки (z) от среднего значения в зависимости от доверительной вероятности (α) полученного результата.

Но так объем выборки превышает пять процентов от совокупности, то объем выборки в данном случае определяется следующим образом:

$$n' = n \times \sqrt{\frac{N-n}{N-1}} = 96 \times \sqrt{\frac{1200-96}{1199}} = 95,9 \quad (2)$$

где n' – объем выборки для малой совокупности;

n – объем выборки (или для процентных мер, или для средних), рассчитанный по приведенной выше формулы;

N – объем генеральной совокупности.

Анкетирование проходило с помощью рассылки электронной почтой.

В исследовании приняли участие 100 человек из них 62% женщин и 38% мужчин, в возрасте 20- 24 – 32%, 25-29 – 28%, 30-34 – 21% и 19% - 35-39 лет. Образование у респондентов высшее образование (54%) и средне-специальное образование (46%). Среднемесячный доход выше 15 000 рублей.

Результаты исследования показали, что частота посещения гостиницы высокая, так 68 % респондентов посетили данную гостиницу два раза и более в

год. На рисунке 1 представлены, факторы, которые наиболее привлекли респондентов, для выбора гостиницы как места проживания.

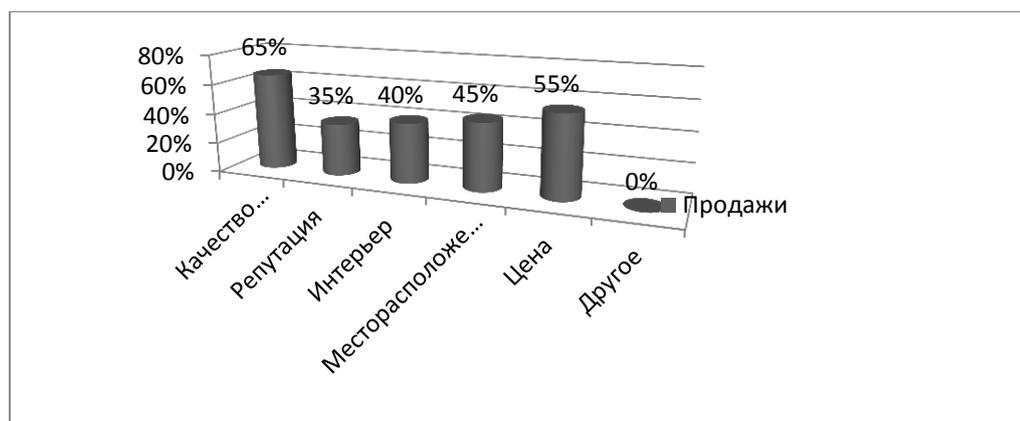


Рисунок 1. Критерии выбора гостиницы «Вояж» респондентами, в %.

В итоге выяснилось, что респонденты выбрали гостиницу потому, что здесь хорошее качество услуг и приемлемая цена на них, а также удобное месторасположение.

Результаты проведенного исследования помогли выяснить, насколько респонденты были удовлетворены качеством услуг и обслуживанием персонала в гостинице «Вояж». Выяснилось, что 45 % респондентов удовлетворены грамотностью речи и скоростью обслуживания сотрудников гостиницы, 67 % респондентов полностью удовлетворены обаянием, вежливостью и гостеприимством персонала гостиницы. 56 % респондентов полностью удовлетворены такой работой персонала гостиницы по таким направлениям как приветствие/прощание с гостем, регистрация, размещение в гостинице.

Таким образом, можно сказать, что респондентов устраивает качество обслуживания персонала данной гостиницы, также это подтверждается тем, что на 67 % респондентов оценивают качество предоставляемых услуг в целом, что им очень понравилось (см. рисунок 2).

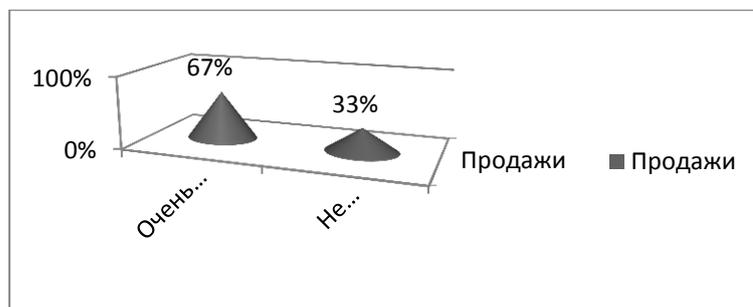


Рисунок 2. Оценка качества услуг гостиницы «Вояж», респондентами.

В ходе исследования респондентам, предлагалось оценить такие параметры как удобство месторасположения, внешний вид, режим работы, качество предоставляемых услуг, предлагаемые дополнительные услуги, цена, персонал, чистота помещений, по пяти бальной шкале.

В основном данные параметры были оценены респондентами на оценку «пять» – 62 % респондентов, только месторасположение гостиницы респонденты оценили на оценку «хорошо».

Результаты проведенного исследования показали, что большинство респондентов ответило, что да, они планируют обратиться к услугам, данной гостиницы еще раз, подробно результаты ответов представлены на рисунке 3.

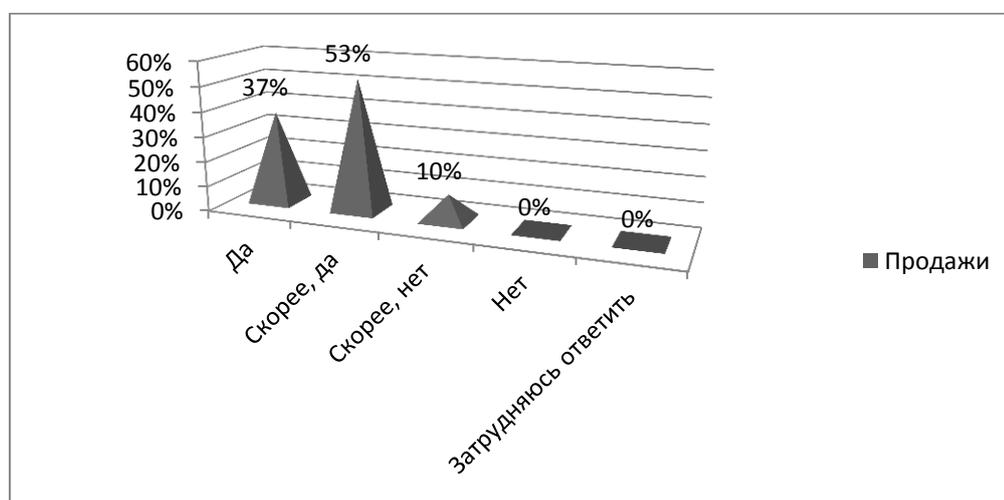


Рисунок 3. Результаты ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в дальнейшем обратиться к услугам данной гостинице?».

Данное исследование показало, что 72 % респондентов готовы посоветовать гостиницу «Вояж» своим родственникам для проживания, так как тут высокое качество услуг и приемлемые цены (53 %).

Второй блок анкеты помог оценить эффективность способов продвижения гостиницы «Вояж».

В результате анализа показали, что респонденты о гостиницах узнают из рекламы в интернете (60%) и реклама в точках продажи (45%).

Из анализа полученных данных в процессе исследования выяснилось, что респонденты осведомлены о гостинице «Вояж», так считают 60% респондентов и узнали о ней из таких источников информации как интернет – 40%, телевидение – 30%, но 45% респондентов вообще не видели рекламу данной гостиницы и не знают о ней. Это говорит о том, что основными средствами продвижения являются реклама в интернете и на телевидении, но нужно повысить узнаваемость среди потребителей, подробно результаты исследования представлены на рисунке 4.

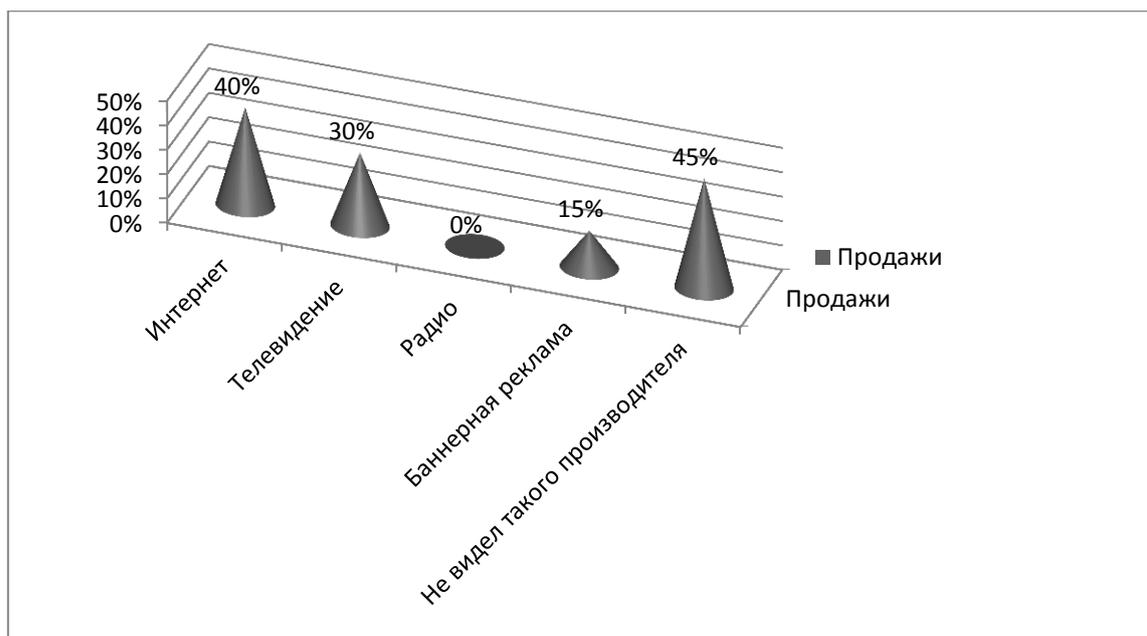


Рисунок 4. Источники информации о гостиницы «Вояж», в %.

В процессе исследования выяснилось, что 40% респондентов ответили, что да им знакома реклама гостиницы «Вояж» и реклама оказала на них положительное впечатление, реклама была яркая и запоминающаяся, но 58% респондентов практически не слышали данную рекламу, это является отрицательным моментом.

Респондентам предлагалось оценить уровень рекламных мероприятий гостиницы «Вояж» по 5-балльной шкале по таким критериям как узнаваемость, запоминаемость, убедительность. Подробно результаты данной оценке представлены на рисунке 5.

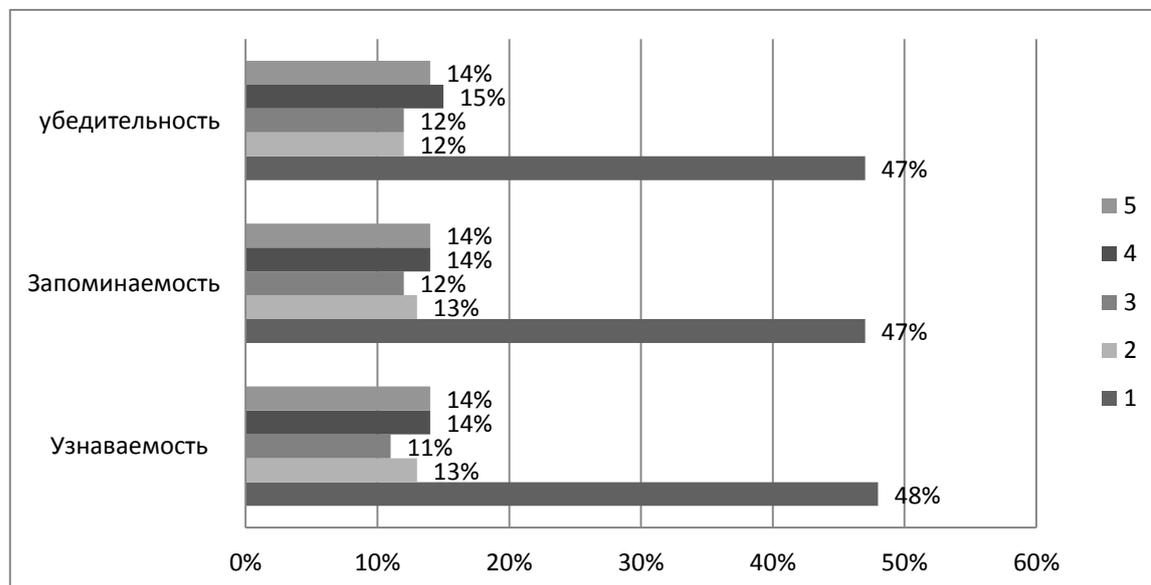


Рисунок 5. Уровень рекламных мероприятий гостиницы «Вояж», в %.

14% респондентов, считают рекламная компания узнаваема, 14% запоминающая, 14% - убедительная. В целом можно сказать, что у гостиницы «Вояж» слабая рекламная компания молочных продуктов, так 48% респондентов считают, что рекламные мероприятия не узнаваемы и по 47% считают, что не убедительны и не запоминаемы.

Из проведённого исследования выяснилось, что сайтом компании гостиницы «Вояж», респонденты пользуются, но редко – 45%. Тем, кто пользуется предлагалось оценить уровень рекламных мероприятий в гостиницы «Вояж» по 5 - ой шкале. В итоге можно сказать, что респонденты оценили на оценку «4» - 25%. Что говорит о том, что уровень рекламных мероприятий в интернете гостиницы «Вояж» хороший и сайт и производит положительное впечатление – 55%. Наглядно полученные результаты, представлены на рисунке 6.

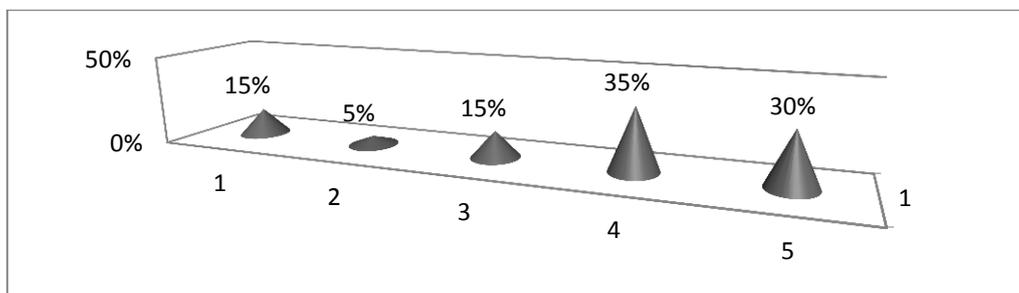


Рисунок 6. Уровень рекламных мероприятий гостиницы «Вояж» в интернете, в %.

Таким образом, по результатам проведенного исследования можно сказать, что частота посещения гостиницы высокая, так 68 % респондентов посетили данную гостиницу два раза и более в год, выбрали гостиницу потому, что здесь хорошее качество услуг и приемлемая цена на них, а также удобное месторасположение. Респондентов устраивает качество обслуживания персонала данной гостиницы, также это подтверждается тем, что на 67 % респондентов оценивают качество предоставляемых услуг в целом, что им очень понравилось

Основными инструментами гостиницы «Вояж» является печатная реклама, видео и аудиореклама, интернет – реклама и программа лояльности. В результате опроса потребителей выяснилось, что 58% респондентов практически не слышали рекламу гостиницы Вояж, редко пользуются сайтом компании и не знают о существовании группы в соц. сетях.

Товаром любой гостиницы являются услуги. Гостиница Вояж предлагает размещение в номерах различных уровней комфортности, предоставляя уникальное сочетание стоимости и качества предоставляемых услуг. Основные услуги гостиницы Вояж: бизнес услуги – это проведение бизнес – конференций в конференц –зал, ресторан и сауна, комфортные номера, размещение туристов, бесплатная парковка, трансфер, визовая поддержка, банкеты и свадьбы, Wi-fi.

Цена услуг является одним из главных элементов комплекса маркетинга. Она зависит от категории номера. Стоимость номеров от 4000 до 6400. В гостинице «Вояж» используется такой метод ценообразования как «Затраты-плюс». Метод ценообразования, который заключается в добавлении на затраты

определенного процента с целью получения прибыли после покрытия затрат на создание продукта и его представления на рынок.

Продвижение. Большое значение в продвижении товара играет коммуникационная политика, которая включает в себя совокупность средств продвижения товара на рынок. К средствам продвижения относятся: публич- рилейшнз (PR)- связи с общественностью, реклама, стимулирование сбыта, специализированные выставки, персональные продажи. В 2018 г. гостиница «Вояж» потратило на проведение рекламной компании 523700 руб.

Сбытовая деятельность гостиницы использует прямую и агентскую продажу, через посредников турфирм.

Гостиница Вояж использует следующие элементы в сбытовой политике:

1. Главный элемент прямой контакт, когда менеджер гостиницы непосредственно общается с клиентом, показывает ему каталоги с номерами и дополнительными услугами.

2. Распространение рекламных буклетов. Гостиница заказывает печатную продукцию в типографии и нанимает промоутеров. Как правило, они раздают рекламную продукцию на улице, оставляют в различных общественных заведениях.

3. Стимулирование продаж, использование скидок: постоянным клиентам, молодоженам подарки, бесплатное такси.

Также у гостиницы существует свой сайт в Интернете <http://voyagerpenza.ru/>. На сайте также есть возможность заказа и бронирования номеров. Цены, описание номеров, условия заключения бронирования, документы необходимые для получения брони.

Процесс обслуживания гостей в гостинице можно представить в виде следующих этапов: предварительный заказ мест в гостинице (бронирование); прием, регистрация и размещение гостей; предоставление услуг проживания и питания (уборка номера); предоставление дополнительных услуг проживающим; окончательный расчет и оформление выезда.

Определяющим фактором эффективного управления отелем является постановка вопроса о налаживании бизнес-процессов и улучшении показателей деятельности за счет внутренних ресурсов управления. Пожалуй, основной задачей здесь является разработка и внедрение стандартов обслуживания в работу персонала гостиницы. Обслуживание в гостинице отличается высококлассным сервисом, персонал постоянно проходит дополнительное обучение.

Работа персонала гостиницы дифференцирована. В коллективе наблюдается хорошая производственная атмосфера, создан благоприятный климат для работы, коллектив достаточно дружен. Создание для рабочих и служащих благоприятного климата для работы делает возможным более высокий уровень трудовой активности, который, будучи правильно организован, стимулирует высокую трудовую активность каждого и отражается на качестве обслуживания в целом.

Материальное свидетельство. У компании размешены почетные грамоты и благодарности. А также гостиница собирает отзывы клиентов и знаменитостей РФ, которые отдыхали в гостинице.

В ходе исследования стало ясно, что в сфере гостиничных предприятий, в частности, в гостиницы «Вояж», маркетинг еще не используется в полной мере, не создаются хорошие маркетинговые службы, не поддерживаются маркетинговые приемы. Чтобы избежать многих проблем, а именно снизить степень возможного риска, необходимо использовать в гостиницы «Вояж» маркетинговые концепции. Следует организовывать целые маркетинговые службы с квалифицированным штатом, который будет заниматься стратегией улучшения деятельности предприятия, проводить маркетинговые исследования, разрабатывать мероприятия по стимулированию продаж, наиболее приемлемые для данного предприятия, находить наиболее выгодные каналы сбыта, заниматься рекламными кампаниями, PR и формированием фирменного стиля.

Очень важно осуществлять маркетинговое планирование.

Под маркетинговым планированием подразумевается политика и стратегия предприятия в области разработки, установления цены, реализации продукции и услуг, которые рассматриваются и решаются только в комплексе, поскольку они неразрывно связаны между собой и служат для потребителя «образом» услуги. Маркетинговое планирование помогает координировать торговую политику, правильно осуществлять тактику продаж и получать прибыль. Основной функцией маркетинга является целенаправленное воздействие на формирование рекреационных потребностей, спроса, монопольных и коммерческих цен, сегментации рынка, а также на развитие ассортимента гостиничных услуг [4, с. 128].

Стратегия маркетинга гостиницы «Вояж» основывается на рекламе, производстве и продвижении товара. Роль маркетолога в гостиницы «Вояж» состоит в том, чтобы, проанализировав все требования рынка, преподнести их топ - менеджерам так, чтобы последние смогли разработать стратегию, посредством которой можно удовлетворить все эти требования.

В рамках совершенствования ассортиментной политики, нужно провести мероприятия по расширению услуг гостиницы. В связи с этим, предлагается внедрение нового направления – это организация экскурсий для клиентов.

В гостинице «Вояж» недостаточное внимание уделяется вопросам применения маркетинговых подходов в ценовой политики. В настоящее время цены устанавливаются только на основании использования методов «средние издержки + прибыль» (при этом средняя наценка составляет от 30 до 200%) и «метод конкурентного паритета». Существенным недостатком данного метода является то, что практически не учитывается и не исследуется тенденция покупательского спроса и покупательской способности населения.

Предлагается совершенствовать сбытовую политику путем введения дополнительных бонусов для клиентов.

1. Накопительные скидки для клиентов - предлагается предоставлять накопительные скидки постоянным клиентам.

2. Супербонус каждому сотому клиенту - программа «Супербонус» предполагает введение фиксированной скидки для каждого сотого клиента. Дисконт будет составлять 10% стоимости путевки.

Для совершенствования коммуникационной политики, можно предложить разработку мероприятий по совершенствованию рекламной деятельности.

Предложим следующие виды рекламы:

1. Мероприятия PR. Задачи PR, так же, как и всех составляющих комплекса стимулирования должны вытекать из задач маркетинга. Задача маркетинга – расширение круга новой клиентуры [5, с. 18].

Возможные к использованию средства PR:

– Организация мероприятия в городе – отличный способ напомнить о себе и своих возможностях.

- Реализация новых проектов

2. Проведение маркетинговых исследований перед запуском рекламной компании;

3. Разработка сувенирной продукции – это могут быть ручки, блокноты, брелки, флешки и т.д. [6, с.123-126];

4. Рекламы в СМИ как с самой представительной, общеизвестной и доступной. Составим план рекламной компании в СМИ (таблица 2)

Мероприятия	Срок исполнения	Бюджет	Ответственные лица
Реклама в газете Телесемь	3 месяца	35 000	менеджер по рекламе
Реклама на телевидении (11 канал)	3-5 месяцев	100 000	Менеджер по рекламе
Реклама на радио (Авто радио и русское радио)	3 месяца	45000	Менеджер по рекламе
Итого		180 000	

Таблица 2. План рекламной компании в СМИ.

5. реклама в интернете, поисковое продвижение Интернет –проектов и реклама в Интернете. Самое весомое отличие данного вида рекламы – отсутствие эффекта «навязчивости».

6. Наружная реклама. Можно разработать рекламный щит и рекламу на транспорте.

Таким образом, в результате анализа особенностей продвижения услуг гостиницы «Вояж», выяснилось частота посещения гостиницы высокая, выбрали гостиницу «Вояж» потому, что здесь хорошее качество услуг и приемлемая цена на них, а также удобное месторасположение. Респондентов устраивает качество обслуживания персонала данной гостиницы, также это подтверждается тем, что на 67 % респондентов оценивают качество предоставляемых услуг в целом, что им очень понравилось. Основными инструментами гостиницы «Вояж» является печатная реклама, видео и аудиореклама, интернет – реклама и программа лояльности. В результате опроса потребителей выяснилось, что 58% респондентов практически не слышали рекламу гостиницы Вояж, редко пользуются сайтом компании и не знают о существовании группы в соц. сетях.

В рамках совершенствования комплекса маркетинга гостиницы «Вояж», предлагаются мероприятия по направлениям: ассортимент – внедрение новой услуги организация экскурсий для гостей. В рамках совершенствования ценовой политике нужно группировку скидок следующим образом: вводная, количественная, сезонная, пакетная, семейная, постоянным клиентам. Предлагается совершенствовать сбытовую политику путем введения дополнительных бонусов для клиентов. В рамках совершенствования политики продвижения предлагается, проводить мероприятия PR, маркетинговые исследования перед запуском рекламной компании, разработка сувенирной продукции, рекламы в СМИ, реклама в интернете, поисковое продвижение, наружная реклама.

Библиографический список:

1. Алексунин В. А. Маркетинг [Текст]: Учеб. для средн. проф. образования / В. А. Алексунин, М.: Дашков и К, 2014. – 200 с.
2. Голубкова Е. Н. Международный маркетинг [Текст]: учебно-методическое пособие / Е. Н. Голубкова, М. Э. Сейфуллаева. – М.: Дело и Сервис, 2014. – 256 с.
3. Дубровин И. А. Маркетинговые коммуникации [Текст]: Учебник / И. А. Дубровин. – М.: Дашков и К, 2014. – 580 с.
4. Капран В. И. Психология и разработка рекламной продукции [Текст]: Учеб. пособие для вузов / В. И. Капран. – М.: Академия, 2013. – 240 с.
5. Кузьмина Е. Е. Планирование маркетинга [Текст]: Учеб. пособие для вузов / Е. Е. Кузьмина, Н. М. Шаляпина. – Ростов н/Д: Феникс, 2012. – 367 с.
6. Малышев А. А., Толоконцева Т. А. Формирование маркетингового механизма управления охраной окружающей среды в Пензенском регионе // Проблемы региональной экологии. 2013. № 6. С. 123-126.
7. Ядов В. А. Социологическое исследование: методология, программа, методы [Текст]: / В. А. Ядов. – 2-е изд. – М., 2007. – 338с.

Сидельникова Галина Петровна, преподаватель,

ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет, им. Н.П. Огарёва», г. Саранск

E-mail: Sergushinaes@yandex.ru

Понеева Ольга Александровна, студентка факультета довузовской

подготовки и среднего профессионального образования ФГБОУ ВО

«Национальный исследовательский Мордовский государственный

университет, им. Н.П. Огарёва», г. Саранск

E-mail: Sergushinaes@yandex.ru

ОТРАЖЕНИЕ ФОРМИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ В БУХГАЛТЕСКОМ УЧЕТЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СУБЪЕКТА

Аннотация: Статья посвящена рассмотрению организации бухгалтерского учета и формирования прибыли экономического субъекта, также приводится описание, в чём состоит прибыль экономического субъекта, и какие особенности она отражает.

Ключевые слова: прибыль, финансовый результат, доход, расход, бухгалтерский учет, выручка.

Abstract: the Article is devoted to the organization of accounting and the formation of profit of an economic entity, also provides a description of what is the profit of an economic entity and what features it reflects.

Keywords: profit, financial result, income, expense, accounting, revenue.

В условиях рыночных отношений основой экономического развития является прибыль как важнейший показатель эффективности работы предприятия, а также источник его жизнедеятельности.

Шотландский экономист Адам Смит дал определение прибыли, как разница между стоимостью товара и издержками труда и капитала в производстве [1; 3]. В современном финансово-кредитном словаре значение прибыли трактуется, как итоговый показатель работы организации, в котором реализуется главная цель предпринимательской деятельности, выступает в качестве главного критерия эффективности производства. Если рассматривать с точки зрения Налогового Кодекса, то прибыль – это полученные доходы, уменьшенные на величину произведенных расходов [2; 5].

Бухгалтерский учет финансовых результатов в экономическом субъекте осуществляется в соответствии с российскими стандартами бухгалтерской отчетности и принятой в организации учетной политикой [4]. Экономический субъект основной целью имеет получение прибыли, при этом чтобы вывести финансовый результат, необходимо грамотно организовать правильное ведение бухгалтерского учета доходов и расходов организации [6].

Бухгалтерский учет доходов и расходов организации регулируется Положением по бухгалтерскому учету «Доходы организации» (ПБУ 9/99) и Положением по бухгалтерскому учету «Расходы организации» (ПБУ 10/99).

В учете формирование прибыли экономического субъекта происходит по следующей схеме:

Счет 90 «Продажи» предназначен для обобщения информации о доходах и расходах, связанных с обычными видами деятельности организации, а также для определения финансового результата по ним. На этом счете отражаются в частности, выручка и себестоимость по:

- готовой продукции и полуфабрикатам собственного производства;
- работам и услугам промышленного характера;
- проектно-изыскательным и научно-исследовательским и тому подобным работам;
- услугам по перевозке грузов.

По кредиту данного счета открываются следующие субсчета:

1- Выручка;

- 2- Себестоимость;
- 3- Налог на добавленную стоимость;
- 4- Акцизы;
- 9- Прибыль (убыток) от продажи.

По окончании отчетного периода сопоставляются итоги оборотов по счету 90 «Продажи» и выявляется прибыль (убыток), который отражается следующими бухгалтерскими проводками:

- 1) Дебет 90/9 Кредит 99 – на сумму прибыли;
- 2) Дебет 99 Кредит 90/9 – на сумму убытка.

Счет 91 «Прочие доходы и расходы» предназначен для обобщения информации о прочих доходах и расходах отчетного периода. По кредиту счета 91 в течении отчетного периода отражаются все поступления и доходы, относящиеся к прочим. По дебету счета 91 в течении отчетного периода отражаются все расходы, затраты и убытки, относящиеся к операционным, или внереализационным [7].

К счету 91 «Прочие доходы и расходы» открываются субсчета:

- 1 - Прочие доходы (на данном субсчете учитываются поступления активов, признаваемые прочими доходами);
- 2 - Прочие расходы (учитываются прочие расходы);
- 9 - Сальдо прочих доходов и расходов (предназначен для выявления сальдо прочих доходов и расходов за отчетный месяц).

Записи по субсчетам 91-1 и 91-2 производятся накопительно в течение отчетного года. Ежемесячно сопоставляется дебетовый оборот по субсчету 91-2 и кредитовый оборот по субсчету 91-1 и определяет сальдо прочих доходов и расходов за отчетный месяц. Это сальдо ежемесячно списывается с субсчета 91-9 на счет 99 «Прибыли и убытки»:

- Дебет 91-9 Кредит 99 – прибыль;
- Дебет 99 Кредит 91-9 – убыток.

Таким образом, синтетический счет 91 сальдо на отчетную дату не имеет.

По окончании отчетного года все субсчета, открытые к счету 91 (кроме

субсчета 91-9) закрываются внутренними записями на субсчет 91-9:

Дебет 91-1 Кредит 91-9;

Дебет 91-9 Кредит 91-2.

Финансовый результат формируется накопительным методом в течение отчетного года на счете 99 «Прибыли и убытки». По кредиту данного счета отражается прибыль организации (предприятия), а по дебету – убыток [8].

В бухгалтерском учете на счете 99 «Прибыли и убытки» в течение отчетного периода отражаются:

– прибыль, или убыток от обычных видов деятельности - в корреспонденции со счетом 90 «Продажи»;

– сальдо прочих доходов и расходов за отчетный месяц - в корреспонденции со счетом 91 «Прочие доходы и расходы»;

– потери, расходы и доходы в связи с чрезвычайными обстоятельствами хозяйственной деятельности (стихийное бедствие, пожар, авария, национализация и т.п.) - в корреспонденции со счетами учета материальных ценностей, расчетов с персоналом по оплате труда, денежных средств и т.п.;

– суммы начисленного условного расхода по налогу на прибыль, постоянных обязательств и платежи по перерасчетам по этому налогу из фактической прибыли, а также суммы причитающихся налоговых санкций - в корреспонденции со счетом 68 «Расчеты по налогам и сборам».

В бухгалтерском учете выделяют четыре вида прибыли:

– операционная;

– от прочих операций;

– чистая;

– нераспределенная.

Операционная прибыль определяется как положительная разница между кредитовым и дебетовым оборотом по счету 90, которая в конце месяца переносится на счет 99:

Дт 90-9 Кт 99.

Прибыль от прочих операций формируется в том же порядке, что и операционная. Только суммы для расчета берутся со счета 91:

Дт 91-9 Кт 99.

Чистая прибыль рассчитывается с ежемесячной периодичностью после закрытия сальдо между кредитовыми и дебетовыми оборотами по счету 90 и счету 91 и начисления налога на прибыль:

Дт 68 Кт 99.

Формирование нераспределенной прибыли проводится один раз в год при списании образовавшегося на конец года остатка по счету 99 на счет 84:

Дт 99 Кт 84.

В процессе формирования прибыли используются также экономические показатели, такие как:

- 1) Валовая прибыль – это разница между выручкой организации (предприятия) от продажи товаров и затратами на их производство;
- 2) Прибыль от продаж – это разность между валовой прибылью и суммой коммерческих и управленческих расходов, также она характеризует абсолютную экономическую эффективность основной деятельности организации (предприятия);
- 3) Прибыль до налогообложения – это финансовый результат от операционной, инвестиционной, и финансовой деятельности отчетного периода на основании бухгалтерского учета всех хозяйственных операций;
- 4) Налогооблагаемая прибыль – это величина прибыли (убытка) за период, которая рассчитывается в соответствии с правилами налогообложения для целей определения налога на прибыль, подлежащего к уплате. При этом налогооблагаемая прибыль умножается на ставку налога на прибыль, которая установлена в соответствии с налоговым законодательством и действует в отчетном периоде [9].

В условиях рыночных отношений субъект хозяйствования должен стремиться если не к получению максимальной величины прибыли, то к той величине прибыли, которая обеспечит динамичное развитие производства в

условиях конкуренции [10]. Значение прибыли состоит в том, что она отражает конечный финансовый результат деятельности организации, который представляет собой итог финансово-хозяйственной деятельности организации, формируемый в денежной форме за отчетный год. Таким образом, грамотная организация бухгалтерского учета формирования прибыли является одним из ключевых аспектов к эффективному функционированию и успешной работе предприятия, что в свою очередь позволит получить желаемую прибыль.

Библиографический список:

1. Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» - ПБУ 9/99. Утверждено приказом Минфина РФ от 06.05.1999 г. № 32н (с изм. и доп. От 06.04.2015 г. №57н).
2. Бувальцова, С. С. Проблемы и перспективы развития планирования и оптимизации прибыли предприятия в современных условиях развития экономики / С. С. Бувальцова // Новая наука: Опыт, традиции, инновации. 2016. - 33 с.
3. Лаврушин, О. И. Экономика и бухгалтерский учет в бюджетных учреждениях / О. И. Лаврушин, О. Н. Афанасьева. - М.: КноРус, 2013. - 192 с.
4. Островская, О. Л. Бухгалтерский финансовый учет: Учебник и практикум для прикладного бакалавриата / О. Л. Островская, Л. Л. Покровская, М. А. Осипов. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 394 с.
5. Трофимова, Т. И. Бухгалтерский финансовый учет / Т. И. Трофимова. - М.: КноРус, 2013. - 672 с.
6. Пиксайкина А. А. Формализация процессов товародвижения на предприятии / А. А. Пиксайкина, Е. С. Пашуткина // Актуальные вопросы архитектуры и строительства: материалы 13-ой международной научно-технической конференции / Отв. ред. В.Т. Ерофеев. – Саранск: Изд-во Мордовского университета, 2014. – С. 270-272.

7. Сергушина Е. С., Доронина Т. А., Школовая А. Ю. Специфика бухгалтерского и налогового учета на предприятиях строительной индустрии // Инновационное развитие. - 2018. - №2 (19). - С. 46-48.

8. Сергушина Е. С. Применение интерактивных методов обучения при изучении дисциплины «Налоги и налогообложение» // Материалы XX научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и студентов Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарёва в 3-х частях. Составитель А. В. Столяров, ответственный за выпуск П. В. Сенин. - Саранск: Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва, 2016. - С. 160-163.

9. Фадеева В. В., Сергушина Е. С., Кичкина А. П. Роль инфляционных ожиданий в борьбе с инфляцией // E-Scio. - 2018. - №4 (19). - С. 186-190.

10. Сергушина Е. С., Фролова Н. А. Организация бухгалтерского учёта в бюджетных учреждениях российской федерации // Студенческий меридиан среднего профессионального образования в вузе. - Саранск: Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва, 2017. - С. 63-68.

Соловьева Наталья Викторовна, старший преподаватель кафедры физической культуры Петрозаводского государственного университета,
г. Петрозаводск,
e - mail: natalya-soloveva@mail.ru

Синякова Светлана Ивановна, старший преподаватель кафедры физической культуры Петрозаводского государственного университета,
г. Петрозаводск

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ В ВОДЕ СО СТУДЕНТАМИ ЭЛЕКТИВНОГО НАПРАВЛЕНИЯ «АКВААЭРОБИКА»

Аннотация: В данной статье приведены методические рекомендации к учебным практическим занятиям на элективном направлении «Фитнес», где одним из разделов учебной программы подготовки студентов является «Аквааэробика». Конкретно рассмотрим краткое содержание данного раздела, его цель и задачи, обозначим содержание практических занятий и методику развития физических качеств у обучающихся.

Ключевые слова: фитнес, учебные занятия, физические качества, аквааэробика, силовая выносливость.

Annotation: This article provides guidelines for educational practical exercises in the elective area "Fitness", where one of the sections of the curriculum for training students is "Aqua aerobics". We will specifically consider a brief content of this section, its purpose and tasks, we will designate the content of practical exercises and the method of developing physical qualities in students.

Keywords: fitness, training sessions, physical qualities, aqua aerobics, strength endurance.

В 2016 году в Петрозаводском государственном университете был осуществлён переход на ФГОС ВО, где дисциплина «Физическая культура и спорт» представлена в первом семестре в объёме 72 часа и элективными направлениями (по выбору) данной дисциплины со второго по шестой семестры в объёме 328 часов практических занятий.

В данной статье остановимся на элективном направлении «Фитнес», где одним из разделов учебной программы подготовки студентов является «Аквааэробика». Конкретно рассмотрим краткое содержание данного направления, его цель и задачи, обозначим содержание практических занятий и методику развития физических качеств обучающихся на данном направлении.

Основным содержанием дисциплины «Физическая культура и спорт» является раздел общей физической подготовки, где на практических занятиях обучающиеся работают над развитием физических качеств, таких как выносливость, сила, гибкость, координация, изучают средства и методы физической культуры для использования их в дальнейшем в своей профессиональной деятельности. Планируя учебно-тренировочные занятия в разделе «Аквааэробика» стараемся реализовать поставленные задачи, одновременно внося разнообразие в процесс обучения, добавляя специальные умения и навыки, приобретаемые на практических занятиях данного направления.

Занятия в водной среде уникальны и во многом отличаются от учебно-тренировочных занятий на суше. Поэтому планируя нагрузку, мы учитываем действия воды, её свойства и особенности. Основными свойствами водной среды, которые действуют на занимающихся являются: гидростатическое давление, выталкивающая сила и сопротивление [2].

Первое свойство воды – гидростатическое давление. Давление, возникающее при погружении в воду. Благодаря этому давлению мышцы расслабляются, улучшается кровообращение, вследствие чего снижается частота сердечных сокращений. Активизируется работа почек, что ведет к

уменьшению избыточной жидкости в организме, усиливается ток лимфы. Гидростатическое давление стимулирует более полноценное снабжение печени молочной кислотой, что позволяет избежать болевых ощущений в мышцах после выполнения силовых упражнений; оказывает эффект массажа, что снижает мышечное напряжение и расслабляет тело [1].

Ещё одна сила, которая проявляется при погружении в воду - сила выталкивания. При погружении тела в воду действие этой силы снижается прямо пропорционально глубине погружения. Известно, что при погружении тела до уровня груди сила гравитации снижается примерно на 80%. В результате этого воздействия снижается нагрузка на опорно-двигательный аппарат, суставы и сердечно-сосудистую систему. Всё это делает занятия в воде более безопасными, ускоряет реабилитацию. Можно выполнять различные упражнения, бег, прыжки, подскоки без риска получить травму. Если правильно использовать силу выталкивания, то можно добиться значительного улучшения подвижности и гибкости суставов [3].

Третья сила воды заключается в сопротивлении. Вода оказывает три типа сопротивления: лобовое, вихревое и вязкое. Каждое из этих сопротивлений по-разному действует на тело, и, находясь в воде, человек подвергается одновременному воздействию всех трёх типов. Преодолевая сопротивление воды, занимающийся прикладывает определённые усилия, что позволяет работать над развитием мышечной и сердечно-сосудистой системами организма.

Зная свойства воды, можно существенно увеличивать или снижать уровень нагрузки при занятиях в воде. Так, например, чтобы увеличить нагрузку нужно:

- жёстко работать с сопротивлением воды;
- увеличить амплитуду движений;
- использовать упражнения с быстрой сменой направления движения, увеличить темп;
- заниматься в прохладной воде;

- использовать дополнительное оборудование.

Помогают регулировать выталкивающую силу и плавучесть такие действия, как:

- изменение положения тела: горизонтально, вертикально, на боку;
- изменение длины рычага верхних и нижних конечностей. Например – отведение и приведение руки и ноги, выпрямление и сгибание их в суставах (чем больше угол отведения и прямее рука или нога, тем плавучесть больше, особенно у поверхности воды);
- применение средств, поддерживающих тело на воде: плавательные доски, пояса, нудлсы и т.д.;
- глубина погружения.

Работая над поставленными задачами данного направления учебной программы планируем виды занятий по «аквааэробике» в течение семестра с учётом материальной возможности и наполняемости групп. Практические занятия проводим в плавательном бассейне в соответствии с учебным планом, что соответствует двум занятиям в неделю продолжительностью 1 часу 30 мин, где время пребывания в воде составляет около 1 часа.

Как мы уже отмечали, приоритетными задачами на занятиях «аквааэробикой» является развитие физических качеств, таких как выносливость, сила, силовая выносливость и гибкость.

Остановимся конкретно на таком качестве, как силовая выносливость. Работая в данном направлении, используем свойства воды и дополнительное оборудование (гантели, нудлсы, плавательные доски) для увеличения сопротивления и прилагаемого усилия. Выполняем упражнения с большой амплитудой, в среднем темпе и с максимальным усилием.

Оптимальное количество повторений для проработки основных мышечных групп:

- мышцы ног – 20-25 повторений;
- ягодичные мышцы – 25-30 повторений;
- мышцы брюшного пресса – 25-30 повторений;

мышцы спины – 15-20 повторений;

мышцы плечевого пояса – 10-15 повторений.

Приведём пример подбора упражнений для различных мышечных групп.

Для проработки грудных мышц выполняются приведения рук (плеча) в горизонтальной плоскости перед собой (обратный «басс», руки «ножницы», жимы вперед). Используется жёсткая работа с сопротивлением воды, ладонь раскрывается, кисть держится твёрдо. Добавляется оборудование – гантели, нудлсы. Дельтовидные мышцы прорабатываются отведением плеча (до уровня поверхности воды), вращением рук, подъемом рук вперёд-вверх, сгибанием плеча. Над мышцами бицепса работаем сгибанием рук в локтевом суставе, трицепса – разгибанием локтя.

Для проработки передней поверхности бедра выполняются сгибания бедёр, махи ногами вперёд, разгибание голени. Задней поверхности бедра – разгибание бедра, упражнение «велосипед» в разных исходных положениях с усиленным давлением вниз, захлёсты голени (стоя, сидя). Работая над мышцами внешней поверхностью бедра – упражнения на отведение бедра (вертикально, сидя, лёжа), махи в сторону, «джампинг джек», круги во внутрь. Внутренняя поверхность бедра – приведение бедра, «басс» ногами (сидя, вертикально, лёжа), упражнение «ножницы» в разных положениях, «джампинг джек», круги ногами во внутрь. Ягодичные мышцы: разгибание, переразгибание бедра, «велосипед» с большой амплитудой, махи назад.

В водной среде можно прекрасно укрепить мышцы брюшного пресса. Прямая мышца живота: выполняются различные варианты прямого скручивания, складки, перекаты грудь – спина. Косые мышцы живота: перекаты с боку на бок, боковые скручивания, упражнение «циркуль».

Составляя комплексы из основных упражнений, задействуя для работы определённые группы мышц, меняя исходные положения и оборудование стараемся поддерживать формат силового занятия на протяжении нужного периода времени. Обязательно данную работу проводим после предварительной разминки (если вода холодная, то время разминки

сокращаем), в конце занятия выполняем упражнения на растягивание и расслабление.

Библиографический список:

1. Кристин А. Аквааэробика: полное руководство по подготовке. /А. Кристин; [пер. с англ. Е.В. Шафранова]. – Москва: Эксмо, 2012. – 232 с.: ил.
2. Осокина Т. И. Как научить детей плавать: пособие для воспитателя дет. сада. – 3-е изд. дораб. и доп. – Москва: просвещение, 1985. - 80 с., ил.
3. Киэлевяйнен, Л. М. Адаптивная физическая культура [Электронный ресурс] : частные методики : учебное электронное пособие для студентов / Л. М. Киэлевяйнен, Л. В. Егорова, Н. В. Соловьева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования Петрозаводский государственный университет. - Электронные текстовые данные (5,28 Мб). - Петрозаводск : Издательство ПетрГУ, 2016. - 1 электронный оптический диск (CD-R) : ил., цв. фот. ; 12 см ; в контейнере, 13,5x19 см. - Системные требования: РС, MAC с процессором Intel 1,3 ГГц и выше ; Windows ; MAC OSX ; 256 Мб ; разрешение экрана 800x600 и выше ; графический ускоритель (опционально) ; мышь или аналогичное устройство.

Колмыков Александр Николаевич, студент 3 курса направления подготовки

«Бизнес-информатика» экономического факультета

НИ МГУ им. Н.П. Огарёва, г. Саранск

e – mail: mail.kolmykov@gmail.com

ЦИФРОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ КАК КЛЮЧЕВОЕ УСЛОВИЕ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация: В статье рассмотрено значение цифровой грамотности населения и ее влияние на развитие цифровой экономики. Исследован зарубежный опыт её достижения на примере Эстонии. Проанализирована динамика цифровой грамотности по данным за последние несколько лет.

Ключевые слова: цифровая грамотность, цифровая экономика, РОЦИТ, цифровые технологии, Интернет.

Abstract: The article considers the importance of digital literacy and its impact on the development of the digital economy. The foreign experience of its achievement on the example of Estonia is investigated. The dynamics of digital literacy according to data for the last few years is analyzed.

Keywords: digital literacy, digital economy, ROCIT, digital technologies, Internet.

Сегодня внимание правительства России, главным образом, сосредоточено на целях и задачах для перехода на цифровую экономику. Особое значение этой категории вопросов уделил президент РФ на Петербургском международном экономическом форуме (ПМЭФ-2017), слоган которого обозначен так: "В поисках нового баланса в глобальной экономике". В своём сообщении президент отметил готовность программы развития цифровой

экономики. Речь идёт о существующих программах развития цифровой экономики в Российской Федерации до 2025 и 2035 годов. Отметив ключевое значение сферы информационных технологий, президент указал: "Мы намерены кратно увеличить выпуск специалистов в сфере цифровой экономики, а по сути нам предстоит решить более широкую задачу, задачу национального уровня - добиться всеобщей цифровой грамотности" [1].

Цифровая грамотность - набор знаний и умений, которые необходимы для безопасного и эффективного использования цифровых технологий и ресурсов Интернета. Данное определение дано региональной общественной организацией "Центр Интернет-технологий" (РОЦИТ) в рамках проекта "Цифровая грамотность". Изначально это понятие ввел американский писатель и журналист, инженер, Пол Гилстер в своей книге "Цифровая грамотность" еще в 1997 году. Рассматривая отечественный опыт и публикации, то рассматриваемое данное словосочетание крайне редко [2].

Анализируя программу «Развитие цифровой экономики в России до 2035 года», было установлено, что ключевое внимание направлению развития "цифровой грамотности" не уделяется. Отсюда следует, что вопрос развития компетентности населения в цифровой грамотности не получил должного внимания в программе, следовательно, это влечет риск возникновения проблемы неумения населения регулярно использовать информационные средства или цифровые технологии, которые будут функционировать к 2025 и 2035 годам [4].

Сформулированная проблема неграмотности населения в ИТ-сфере подтверждается опросами населения от ВЦИОМ и "Центра Интернет-технологий". Согласно собранным данным, на примере отказа населения от Интернета и от пользования мобильными устройствами, главными причинами цифрового аскетизма граждан РФ являются отсутствие денежных средств и отсутствие необходимых навыков и умений.

Рассматриваемая проблема также выделяется в работе Н. Д. Бермана. Автор статьи называет её острой, обосновывая тем, что "темпы

компьютеризации несколько опережают умения и навыки основной массы пользователей" [5].

В рассматриваемой предметной области положительным моментом можно отметить функционирование проекта "Цифровая грамотность", стартовавшего в 2015 году. Деятельность РОЦИТ в рамках этого проекта значительна: публикация просветительской информации об информационных технологиях, проведение ряда занятий для различных возрастных групп населения, реализация сотрудничества с администрациями регионов.

РОЦИТ выделяет три основные части, составляющие цифровую грамотность - цифровое потребление, цифровые компетенции, цифровая безопасность. Составляющие цифровой грамотности также подразделяются (таблица 1).

Цифровая грамотность		
Цифровое потребление	Цифровые компетенции	Цифровая безопасность
<i>использование интернет-услуг для работы и жизни:</i>	<i>навыки эффективного пользования технологиями:</i>	<i>основы безопасности в сети:</i>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Фиксированный интернет ▪ Мобильный интернет ▪ Цифровые устройства ▪ Интернет-СМИ ▪ Новости ▪ Социальные сети ▪ Госуслуги ▪ Телемедицина ▪ Облачные технологии 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Поиск информации ▪ Использование цифровых устройств ▪ Использование функционала социальных сетей ▪ Финансовые операции ▪ Онлайн-покупки ▪ Критическое восприятие информации ▪ Производство мультимедийного контента ▪ Синхронизация устройств 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Защита персональных данных ▪ Надежный пароль ▪ Легальный контент ▪ Культура поведения ▪ Репутация ▪ Этика ▪ Хранение информации ▪ Создание резервных копий

Таблица 1 - Цифровая грамотность и ее составляющие.

Проанализируем показатель цифровой грамотности и его динамику с момента ввода этого понятия в нашей стране - с 2015 года. Оценка этого

параметра реализуется в рамках одноименного проекта. При подсчете индекса цифровой грамотности учитывались 20 ключевых параметров, объединенных в 3 группы (цифровое потребление, цифровые компетенции, цифровая безопасность).

Положительная динамика роста интегрального показателя цифровой грамотности прослеживается в период с 2015 по 2017 г. согласно прозрачным данным РОЦИТ: в 2015 году индекс цифровой грамотности составлял - 4,79 из 10, в 2016 году - 5,42 из 10 (+6,3% за год), в 2017 году - 5,99 из 10 (+5,7% за год). Однако, в 2018 году РОЦИТ сообщает о резком снижении показателя цифровой грамотности россиян. На 2018 год показатель равен 4,52 из 10, (снижение на 14,7% за год). Это связано с тем, что в 2018 году население страны становится более вовлеченным в информационные процессы (например, количество россиян, пользующихся мобильным интернетом возросло на 16% за год), но исходя из развития ИТ-инфраструктуры, осознанность пользователей Интернета возросла вместе с уровнем критического мышления. Таким образом, российские пользователи оценивают свой уровень цифровой безопасности как низкий. Резкое снижение показателя цифровой безопасности определило внушительное падение цифровой грамотности в целом.

Анализируя компетентность населения в цифровом мире, важно отметить, что в России сформировался межпоколенческий информационный разрыв, созданный в 2005-2010 годах. Google отмечает, что в европейских странах такого явления не наблюдается. Оно обусловлено с развитием технологий и появлением открытого доступа к Интернет-сети в 2006-2007 г. в школах на основании проекта "Образование". Поскольку этот разрыв сохраняется по настоящее время, необходимо регулирование рассматриваемого вопроса с населением старшего возраста.

Проведем анализ зарубежного опыта в регулировании вопроса о цифровой грамотности. Успешный опыт можно рассмотреть на примере Эстонии. Высокий уровень цифровой грамотности населения позволил эстонским властям реализовать первыми в мире электронную перепись населения,

электронные выборы парламента, получать иностранцам цифровое гражданство. Одним из факторов успешной цифровой политики в Эстонии следует назвать стабильные и взвешенные инвестиции. Вне зависимости от политического положения, ежегодно в Эстонии выделяется 60 миллионов долларов на построение цифрового общества. Повышение цифровой грамотности и цифрового положения в стране в целом началось с 2000 года путем введения индивидуальных ID-карт для каждого гражданина. Все удобства, значительно упрощающие процедуры решения вопросов граждан и правительства, не только вынуждают, но и мотивируют эстонских граждан на повышение своей цифровой компетентности. Однако, не только инвестиции и мотивация определяют достижения цифрового положения Эстонии. К выигранным результатам важно отнести наличие в школах доступа в Интернет уже с конца 1990-х годов и предложенную фондом Tiigrihüpe методику обучения цифровой грамотности для дошкольников. Для старшего же поколения в 2009 году была реализована программа "Будь включенным", в рамках которой проводились занятия на всей территории страны и выделялись денежные средства на покупку компьютеров для людей пенсионного возраста. В настоящее время, благодаря высокому уровню цифровой грамотности населения Эстония называет себя цифровым государством. Это подтверждает и Всемирный банк, оценивающий эффективность государственного управления Эстонии выше ближайших соседей - России, Латвии и Литвы [3].

РОЦИТ в своих публикациях отмечает, что цифровое положение Европы не сильно отличается от российского кроме проанализированной выше Эстонии. Еврокомиссия заявляет о низком уровне цифровой компетентности у 32% населения Евросоюза и называют вопрос о цифровой грамотности населения общесоциальной проблемой. Проблема решается через реформирование образовательных программ на основе Европейской рамки ключевых компетенций (European Framework of Key Competences). В Европейскую рамку ключевых компетенций относят цифровую и ИКТ-грамотность к ключевым компетенциям наравне с коммуникацией на родном

языке, коммуникацией на иностранных языках, математической грамотностью, базовой научной и технологической грамотностью.

Таким образом, исходя из российского и зарубежного опыта, следует сделать вывод, что цифровые компетенции населения несут значительный вклад в реализацию программы развития цифровой экономики – через развитие таких составляющих у населения, как цифровое потребление, цифровые компетенции и цифровую безопасность. Вектор цифровой грамотности является ключевым условием развития цифровой экономики, способствует развитию цифровой готовности населения к внедрению инноваций.

Библиографический список:

1. Пленарное заседание Петербургского международного экономического форума. [Электронный ресурс] – URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/54667>.

2. Цифровая грамотность [Электронный ресурс] – URL: - <http://цифроваяграмотность.рф>.

3. Эстония – самое продвинутое цифровое государство Европы [Электронный ресурс] – URL: - <http://under35.me/2018/04/estonia-electronic-residence/>.

4. Развитие цифровой экономики в России. Программа до 2035 года. [Электронный ресурс] – URL: - <http://innclub.info/wp-content/uploads/2017/05/strategy.pdf>.

5. Берман Н. Д. К вопросу о цифровой грамотности // СИСП. 2017. №6-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-tsifrovoy-gramotnosti> (дата обращения: 04.02.2018).

Прокин Александр Александрович, преподаватель,

ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва», г. Саранск

Баландин Илья Андреевич, студент ФДО и СПО ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П.

Огарёва», г. Саранск

E-mail: Sergushinaes@yandex.ru

КАЖДЫЙ МОЖЕТ СТАТЬ ПРОГРАММИСТОМ

Аннотация: В данной статье были рассмотрены вопросы становления программистом, требования к программистам, а также рассмотрены основные ошибки начинающих программистов.

Ключевые слова: программист, новичок, требования, ошибки.

Abstract: In this article questions of programmer formation, programmer requirements were considered. Except of this, basic mistakes of beginning programmers are considered too.

Key words: programmer, beginner, requirements, mistakes.

Всех айтишников спрашивают, кем нужно быть, чтобы стать программистом? Стать программистом может каждый, нужно лишь развивать в себе некоторые качества. Их минимум два: умение анализировать и думать. Образование неважно, но обладание техническим складом ума упростит процесс становления программистом [1].

Знание математики и значимость этих знаний зависит от области работы в будущем. Например, в Data Science обязательно надо очень хорошо знать математику, так как в этой сфере необходимо создавать сложные модели.

Английский язык – хоть и не обязателен, но уже является негласным стандартом данной сферы. Не все по языкам программирования и данной сфере можно найти на русском языке. Огромное количество документации, обучающих уроков, новостей, лекций находятся в интернете на английском языке [2].

Постоянное обучение.

Развитие IT-отрасли непрерывно идет полным ходом. Постоянно разрабатываются различные новые языки программирования. Различные библиотеки, дополнения, инструменты появляются еще чаще. Поэтому, решив стать программистом, нужно быть готовым к постоянному обучению. ВУЗы и другие учебные заведения дают только базовые шаблоны мышления. Очень часто эти знания не применяются на практике. Реально важную и нужную информацию приходится находить самостоятельно [3].

В обучении языкам нельзя делать перерывы. Если хоть один большой перерыв, то все практические навыки «уходят под ноль».

Очень тесно с этой профессией находится тайм-менеджмент. Хоть это и не относится к программированию, но правильно распоряжаться своим временем необходимо, от этого зависит учеба и работа. В своем времени помимо работы, необходимо уделять время общению с коллегами, именно от них можно узнать о многих новинках и профессиональных хитростях. Где найти нужную актуальную информацию?

Интернет – лучший источник информации.

И для начинающих программистов, и для профессионалов своего дела основной источник знаний – интернет. Там множество как специализированных ресурсов для программистов, так и сайты общего характера. Например, через Twitter максимально удобно следить за новостями и лайфхаками от профессионалов [4; 5].

На YouTube публикуются различные tutorиалы, записи семинаров, различные лекции, презентации, которые демонстрируют возможности современных технологий. Очень часто на таких платформах как Twitch и

YouTube проводят лайвкодинги. В данных трансляциях можно понаблюдать за профессионалами и их работой над кодом и задать любой интересующий вас вопрос напрямую в чате трансляции.

При работе с кодом необходимо смотреть на свой работающий код и анализировать его. Для данных целей подходит такая платформа, как GitHub и другие подобные сервисы.

Программист – универсальная специальность.

Программисты в IT-сфере – универсальны. Им необязательно останавливаться на определенной сфере деятельности. Любой программист может из одной сферы технологий перейти в другую. Таким образом любой программист, например, может перейти из геймдева в разработку сайтов, и т.д.

Обучаясь такой профессии возникает вопрос, касаясь технологий, в которые стоит «удариться». Сразу исследовать максимальное число технологий или выбрать что-то одно. Ответ приходит с опытом.

Стандартные ошибки новичков.

Усложнение кода без необходимости.

Любой листинг кода должен читаться без проблем, чтобы сразу было ясно, что выполняет данный кусок программы. Если вы спустя некоторое время не можете разобраться в своем листинге или как вы использовали те или иные библиотеки, то это очень плохо.

Изобретение велосипеда.

Почти для каждой задачи можно найти уже готовое решение на просторах интернета. Если же вы не можете найти, то скорее всего был некорректно сформулирован запрос. Когда начинающий программист находит готовое решение, ему может показаться, что самописный код лучше найденного решения. Однако это не всегда так. Зачастую начинающий программист закапывается в своем коде и все равно начинает использовать найденную наработку [6].

Отказ от книг

Начинающий программист очень быстро забивает на книги по программированию и начинает набираться опыта на статьях из интернета. Однако данные статьи не помогают новичку сформировать фундаментальную теоретическую базу. Из-за чего он медленнее находит оптимальные решения, допускает больше ошибок.

Нюансы

Если до дедлайна еще далеко, то всю структуру, все нюансы следует продумать заранее, перед тем как начать писать код. Важнее улучшать навыки правильного мышления, нежели оттачивать быстрый набор кода. Иначе начинающий программист может потерять много времени на поиск ошибок и стабилизацию алгоритмов [4; 5].

Чередование быстрой и качественной работы

Появляются задачи, которые необходимо максимально оперативно решить, даже если код выглядит кривым и некрасивым. Однако есть и задачи, при решении которых следует упираться в качество. Если чередовать данные подходы, то в итоге можно научиться выполнять задачи быстро и качественно.

Библиографический список:

1. Лапчик, М. П. Методика преподавания информатики: учеб. пособие для студ. пед. Вузов / М. П. Лапчик, И. Г. Семакин, Е. К. Хеннер; под общей ред. М. П. Лапчика. – М.: Издательский центр «Академия», 2001. – 624 с.
2. Лапчик, М. П. Теория и методика обучения информатике / М. П. Лапчик, М. И. Рагулина, Н. Н. Самылкина, И. Г. Семакин, Е. К. Хеннер. – М.: Издательство Academia, 2008. – 592 с.
3. Могилев, А. В. Информатика: учеб. пособие для студ. пед. вузов / А. В. Могилев, Н. И. Пак, Е. К. Хеннер; под ред. Е. К. Хеннера. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 848 с.
4. Прокин А. А. Современное состояние и основные проблемы интернет-торговли в российской федерации / А. А. Прокин, В. А. Богатырская, Е. С. Сергушина, И. С. Листратов // E-Scio. – Саранск, 2018 – № 3 (18). – С. 36-41.

5. Прокин А. А., Богатырская В. А., Сергушина Е. С., Лукин М. А. Создание и продвижение интерактивного веб-сайта для коммерческой организации [Электронный ресурс] // E-Scio: Электронное периодическое издание «E-Scio.ru». – Режим доступа: <http://escio.ru/wp-content/uploads/2018/05/Прокин-А.-А.-Богатырская-В.-А.-Сергушина-Е.-С.-Лукин-М.-А.-.pdf>.

6. Панфилов С. А. Алгоритм энергосбережения для автономных систем теплоснабжения / С. А. Панфилов, О. В. Кабанов // Вестник Южно-Уральского гос. ун-та. Серия: строительство и архитектура. / Южно-Уральский гос. ун-т. – Челябинск, 2017. – Т. 17. – №1. – С. 67–74.

Фадеева Вера Владимировна, преподаватель,

ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет, им. Н.П. Огарёва», г. Саранск

Калинина Виктория Александровна, студентка факультета довузовской

подготовки и среднего профессионального образования ФГБОУ ВО

«Национальный исследовательский Мордовский государственный

университет, им. Н.П. Огарёва», г. Саранск

E-mail: Sergushinaes@yandex.ru

ОЦЕНКА ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ МОРДОВИЯ

Аннотация: Торговля как самостоятельная отрасль играет важную роль в развитии всей экономики. Торговая организация и ее деятельность имеет ряд особенностей, которые отличают ее от других отраслей. Данная статья посвящена рассмотрению особенностей развития торговли в Республике Мордовия.

Ключевые слова: торговля, торговая организация, анализ, особенности развития, управление, внешняя торговля, товарооборот.

Annotation: Trade as an independent branch of the national economy plays an important role in the development of the entire economy. Trade organization and its activities have a number of features that distinguish it from other industries. This article is devoted to the peculiarities of trade development in the Republic of Mordovia

Keywords: trade, trade organization, analysis, features of development, management, foreign trade, trade.

Важнейшей отраслью экономики является торговля. Она направлена на осуществление купли-продажи и обмена товаров, обслуживание покупателей, доставки, хранению и подготовки товаров к реализации.

Торговля – одна из крупнейших отраслей Республики Мордовия

На данный момент, торговля относится к наиболее прогрессивным видам деятельности, затрагивающим все слои населения.

Расширение торговой деятельности в республике приводит к экономии живого и овеществленного труда, связанного с реализацией товаров, ускоряет оборот общественного продукта, способствует более полному удовлетворению личных потребностей.

Торговая организация – это организация, которая является посредником по продвижению товара от производителя к потребителю. Можно выделить ряд особенностей, присущих этой отрасли:

- основным результатом деятельности торговой организации является товарооборот;
- торговые организации работают уже с готовым продуктом, а не занимаются производством;
- торговые предприятия имеют низкую величину и долю уставного капитала;
- торговые организации имеют низкую величину и долю долгосрочных обязательств.

Современное развитие торговли в республике Мордовия, определяется, прежде всего, совершенствованием организации торгово-технологических процессов, появлением новых, эффективных форм и методов продажи товаров, активным ростом торговых площадей, формированием и развитием крупных торговых сетей, что неизбежно ведет к качественным изменениям в области оказания торговых услуг [1; 3].

Можно выделить ряд положительных тенденций в развитии торговой сферы региона:

- население республики стабильно и бесперебойно обеспечивается необходимыми продовольственными и промышленными товарами;
- торговые предприятия приближаются к европейскому уровню не только внешне, но и по уровню обслуживания, ассортименту предлагаемых товаров;
- активно внедряются прогрессивные формы реализации товаров с применением методов самообслуживания, оборудования для считывания штрих-кода и методов обслуживания в соответствии с международными стандартами.

По состоянию на 1 января 2018 г. на территории Республики Мордовия функционируют 29 розничных рынков, из них 26 универсального типа, 3 специализированных рынка (2 рынка по продаже продовольственной группы товаров и 1 - по продаже автомобилей и автозапчастей). Действующие розничные рынки занимают 239,7 тыс. кв. метров. Количество торговых мест на розничных рынках Республики Мордовия составляет 8791 единицу, из них торговых мест по реализации продовольственных товаров 2900 и 5891 торговое место по продаже непродовольственных товаров [2].

На сегодняшний день широкое распространение и развитие получил сетевой принцип создания крупных продовольственных магазинов, супермаркетов. В республике успешно работают крупные сети магазинов таких торговых компаний, как "Деловой союз", "Аркона", "Эверест", "Гулливер", "Эльдорадо" и др. Конкурентные преимущества торговые сети приобретают благодаря производству собственной продукции. Так, в сети "Деловой союз", "Универсал-С", "Маяк" действуют кондитерские, мясные и салатные цеха, цеха по производству полуфабрикатов [4]. Эти магазины рассчитаны на население с различными доходами, имеют ассортимент товаров до 20 тысяч наименований. В торговой инфраструктуре республики присутствуют и развиваются сетевые операторы таких известных торговых брендов, как "Магнит", "Евроспар", "Эльдорадо", "М.видео", "Техно", "Остин", "Savage", "ТВОЕ", и другие, что создает условия для здоровой конкуренции в определенной сфере деятельности.

Современный потребительский рынок отличается относительно высокой насыщенностью, соответствующей платежеспособному спросу населения. Динамика объемов и структуры реализации товаров и услуг постепенно приобретает все более устойчивый характер. Одними из главных задач на краткосрочную перспективу являются развитие оптовой торговли и создание оптовых баз в Республике Мордовия. Оборот оптовой торговли в 2018 г. составил 51,5 млрд. рублей, или 121,4% к соответствующему периоду предыдущего года, в том числе оборот оптовой торговли организаций оптовой торговли сложился в сумме 25,5 млрд. рублей, или 97,4% к январю - декабрю предыдущего года, и составляет 49,6% общего оборота оптовой торговли. [2; 5]

В рейтинге республик и областей ПФО по обороту оптовой торговли в 2018г. Республика Мордовия находится на 13 месте (оборот 51,5 млрд. рублей), на первом месте Республика Татарстан с оборотом оптовой торговли 812,4 млрд. рублей. По индексу физического объема оборота оптовой торговли Республика Мордовия занимает 4 место, темп роста составил 121,4%, наивысший показатель в Ульяновской области (темп роста 143,1%).

Положительным моментом в решении проблем функционирования торговли явилось принятие Федерального закона от 28 декабря 2009 года № 381-ФЗ (ред. от 25.12.2018) "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" и ряда нормативных правовых актов на федеральном уровне, более четко определивших основы государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации, разграничение полномочий на всех уровнях управления [6; 7].

В настоящее время ряд проблем и задач частично решается, однако дальнейшее решение проблем, требует комплексно, на более высоком инновационном уровне развивать торговую отрасль в Республике Мордовия как одну из звеньев структуры экономики Республики Мордовия

Библиографический список:

1. Арсенова, Е. В. Экономика фирмы: схемы, определения, показатели: Справочное пособие : пособие/ Е. В. Арсенова, О. Г. Крючкова. — «ИНФРА-М», 2014. — 248 с.

2. Концепция развития торговли в Республике Мордовия на 2012–2017 годы, утвержденная распоряжением Правительства Республики Мордовия от 25 июня 2012 г. № 371-Р. URL: <http://www.regionz.ru/index.php?ds=1848295>.

3. Тимошина М. Н., Плеханова Е. А. Развитие потребительской кооперации в условиях рыночных отношений. – учебное пособие, Саранск. 2007.

4. Фадеева В. В., Сергушина Е. С., Кичкина А. П. Роль инфляционных ожиданий в борьбе с инфляцией // E-Scio. - 2018. - №4 (19). - С. 186-190.

5. Сергушина Е. С., Фролова Н. А. Организация бухгалтерского учёта в бюджетных учреждениях российской федерации // студенческий меридиан среднего профессионального образования в вузе. - Саранск: Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва, 2017. - С. 63-68.

6. Сергушина Е. С. Социально-профессиональное самоопределение старшеклассников как педагогическое явление // проблемы современного педагогического образования. - 2017. - №55-11. - С. 188-194.

7. Кабанов О. В. Современные методы оценки теплофизических свойств объекта / О. В. Кабанов, С. А. Панфилов // Материалы XX науч.- практ. конф. молодых учёных, аспирантов и студентов НИ МГУ им. Н. П. Огарёва / НИ МГУ им. Н. П. Огарёва. – Саранск, 2016. – С. 169–174.

Сидельникова Галина Петровна, преподаватель, ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет, им. Н. П.

Огарёва», г. Саранск

Цапко Полина Андреевна, студентка факультета довузовской подготовки и среднего профессионального образования ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет, им. Н. П.

Огарёва», г. Саранск

E-mail: Sergushinaes@yandex.ru

ПОРЯДОК ОРГАНИЗАЦИИ И ЗНАЧЕНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ЗАТРАТ НА ОПЛАТУ ТРУДА ПЕРСОНАЛА

Аннотация: В данной статье отражены теоретические основы осуществления бухгалтерского учёта затрат на оплату труда на предприятиях. Приведены основные показатели, которые следует учитывать при проведении расчётов затрат, а также принципы ведения синтетического и аналитического учёта.

Ключевые слова: бухгалтерский учёт, оплата труда, заработная плата, учёт затрат, первичная документация.

Annotation: This article describes the theoretical basis of accounting of labor costs in enterprises. The main indicators, which should be taken into account in cost calculations as well as the principles of synthetic and analytical accounting.

Keywords: accounting, wages, salaries, accounting costs, the primary documentation.

Важнейшей частью осуществления всего процесса воспроизводства тех или иных товаров, работ или услуг является оплата труда на предприятии.

Связанно это с тем, что любая трудовая деятельность должна вознаграждаться. Как следствие, учет расчётов и затрат на оплату труда многими аналитиками признаётся наиболее важным и трудоемким во всём бухгалтерском учёте [1; 2].

Статьёй 15 Трудового кодекса РФ понятие трудовых отношений определяется как согласованные между работником и работодателем отношения о личном выполнении работником за плату трудовой функции. Работы выполняются строго в соответствии с должностными полномочиями и штатным расписанием, так же к ним могут допускаться лишь квалифицированные специалисты (по конкретным видам поручаемой работы). К тому же в трудовом договоре указываются требования к работодателю в виде предоставления необходимых условий труда, предусмотренных трудовым законодательством и иными нормативными правовыми актами, содержащие нормы трудового права, коллективного договора, соглашения, локальными нормативными актами [3].

Все операции по учёту затрат на оплату труда устанавливаются в соответствии с типами производства, системой организации и оплаты труда. Организация сама принимает решение о способах и методах начисления и выплаты заработной платы, которые, в свою очередь, не должны противоречить действующему трудовому законодательству. В своей статье Шуринова В. П. ставит перед учетом расчетов по оплате труда следующие задачи:

- 1) своевременная выплата заработной платы и удержаний из нее, расчет командировочных расходов и среднего заработка для начислений отпускных, пособий по временной нетрудоспособности;
- 2) осуществление выплат социального характера;
- 3) соблюдение налогового и трудового законодательства;
- 4) своевременное предоставление отчетной документации [4].

Порядок организации учета затрат на оплату труда персонала, как и любой другой бухгалтерский учёт на предприятии, не является саморегулируемым. Основопологающим законодательным документом при решении вопросов организации учета затрат на оплату труда является

принятый 21 декабря 2001 года Государственной Думой Трудовой Кодекс Российской Федерации, в редакции от 27 декабря 2018 года [5].

Для решения задач управленческого учета затрат используются различные классификации затрат на оплату труда, в зависимости от необходимой степени детализации. Типовая классификация представляет собой разделение затрат:

- по видам (основная и дополнительная);
- элементам (повременная, сдельная, смешанная, оплата простоев);
- составу (штатные, совместители, работающие по договору подряда);
- категориям (рабочие, специалисты, руководители, другие служащие)

работников.

Однако данная классификация не всегда достаточно полно отражает все аспекты производимых расчётов и потому может иметь неточности.

В соответствии с Налоговым кодексом расходы на оплату труда включаются в расходы, связанные с производством и реализацией. При расчёте расходов на оплату труда включаются любые начисления работникам в денежной или натуральной формах. Это могут быть так же стимулирующие начисления и надбавки, компенсационные начисления, премии и единовременные поощрительные начисления, и другие расходы, связанные с содержанием этих работников, предусмотренные нормами законодательства Российской Федерации, трудовыми договорами (контрактами) или коллективными договорами [6; 7].

Для учёта всех операций по оплате труда используется счёт 70 «Расчёты с персоналом по оплате труда». По кредиту этого счёта отражаются все начисления, а по дебету – налог на доходы физических лиц и другие удержания и выплаты заработной платы. Бухгалтерские записи по начислению зарплаты, удержаниям, начислениям НДФЛ и страховых взносов производятся в конце каждого отчётного периода, а по их уплате – в день фактического перевода денежных средств.

Расходы на заработную плату списываются на себестоимость продукции, товаров, работ или услуг, поэтому с 70-м счётом корреспондируют следующие счета:

– для производственных предприятий: 20 «Основное производство» или 23 «Вспомогательные производства», 25 «Общепроизводственные расходы», 26 «Общехозяйственные расходы», 29 «Обслуживающие производства и хозяйства»;

– для торговых предприятий: 44 «Расходы на продажу».

Счет 69 «Расчеты по социальному страхованию и обеспечению» и прилагающиеся к нему субсчета предназначены для обобщения информации о расчетах по социальному страхованию, пенсионному обеспечению и обязательному медицинскому страхованию работников организации. По дебету данного счета отражаются сумма пеней за несвоевременный взнос платежей, суммы, полученные в случаях превышения соответствующих расходов над платежами, а также суммы, выплачиваемые за счет платежей на социальное страхование, пенсионное обеспечение, обязательное медицинское страхование.

Таким образом, учёт затрат на оплату труда имеет огромное значение во всей деятельности предприятия [8]. Он влияет на такие особо важные факторы как формирование себестоимости продукции, расчёт и оплата налогов и сборов, формирование бухгалтерского баланса и отчёта о финансовых результатах.

Библиографический список:

1 Баташева Э. А. Бухгалтерский учет расчетов с персоналом по оплате труда /Э. А. Баташева, М. А. Баташева–Экономика и менеджмент инновационных технологий, 2016. № 11. [Электронный ресурс] URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2016/11/13076>.

2 Грунина О. Ю. Развитие управленческого учета затрат на оплату труда / О. Ю. Грунина – Молодой ученый, 2014. № 4–490-492с.

3 Керимов В. Э. Учет затрат, калькулирование и бюджетирование в отдельных отраслях производственной сферы / В. Э. Керимов – М.: Дашков и К, 2017. – 384с. [Электронный ресурс] <http://znanium.com/catalog/product/512015>.

4 Шуринова В. П. Особенности учета расчетов с персоналом по оплате труда на предприятиях приборостроения / В. П. Шуринова – М.: Economics.

5. Пиксайкина А. А. Формализация процессов товародвижения на предприятии / А. А. Пиксайкина Е. С. Пашуткина // Актуальные вопросы архитектуры и строительства: материалы 13-ой международной научно-технической конференции / Отв. ред. В. Т. Ерофеев. – Саранск: Изд-во Мордовского университета, 2014. – С. 270-272.

6. Фадеева В. В., Сергушина Е. С., Кичкина А. П. Роль инфляционных ожиданий в борьбе с инфляцией // E-Scio. - 2018. - №4 (19). - С. 186-190.

7. Сергушина Е. С., Фролова Н.А. Организация бухгалтерского учёта в бюджетных учреждениях российской федерации // студенческий меридиан среднего профессионального образования в вузе. - Саранск: Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва, 2017. - С. 63-68.

8. О контроле параметров энергоресурсов / А. Ю. Романовский, О. В. Кабанов, Л. П. Кабанова, Н. П. Меняйло // Проблемы и перспективы развития отечественно светотехники, электроники и энергетики: XIII Междунар. науч.-техн. конф. – Саранск, 2017. – С. 558–563.

Шишова Любовь Ивановна, преподаватель, ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П.

Огарёва», г. Саранск

Левина Алина Владимировна, студентка факультета довузовской подготовки и среднего профессионального образования ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва», г. Саранск

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ УЧЕТА РАСЧЕТОВ ОРГАНИЗАЦИЙ ПО НАЛОГАМ И СБОРАМ

Аннотация: статья посвящена изучению зарубежной практики учета расчетов организаций по налогам и сборам; описаны общие принципы налоговых систем зарубежных стран, отражено сравнение исчисления налогов и сборов разных стран.

Ключевые слова: налоги, сборы, налоговая отчетность, налоговая система, подоходный налог, налог на добавленную стоимость.

Annotation: the article is devoted to the study of the foreign practice of accounting for the calculations of organizations for taxes and fees; describes the general principles of tax systems of foreign countries, reflects a comparison of the calculation of taxes and fees of different countries.

Keywords: taxes, fees, tax reporting, tax system, income tax, value added tax.

В каждой развитой стране существует отлаженная, четко функционирующая налоговая система. Все системы имеют ряд различий, но стоит отметить, что налоговые реформы, которые начали проводиться в конце 80-х годов делают их несколько похожими. Согласно общепринятым

постулатам теории, если провести тщательный анализ, их объединяют общие принципы построения [1].

Рассмотрим налоговую систему Великобритании. Она состоит из двух ступеней: общегосударственных и местных налогов.

К основным общегосударственным налогам относят: подоходный налог; налог на прибыль корпораций, на прирост капитала, на доходы от нефти, с наследства, на добавленную стоимость, пошлины, акцизы и гербовый сбор. В совокупности они дают более 90 % всех налоговых поступлений.

В этой стране ставка налога на прибыль составляет 33%, а участникам малого бизнеса предоставляются льготы в виде уменьшенной ставки – 25% для поддержания малого предпринимательства и здоровой конкуренции. Главным критерием для исчисления налога является полученная прибыль, а не количество работников в компании.

Налог на добавленную стоимость в Великобритании занимает важное место среди общегосударственных налогов. Он находится на втором месте от общей доли всех налогов и составляет около 17% бюджета страны.

При удержании подоходного налога в Соединённом королевстве Великобритании и Ирландии отпадает необходимость заполнения налоговой декларации для физических лиц, живущих на доход только от заработной платы. В оставшихся случаях взимание подоходного налога производится на основе деклараций, предъявляемых физическими лицами сроки, предусмотренные законом.

Для сравнения, рассмотрим исчисление подоходного налога в Германии, который имеет прогрессивный характер, то есть его величина зависит от ряда факторов. Его минимальная ставка – 19 процентов, максимальная – 53 процента.

Подоходным налогом облагаются все доходы человека: от наемного труда, индивидуального предпринимательства, промысловой деятельности, деятельности сельского и лесного хозяйства, от сдачи имущества в аренду и все прочие поступления.

Объектом обложения у юридических лиц является чистая прибыль за минусом сальдо от всех операций, т.е. это разница между доходами и расходами, произведенными в интересах производственной деятельности.

Налоговая система Канады в современных условиях имеет трехуровневый характер: федеральные налоги (48%); провинциальные (42%); местные (10%).

Важнейшее место в федеральном бюджете занимает подоходный налог с населения. Налоговые источники доходов провинций складываются из подоходного налога населения, налога с продаж, налога на прибыли, акцизов, отчислений в фонды социального страхования и др. Причем подоходный налог с населения и косвенные налоги являются основной частью всех поступлений.

Налог на недвижимость и налог на предпринимательство составляют поступления местных бюджетов.

В Канаде налоги провинции имеют большое значение в главных областях национальной экономики и социального развития. На это не влияют даже федеральные налоговые власти. Например, в сфере образования и здравоохранения провинции обладают целым рядом полномочий и несут большую ответственность. Именно поэтому провинции играют важнейшую роль в национальной экономике.

В США все источники поступления налогов отражают многоуровневый характер власти в стране.

В некоторых штатах установлен корпорационный и индивидуальный подоходный налог, который составляет лишь небольшую часть – приблизительно 1 процент и от 3 процентов до 9 процентов от всей суммы доходов местного правительства. На сегодняшний день в США только 12 местных органов применяют индивидуальный подоходный налог с граждан.

Обобщив всю вышеизложенную информацию, можно сделать вывод: налоговая политика зарубежных стран – это эффективный механизм, направленный на достижение целей в условиях стабильной рыночной экономики. Налоги в этих странах являются главным источником доходов, а

также средством для обеспечения социальных гарантий населения, денежной основой местного самоуправления, и осуществляет баланс интересов и финансовых возможностей субъектов и населения [2; 3].

Библиографический список:

1. Фадеева В. В., Сергушина Е. С., Кичкина А. П. Роль инфляционных ожиданий в борьбе с инфляцией // E-Scio. - 2018. - №4 (19). - С. 186-190.

2. Сергушина Е. С., Фролова Н. А. Организация бухгалтерского учёта в бюджетных учреждениях российской федерации // студенческий меридиан среднего профессионального образования в вузе. - Саранск: Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва, 2017. - С. 63-68.

3. Сергушина Е. С. Социально-профессиональное самоопределение старшеклассников как педагогическое явление // проблемы современного педагогического образования. - 2017. - №55-11. - С. 188-194.

Фадеева Вера Владимировна, преподаватель, ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет, им. Н. П. Огарёва», г. Саранск

Виль Диана Валерьевна, студентка факультета довузовской подготовки и среднего профессионального образования ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет, им. Н. П. Огарёва», г. Саранск

E-mail: Sergushinaes@yandex.ru

ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Аннотация: Данная статья посвящена основным особенностям организации бухгалтерского учета в строительных организациях. А также рассмотрены показатели себестоимости, применяемые в них. Формирование качественной и своевременной информации о финансовой и хозяйственной деятельности строительной организации – это ключевая цель бухгалтерского учета.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, особенности бухгалтерского учета в строительных организациях, строительство, себестоимость, калькулирование.

Annotation: This article is devoted to the main features of the organization of accounting in construction organizations. And also considered cost indicators used in them. Formation of high-quality and timely information about the financial and economic activities of a construction organization is the key goal of accounting.

Keywords: accounting, accounting features in construction companies, construction, cost price, calculation.

В настоящее время важнейшей целью бухгалтерского учета является формирование качественной и своевременной информации о финансовой и хозяйственной деятельности строительной организации, необходимой управленческому персоналу для подготовки, обоснования и принятия решений.

Строительное производство в отличие от иных отраслей имеет ряд особенностей, которые оказывают воздействие на организацию и постановку бухгалтерского учета [1].

Существенное влияние на порядок ведения бухгалтерского учета в строительстве оказывают особенности организации и экономики строительного производства, которые обусловлены характером строительной продукции.

К таким особенностям относятся:

- территориальная обособленность объектов строительства, во многом индивидуальная, даже при серийном строительстве;
- характер строительного производства;
- продолжительность проектирования и строительства объекта;
- разнообразие видов строительно-монтажных работ при строительстве любого объекта;
- зависимость сроков и качества строительства от месторасположения объекта, природных условий и в том числе времени года.

Порядок ценообразования в строительстве и учета себестоимости строительных работ, в том числе и непростую, обычно многоступенчатую, систему расчетов между участниками процесса строительства объекта недвижимости обуславливают перечисленные и многие другие особенности [2].

Строительство – это одна из ключевых и активно развивающихся отраслей современной российской экономики, характеризующаяся значительным размером капиталовложений.

Строительство, точно так же, как и любая иная отрасль экономики, имеет свои специфические особенности, которые оказывают существенное воздействие на организацию и ведение бухгалтерского учета в организациях строительной сферы. От выбранной методики учета затрат и калькулирования

себестоимости зависит определение финансовых результатов от строительной деятельности [3].

Существуют три показателя себестоимости в строительной отрасли:

– сметная себестоимость строительного-монтажных работ, возводимых объектов недвижимости – определяется на начальной стадии производственной деятельности проектной организацией на основе инженерно-технических регламентных документов. Для того, чтобы определить сметную стоимость, используют сметные нормы и текущие цены материалов на дату расчета сметной стоимости [4];

– плановая себестоимость – прогнозируемая величина строительного-монтажных работ или затрат строительной организации по возведению объекта. Исчисление плановой себестоимости считается важным этапом финансово-экономической деятельности строительных организаций, который дает возможность определить целесообразность выполнения планируемых видов строительного-монтажных работ. В случае, если плановая себестоимость превысит рыночную цену работ, выполнять их нецелесообразно;

– фактическая себестоимость строительного-монтажных работ – это сумма фактических затрат, произведенных строительной подрядной организацией в процессе выполнения СМР. Информационной базой для исчисления данного типа себестоимости обычно выступают данные бухгалтерского учета строительной подрядной организации. Сведения о фактической себестоимости строительного-монтажных работ применяются в ходе экономического анализа, прогнозирования и принятия решений по совершенствованию данного вида работ на краткосрочную и долгосрочную перспективу, а также при определении финансовых результатов деятельности строительной организации [5; 6].

Классификация затрат строительных организаций на прямые и накладные расходы в соответствии с классификацией затрат в сметных расценках позволяет контролировать сметную стоимость строительства, по которой производится расчет договорной стоимости объекта [7].

При осуществлении учета предприятием строительной отрасли накладных расходов, расходов будущих периодов и резервов предстоящих расходов также существуют определенные характерные особенности.

Характерные особенности строительной продукции требуют установления технологически верных и результативных способов выполнения строительных процессов, их организационных форм и взаимоувязки во времени и пространстве, которые гарантируют качество и экономичность строительной продукции.

Результативность строительного производства во многом определяется организационными отношениями и формами выполнения всех процессов, сопутствующих формированию строительной продукции.

Таким образом, можно сделать вывод, что все выявленные особенности бухгалтерского учета строительных организаций по сравнению с другими существующими видами деятельности позволяют выделить его в отдельную дисциплину. Влияние всех факторов должно быть учтено при формировании учетной политики строительной организации и построении системы учета и исчисления себестоимости работ строительной подрядной организации.

Библиографический список:

1 Афанасьева Л. К. Бухгалтерский учет в строительных организациях. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета, 2017. – 165 с.

2 Чернышев В. Е. Калькулирование себестоимости строительной продукции // Бухгалтерский учет в строительстве. – 2017. – 42 с.

3 Шестак О. И. Стратегический подход к развитию малого и среднего предпринимательства // Экономика и менеджмент систем управления. – 2017. – № 3.1. – С. 183 – 196.

4. Фадеева В. В., Сергушина Е. С., Кичкина А. П. Роль инфляционных ожиданий в борьбе с инфляцией // E-Scio. - 2018. - №4 (19). - С. 186-190.

5. Сергушина Е. С., Фролова Н. А. Организация бухгалтерского учёта в бюджетных учреждениях российской федерации // студенческий меридиан среднего профессионального образования в вузе. - Саранск: Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва, 2017. - С. 63-68.

6. Сергушина Е. С. Социально-профессиональное самоопределение старшеклассников как педагогическое явление // проблемы современного педагогического образования. - 2017. - №55-11. - С. 188-194.

7. Кабанов О. В. Современные методы оценки теплофизических свойств объекта / О. В. Кабанов, С. А. Панфилов // Материалы XX науч.- практ. конф. молодых учёных, аспирантов и студентов НИ МГУ им. Н. П. Огарёва / НИ МГУ им. Н. П. Огарёва. – Саранск, 2016. – С. 169–174.

Садова А. В., магистрант ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет архитектуры и строительства»

Макарова Л. В., к.т.н., доцент ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет архитектуры и строительства»

ОЦЕНКА УРОВНЯ КАЧЕСТВА ОКАЗАНИЯ УСЛУГИ ПО ПОВЕРКЕ СИСТЕМЫ ИНДИВИДУАЛЬНОГО КОНТРОЛЯ ЗАГАЗОВАННОСТИ

Аннотация: Повышение конкурентоспособности предприятия в значительной степени зависит от качества выпускаемой продукции (предоставляемой услуги). В этих условиях необходима адекватная оценка уровня качества продукции (услуги) с целью выработки организационно-методических решений, направленных на удовлетворение пожеланий потребителя. В статье представлен пример оценки уровня качества средств измерений в рамках оказания услуги по поверке системы индивидуального контроля загазованности.

Ключевые слова: услуга, оценка уровня качества, дифференциальный метод, поверка средств измерений.

Abstract: Improving competitiveness of the enterprise substantially depends on quality of products (the provided service). In these conditions adequate assessment of level of quality of products (service) for the purpose of development of the organizational and methodical decisions directed to satisfaction of wishes of the consumer is necessary. The example of assessment of level of quality of measuring instruments within rendering service in checking of a system of individual control of gas contamination is presented in article.

Keywords: service, assessment of level of quality, differential method, checking of measuring instruments.

В условиях свободной конкуренции на рынке услуг по поверке средств измерений, потребитель заинтересован в получении качественной услуги по адекватной стоимости [1]. Качество оказываемых услуг по поверке средств измерений зависит от многих факторов, несмотря на то, что процедура поверки определенного и утвержденного типа средства измерения строго регламентирована. Особое внимание при организации процедуры поверки следует уделить выбору эталонной базы, квалификации и опыту персонала, а также соблюдению условий окружающей среды [2].

От политики деятельности организации, оказывающей услуги по поверке средств измерений, в конечном итоге зависит качество оказываемой услуги с позиции максимальной удовлетворенности потребителя.

Рассмотрим организацию, оказывающую услуги по поверке средств измерений на территории Пензенской области - ООО «РЦМ».

Основными конкурентами исследуемой организации являются:

- ФБУ «Пензенский ЦСМ»;
- АО «Газпром газораспределение Пенза»;
- ИП Судаков Д.П.

Анализ конкурентной среды компании ООО «РЦМ» оценивался трем основным уровням: высокий, средний, низкий (таблица 1).

	ООО «РЦМ»	ФБУ «Пензенский ЦСМ»	АО «Газпром газораспределение Пенза»	ИП Судаков Д.П.
Уровень стоимости	низкий	низкий	высокий	низкий
Перечень оказываемых услуг	средний	высокий	средний	низкий
Уровень месторасположения	высокий	низкий	средний	высокий
Уровень срока выполнения	высокий	низкий	высокий	высокий
Уровень обслуживания клиентов	высокий	низкий	средний	высокий
Уровень информационно-рекламной деятельности	средний	средний	средний	низкий
Уровень профессионализма персонала	высокий	высокий	средний	средний

Таблица 1 – Анализ конкурентной среды компании ООО «РЦМ».

Анализ полученных данных свидетельствует о том, что компания ООО «РЦМ» характеризуется достаточно устойчивым положением на рынке услуг поверки почти по всем параметрам, характеризующим деятельность организации. В качестве основных конкурентных преимуществ компании ООО «РЦМ» можно отметить: удобное месторасположение, малый срок оказания услуг, высокий уровень обслуживания клиентов, высококвалифицированный и опытный персонал. ООО «РЦМ» уступает ФБУ «Пензенский ЦСМ» лишь по фактору «перечень оказываемых услуг», что свидетельствует о необходимости области аккредитации данной организации.

Особый интерес с позиций формирования стратегии деятельности организации представляет процедура оценки уровня качества услуг. В качестве объекта исследования была выбрана услуга по поверке системы индивидуального контроля загазованности с I (одним) порогом срабатывания при 10 % НКПР (нижний концентрационный предел распространения). Система индивидуального контроля загазованности СИКЗ представляет собой сигнализатор загазованности СИКЗ-И-О-1. Он предназначен для автоматического контроля содержания в воздухе природного газа (метана).

Для определения уровня качества оказания услуги по поверке системы индивидуального контроля загазованности, проводимой ООО «РЦМ» (г. Пенза) можно воспользоваться методом дифференциальной оценки уровня качества. Сущность метода состоит в сравнении единичных показателей качества оцениваемой продукции (услуги) с соответствующими единичными показателями качества базового образца [3]. Результаты поверки и требования нормативной документации по исследуемому объекту представлены в таблице 2.

№ п/п	Наименование показателя	Нормативные требования согласно МП 242-1068-2010	Значения, полученные при поверке сигнализатора
1	Температура окружающего воздуха	Не более 25 °С	21,8 °С
2	Влажность воздуха	Не более 80 %	44,5 %
3	Напряжение питания сети	(От 209 до 231) В	226 В
4	Частота сети	(От 49 до 51) Гц	49,8 Гц
5	Квалификация персонала	Группа по электробезопасности не меньше 3	3-я группа
6	Внешний осмотр	Сигнализатор и устройства, входящие в состав сигнализатора: блок датчика, блок питания (при наличии), не должны иметь повреждений, влияющих на технические характеристики и препятствующих применению.	Сигнализатор и блок питания не имеют повреждений
7	Проверка функционирования сигнализатора	Включить блок питания сигнализатора в сеть переменного тока, выдержать сигнализатор во включенном состоянии в течение не менее трех минут. Результаты опробования считаются положительными, если по истечении времени прогрева наблюдается: - непрерывное свечение красного светодиода на блоке питания; - прерывистое свечение зеленого светодиода на блоке датчика.	При включении блока питания в сеть переменного тока и выдержке сигнализатора непрерывно горит красный и прерывисто светится зеленый светодиоды
8	Поверочная газовая смесь	1. 0,22 (5% НКПР) ± 10 %; 2. 0,66 (15 % НКПР) ± 5 %.	1. 0,23 % об.д. ПГ ±0,005% 2. 0,652 % об.д. ПГ ±0,009%
9	Определение метрологических характеристик	Подается газовая смесь в течение 30 секунд в последовательности 1-2. При подаче первой смеси не должно происходить срабатывание сигнализатора. При подаче второй смеси происходит срабатывание сигнализатора (непрерывное красное свечение на блоке датчика сигнализатора и характерный звук)	соответствует
10	Время срабатывания сигнализатора	Время срабатывания сигнализатора на 2 смесь не должно превышать 15 секунд	7 секунд

Таблица 2 – Результаты поверки и требования МП 242-1068-2010 «ГСИ. Сигнализаторы загазованности СИКЗ. Методика поверки».

Для выбора функций нормирования необходимо выяснить, какое значение каждого показателя является лучшим. При сравнении всех показателей была применена функция:

$$Q_i = \left\{ \begin{array}{l} \frac{P_i}{P_{i6}} \\ \frac{P_{i6}}{P_i} \end{array} \right\},$$

где, Q_i - значение оценки i -го показателя качества продукции (услуги),

P_i – значение i -го показателя качества оцениваемой продукции;

P_{i6} – значение i -го показателя качества базового образца. Базовое значение показателя качества продукции - это значение показателя качества продукции, принятое за основу при сравнительной оценке ее качества (в нашем случае требования МП 242-1068-2010).

На основании рассчитанных относительных показателей качества была построена циклограмма, представленная на рисунке 1.



Рисунок 1 – Циклограмма.

Полученные результаты свидетельствуют о том, что качество предоставляемой услуги соответствует установленным требованиям, а в ряде случаев даже превышает нормированные значения (время срабатывания сигнализатора, условия окружающей среды и т.д.). В целом, качество услуги, оказываемой ООО «РЦМ» (г. Пенза) соответствует требованиям нормативной документации и свидетельствует о высокой конкурентоспособности организации.

Библиографический список:

1. Селяев Е. В. Формирование стратегии обеспечения конкурентоспособности на предприятиях сферы услуг // Инженерный вестник Дона, 2011, №1. URL: ivdon.ru/ru/magazine/archive/n1y2011/346.

2. Макарова Л. В., Коновалова С. В. Обеспечение качества и конкурентоспособности услуг // Инженерный вестник Дона, 2018, №1, URL: <http://www.ivdon.ru/ru/magazine/archive/n1y2018/4719>.

Костаков М. В. Конкурентоспособность продукции: подход к экономическому содержанию и методы оценки // Экономика и социум. 2016. №12-1(31). С.1529-1533.

Амирова Динара Рафиковна, к.э.н., ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет архитектуры и строительства», г. Пенза
Запорожец Оксана Игоревна, студентка 4 курса, ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет архитектуры и строительства», г. Пенза

ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ И ВОСТРЕБОВАННЫЙ МЕТОД ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ

Аннотация: В настоящее время Интернет-маркетинг в сравнении с классическим маркетингом приобретает все большую востребованность и популярность, что обусловлено целым рядом преимуществ, которые он имеет: возможность охвата нового рынка, выход за географические пределы своего региона; возможность широкого охвата новой аудитории; возможность персонального взаимодействия с клиентами и потребителями и др.

В статье раскрыта сущность Интернет-маркетинга, отражены его основные преимущества. Представлены возможности Интернет-маркетинга для использования современной компанией. Рассмотрены основные инструменты Интернет-маркетинга, среди которых: веб сайт, интернет реклама, вирусный и скрытый маркетинг и др.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, информационная среда, инструменты интернет-маркетинга, возможности интернет-маркетинга.

Annotation: At present, Internet marketing is becoming increasingly in demand and popular in comparison with classical marketing, due to a number of advantages that it has: the ability to reach a new market, going beyond the geographical limits of your region; the possibility of wide coverage of the new audience; possibility of personal interaction with customers and consumers, etc.

The article reveals the essence of Internet marketing, reflects its main advantages. The possibilities of Internet marketing for use by a modern company are presented. The main tools of Internet marketing are considered, among which are: a website, online advertising, viral and hidden marketing, etc.

Keywords: internet marketing, information environment, internet marketing tools, internet marketing opportunities.

Развитие информационных технологий, в условиях глобализации, сыграло большую роль в процессе расширения мирового информационно-коммуникационного пространства, а также масштабного проникновения Интернета во все сферы жизни общества.

Развитие Интернет-технологий привело к изменению и расширению способов ведения бизнеса. Учитывая то, что в настоящее время число пользователей сети Интернет растет со стремительной скоростью, невозможно представить современную компанию без собственного сайта, не использующую инструменты интернет-маркетинга для продвижения своих товаров и услуг.

К очевидным преимуществам использования инструментов Интернет-маркетинга современными компаниями следует отнести:

1. Расширение рынка сбыта продукции. Возможность выхода с товаром за пределы региона, страны.

2. Охват большой аудитории. За счет высокоскоростной передачи информации, открывается возможность быстрого доведения до клиента и потребителя, важных сведений о товаре, новинках, системе скидок.

3. Снижение расходов. К очевидным преимуществам следует отнести значительное снижение затрат, связанных с продвижением продукции, поиском клиентов, целевой аудитории, обслуживанием заказчиков и пр. Так, для размещения рекламы в интернет-среде, социальных сетях, вложения будут не значительными, в сравнении с традиционными формами продвижения.

4. Увеличение объема продаж. За счет организации онлайн продаж, открытия интернет-магазина и др.

Известно, что современные компании ориентированы на предпочтения потребителей и должны их учитывать для обеспечения эффективного продвижения своей продукции. Так, весомая часть потребителей при совершении покупок, необходимую информацию об интересующем их товаре получают в сети интернет, благодаря мобильным телефонам, переносным планшетами, что нельзя не учитывать при разработке программы продвижения продукции.

Так, В. В. Царев, А. А. Кантарович раскрывают сущность понятия интернет-маркетинг как «необходимый комплекс мер по исследованию такого специфического рынка, каким является сетевой рынок Интернета, по эффективному продвижению и продаже товаров (услуг) с помощью современных Интернет-технологий» [2].

Интернет-маркетинг – это предвидение, управление и удовлетворение спроса на продукцию и услуги посредством сети Интернет [3].

Интернет–маркетинг (англ. internet marketing) – это практика использования всех аспектов рекламы в Интернете для получения отклика от аудитории, которая включает как творческие, так и технические аспекты работы в сети Интернет, в том числе дизайн, разработку, рекламу и маркетинг.

По мнению Панкрухина А. П., интернет-маркетинг – это комплекс философии, стратегии и инструментария информационной маркетинговой деятельности и взаимодействия в компьютерных сетях, позволяющий исследовать рынок, адекватно структурировать информационную среду, продвигать, продавать и покупать товары, идеи и услуги. Вместе с тем, интернет-маркетинг – это не самостоятельная область маркетинга, это всего лишь один из инструментов маркетингового анализа и воздействия, одна из составляющих общей маркетинговой стратегии фирмы [1].

Итак, в общем понимании Интернет-маркетинг представляет собой продвижение товаров и услуг с помощью Интернет-технологий.

К основным возможностям Интернет-маркетинга следует отнести:

1. Проведение маркетинговых исследований (например, опрос в режиме онлайн, оценить потенциал рынка и др.).
2. Исследование конкурентов и их продукции.
3. Реализация товаров, онлайн-продажи.
4. Изучение и выявление потребительских предпочтений (посредством, опроса, анкетирования, интервьюирования).
5. Информирование потребителей о товарах новинках, системе скидок.
6. Развитие интерактивной коммуникации, обратной связи.
7. Численное измерение посетителей сайта, количества лиц, видевших рекламу и др.

Учитывая то, как стремительно в настоящее время развивается Интернет-маркетинг, следует рассмотреть основные инструменты (табл. 1.).

Инструмент	Характеристика
Web сайт	<p>Объединенный под одним адресом совокупность документов компании (интернет-магазина) содержит следующую информацию:</p> <ul style="list-style-type: none"> – контактные данные; – ассортимент продукции, их изображение; – информацию о новинках, системе скидок; – прайс-лист; – систему обратной связи и пр.
Поисковый маркетинг. Поисковая оптимизация (SEO) – Search Engines Optimization	<p>Поисковый маркетинг (чаще называемый как раскрутка веб-сайта), начинается с регистрации порталов в поисковых системах.</p> <p>Результатом поисковой оптимизации является продвижение сайта в ТОП-10 поисковой выдачи по определенным ключевым фразам.</p> <p>Преимуществами поисковой оптимизации являются – высокая кликабельность, небольшие бюджеты, минимизация негативного рекламного эффекта, высокая конверсия – большая вероятность, что посетитель станет клиентом.</p>
Интернет реклама	<p>Медийная реклама – продвижение сайта медийными средствами, зрелищное восприятие, с помощью ярких изображений, видео, аудио (видеоролики, баннерная реклама).</p> <p>Баннерная реклама – текстово-графический формат объявления.</p> <p>Контекстная реклама – вид интернет-рекламы, носящий интеллектуальный характер, используется для привлечения наиболее заинтересованной в продукте аудитории. Выдаётся на интернет-ресурсах в тесной связи с их содержанием.</p>

	Тизерная реклама – небольшое рекламное объявление, включающее в себя графический элемент (фраза, картинка).
Е-mail-маркетинг	Рассылки по электронной почте информации о товаре (реклама, скидки, новинки).
SMO и SMM продвижение в социальных сетях	Продвижение продукции в Facebook, «ВКонтакте», «Одноклассниках», «Instagram».
Вирусный маркетинг	Воздействие на целевую аудиторию происходит за счет самой аудитории. Предполагает создание «вируса», привлекательного для пользователей рекламной информации, передаваемой ими друг другу в виде развлечения.
Партизанский маркетинг	Продвижение товара или услуги, малобюджетной рекламой, привлечение новых клиентов, вложив мало средств или не вложив их.
Мобильный маркетинг	Мероприятия по продвижению сайта компании с использованием средств сотовой (мобильной) связи.
Партнерский маркетинг	Продвижение (продажи) в сети осуществляются силами посредников за вознаграждение.
Тайм-маркетинг	Технология управления временем клиента в целях повышения эффективности продаж (например, «горячая линия»).
Доверительный маркетинг	Технология, когда у потенциальных клиентов спрашивают разрешение, прежде чем представить им рекламу (например, вначале необходимо «подписаться» на рекламу, на интернет-магазин).
Скрытый маркетинг	Инструмент косвенного продвижения, ненавязчивого воздействия на потребителя, продукции
Интерактивные онлайн-игры	Данный инструмент дает возможность не просто вовлечь потенциальных потребителей в создание новых товаров и построить с ними позитивные взаимоотношения, но и получить удовольствие от процесса игры.

Таблица 1. Классификация основных инструментов Интернет-маркетинга.

Возможности современных Интернет технологий способствуют не только развитию новых форм ведения бизнеса (интернет-магазины), но и качественно новым способам использования традиционных инструментов маркетинга в практической деятельности.

Таким образом, в условиях глобальной информатизации общества, нарастания конкурентной борьбы, успех любого предприятия во многом зависит от грамотно выбранных способов и инструментов продвижения продукции и методов привлечения покупателей. Учитывая глобальные

возможности Интернет среды, широты охвата аудитории, минимизации объема материальных вложений именно Интернет-маркетинг стал одним из перспективных и востребованных направлений маркетинга.

Библиографический список:

1. Панкрухин А. П. Маркетинг: Учеб. для студентов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / А. П. Панкрухин; Гильдия маркетологов. —3-е изд. — М.: Омега-Л, 2005. - 656 с.
2. Соколова И. В. Исследование понятия Интернет-маркетинга // Проблемы современной экономики (Новосибирск). 2014. № 20. С. 112-116.
3. Юрьевская Е. М. Роль Интернет-маркетинга в деятельности коммерческих предприятий // В сборнике: Актуальные проблемы развития хозяйствующих субъектов, территорий и систем регионального и муниципального управления материалы XI международной научно-практической конференции. 2016. С. 290-293.

Балыкина М. Е., магистрант ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет архитектуры и строительства»

Тарасов Р. В., к.т.н., доцент ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет архитектуры и строительства»

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРЕДПРИЯТИЙ КОНДИТЕРСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ПРОДУКЦИИ ЗАО «ПЕНЗЕНСКАЯ КОНДИТЕРСКАЯ ФАБРИКА»)

Аннотация: Стратегически направлением деятельности любого предприятия кондитерской промышленности является привлечение все большего числа покупателей. Маркетинговая политика предприятия в этих условиях должна, в первую очередь, учитывать конкурентные преимущества других производителей аналогичной продукции. Знание сильных и слабых сторон конкурентов позволит руководству компании принять обоснованные и взвешенные решения, направленные на расширение сферы влияния. В статье представлен пример сравнительного анализа деятельности предприятий кондитерской отрасли.

Ключевые слова: кондитерская промышленность, сравнительный анализ, конкуренты.

Abstract: Strategically, the activity of any enterprise of the confectionery industry is to attract a growing number of buyers. Marketing policy of the enterprise in these conditions should, first of all, take into account the competitive advantages of other manufacturers of similar products. Knowledge of the strengths and weaknesses of competitors will allow the company's management to make informed and balanced decisions aimed at expanding the sphere of influence. The article presents an example of a comparative analysis of the activities of enterprises in the confectionery industry.

Keywords: confectionery industry, comparative analysis, competitors.

Серьезные условия конкурентной борьбы на рынке пищевой продукции требуют от руководства предприятий взвешенных организационно-методических решений, направленных на совершенствование деятельности предприятия с позиций расширения рынка сбыта и привлечения покупателя за счет обеспечения высокого качества продукции [1; 2]. Эта работа должна быть системно организована и основываться на анализе рынка с позиций деятельности основных конкурентов.

Эффективным инструментом решения данной задачи является функционально – стоимостный анализ, позволяющий в конечном итоге оценить деятельность предприятия путем сравнительной оценки с основными конкурентами [3].

Проведём сравнительный анализ на примере деятельности предприятия ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика», г. Пенза. ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» - крупнейшее предприятие кондитерской промышленности Пензенской области. Фабрика основана в 1925 году [4]. С 2003 года входит в Холдинг «Объединенные кондитеры». Производство кондитерских изделий сертифицировано по международным стандартам системы менеджмента безопасности пищевых продуктов ГОСТ Р ИСО 22000-2007. Это значит, что на каждом этапе, от закупки сырья до изготовления готовой продукции, проводится тщательный контроль: технологи и специалисты по качеству внимательно следят за соблюдением качества на всех этапах технологического процесса производства. ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» наладила выпуск широкого ассортимента кондитерской продукции. В качестве объекта, по которому проводилась сравнительная оценка предприятий, были выбраны конфеты «Мишка косолапый».

Основными конкурентами ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» в России являются следующие предприятия: ООО «Победа» г. Москва и кондитерская фабрика им. Н. К. Крупской, г. Санкт-Петербург.

ООО «Победа» - российская компания, основанная в 1999 году, производитель шоколада и кондитерских изделий, наиболее известная по

шоколадным плиткам и шоколадным конфетам. Основные торговые марки – «Победа вкуса», «Мишки в лесу», «Соната», «Птица счастья».

Кондитерская фабрика им. Н.К. Крупской была основана в 1938 году. С 2015 года фабрика входит в один из крупнейших российских кондитерских холдингов «Славянка» Самые известные бренды кондитерской фабрики: «Особый», «Вернисаж», «Мишка на севере», «Русские сезоны», «Караван пустыни», «Летний Сад», «Санкт-Петербург», «Петербургские ночи», «КФК Ассорти».

Для оценки конкурентных преимуществ были выбраны несколько характеристик деятельности предприятия, а именно: ассортимент продукции, экспорт продукции, наличие сайта, опыт на рынке и соответствие продукции требованиям НД (ГОСТ 4570-2014 «Конфеты. Общие технические условия»). Значения показателей оцениваемых предприятий представлены в таблице 1.

Наименование предприятия	Наименование характеристики	Значение характеристики
ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»	Ассортимент продукции	100
	Экспорт продукции	«5»: экспортируется большинство наименований выпускаемой продукции
	Наличие сайта	«5»: есть сайт
	Опыт на рынке	93 года
	Соответствие продукции требованиям НД	«5»: соответствует
ООО «Победа»	Ассортимент продукции	50
	Экспорт продукции	«4»: экспортируется несколько наименований выпускаемой продукции
	Наличие сайта	«5»: есть сайт
	Опыт на рынке	19 лет
	Соответствие продукции требованиям НД	«5»: соответствует
Кондитерская фабрика им. Н.К. Крупской	Ассортимент продукции	100
	Экспорт продукции	«5»: экспортируется большинство наименований выпускаемой продукции
	Наличие сайта	«5»: есть сайт
	Опыт на рынке	80 лет
	Соответствие продукции требованиям НД	«5»: соответствует

Таблица 1 - Значения основных характеристик предприятий.

Для оценки комплексного приоритета выпускаемой продукции необходимо знать стоимость продукции, по которой производится сравнение предприятий. Распределение стоимости конфет «Мишка косолапый» расфасовкой по 250 гр. следующее:

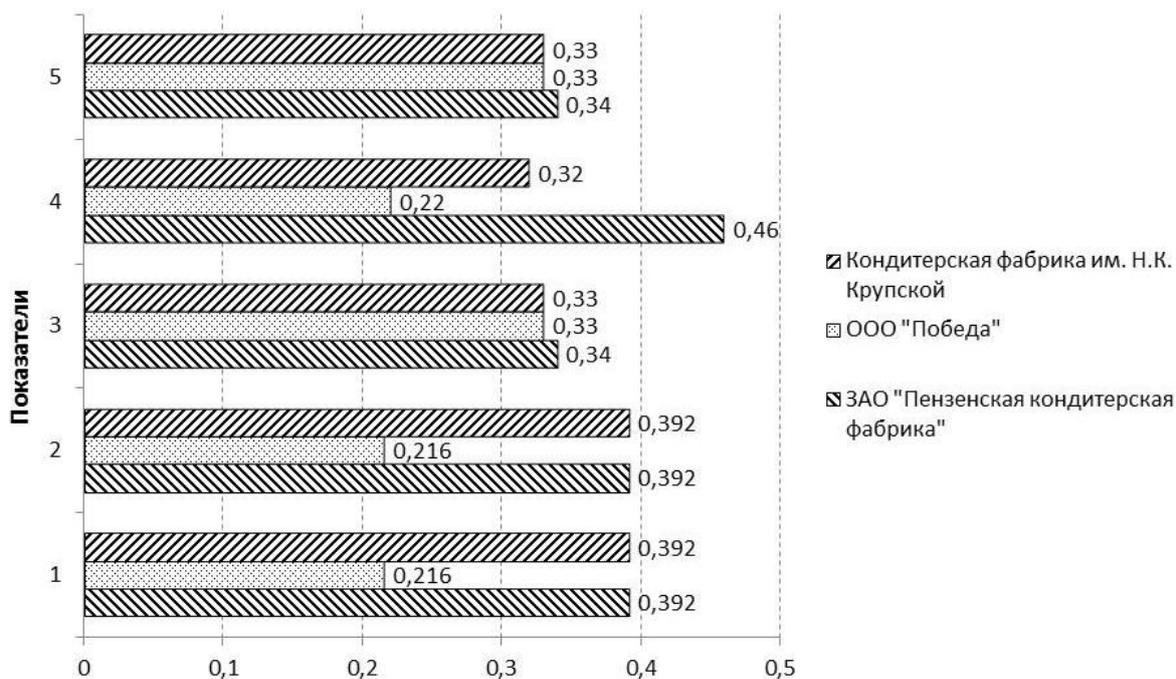
- 1) ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»: 178 руб.
- 2) ООО «Победа»: 188 руб.
- 3) Кондитерская фабрика имени Н.К. Крупской: 185 руб.

Для оценки деятельности сравниваемых предприятий предварительно необходимо оценить значимость каждого критерия. Диаграмма значимости показателей, полученная экспертным методом, представлена на рис.1.



Рисунок 1 – Значимость критериев оценки деятельности предприятия.

Сравнительная оценка предприятий по пяти рассматриваемым параметрам представлена на рис.2.



Относительные значения приоритета предприятий

Показатели:

1 – ассортимент продукции;

4 – опыт на рынке;

2 – экспорт продукции;

5 – соответствие требованиям НД;

3 – наличие сайта;

Рисунок 2 – Сравнительная оценка деятельности предприятий.

После проведения сравнительной оценки предприятий по показателям был произведен расчет показателя комплексного приоритета (табл. 2).

Наименование предприятия	Наименование характеристики					Итого
	Ассортимент продукции	Экспорт продукции	Наличие сайта	Опыт на рынке	Соответствие продукции требованиям НД	
ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»	0,392	0,392	0,33	0,46	0,33	
ООО «Победа»	0,216	0,216	0,33	0,22	0,33	
Кондитерская фабрика им. Н.К. Крупской	0,392	0,392	0,33	0,32	0,33	
Значимость характеристики	0,217	0,174	0,12	0,197	0,292	
Комплексный приоритет ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»	0,085	0,068	0,0396	0,091	0,0396	0,3232
Комплексный приоритет ООО	0,047	0,038	0,0396	0,043	0,0396	0,2072

«Победа»						
Комплексный приоритет кондитерская фабрики им. Н.К. Крупской	0,085	0,068	0,0396	0,063	0,0396	0,2952

Таблица 2 - Расчет показателя комплексного приоритета.

Комплексный приоритет в пересчете на единицу стоимости составил:

1. ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»: $0,3232/178=0,0018$;
2. ООО «Победа»: $0,2072/188=0,001$
3. Кондитерская фабрика им. Н.К. Крупской: $0,2952/185=0,0016$

Анализ полученных результатов свидетельствует о том, что для потребителя рассматриваемой продукции наиболее предпочтительным является вариант, предлагаемый предприятием ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика». При пересчете приоритета на единицу стоимости, установившийся порядок предпочтения не меняется.

Библиографический список:

3. Костаков М. В. Конкурентоспособность продукции: подход к экономическому содержанию и методы оценки // Экономика и социум. 2016. №12-1(31). С.1529-1533.
4. Никольская В. А. Методические подходы к оценке конкурентоспособности продукции // Экономика и менеджмент систем управления. 2013. №1. С.73-80.
5. Логанина В. И., Макарова Л. В., Тарасов Р. В. Обеспечение качества и повышение конкурентоспособности строительной продукции: монография. Пенза: ПГУАС, 2014. 176 с.
6. ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика». - [Электронный ресурс] – Режим доступа - URL: <http://www.uniconf.ru/factories/pkf/>.

Курдова М. А., старший преподаватель, Пензенский государственный университет архитектуры и строительства

Трубникова Е. А., студентка, Пензенский государственный университет архитектуры и строительства

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ДЕНЕЖНОГО РЫНКА РФ

Аннотация: Деньги служат необходимым активным элементом и составной частью экономической деятельности общества, отношений между различными участниками и звеньями воспроизводственного процесса. В статье представлен анализ современного состояния денежного рынка РФ, определены основные направления его развития.

Ключевые слова: деньги, денежная масса, денежная система, финансовая система, агрегат, наличные и безналичные деньги, денежно - кредитная политика.

Abstract: Money is a necessary active element and an integral part of the economic activity of society, the relations between the various participants and the links of the reproductive process. The article presents an analysis of the current state of the money market of the Russian Federation, the main directions of its development.

Key words: money, money supply, monetary system, financial system, the aggregate cash and non-cash money, monetary policy.

Важнейшим количественным показателем денежного обращения является денежная масса, так как согласно постулатам количественной теории, а именно Кембриджской школы, величина денежной массы влияет на объем

национального производства, на занятость, процентные ставки, уровень цен. Таким образом, внимание к показателям, характеризующим объем и динамику денежной массы, является своевременным и актуальным.

Денежная масса — совокупность всех денежных средств, обеспечивающих обращение товаров и услуг, находящихся в распоряжении экономических агентов. Для измерения количества денег в обращении используются денежные агрегаты, которые представляют собой суммарные показатели объема и структуры денежной массы, отличающиеся друг от друга по степени охвата финансовых активов и уровня их ликвидности [2, с. 35].

В России в наличном обращении находится сейчас 6 млрд 189,1 млн банкнот на 9 трлн 451,9 млрд рублей и 65,641 млрд монет на сумму 95,7 млрд рублей. Такие данные приводятся в сводке «Структура наличной денежной массы в обращении по состоянию на 1 января 2018 года», опубликованной в «Вестнике Банка России».

Общая сумма находящихся в обращении **наличных денег** на 1 января равна 9 трлн 547,6 млрд рублей. **За год** она **выросла** на 745,6 млрд рублей, или 8,5% (с 8,802 трлн на 1 января 2017-го), в том числе сумма денег, обращающихся в виде банкнот, увеличилась на 738,8 млрд рублей (также на 8,5%), в виде монет — на 6,8 млрд (плюс 7,6%). **За IV квартал 2017 года** сумма находящихся в обращении наличных денег выросла на 641,7 млрд рублей (с 8 трлн 905,9 млрд рублей на 1 октября), причем в октябре и ноябре показатель снижался, а скачок пришелся на **декабрь** (плюс 672,3 млрд к 8 трлн 875,3 млрд рублей на начало месяца), свидетельствуют данные ЦБ.

Объем национальной денежной массы за март 2018 года возрос на 111,8 млн руб. (+4,7%), до 2 502,5 млн руб. В её структуре отмечен рост как наличных денег в обращении (вне касс банков) на 17,2 млн руб. (+1,9%), до 934,5 млн руб., так и объёма безналичной составляющей, который увеличился на 94,7 млн руб. (+6,4%), до 1 568,0 млн руб. Динамика последней в основном была обусловлена повышением остатков средств на депозитах до востребования на 96,0 млн руб. (+7,1%), до 1 443,3 млн руб. Наряду с этим остатки средств на срочных депозитах незначительно сократились, на 1,3 млн

руб. (-1,1%), до 123,5 млн руб. В результате коэффициент наличности сложился на отметке 37,3% (-1,1 п.п.) (рис. 1).

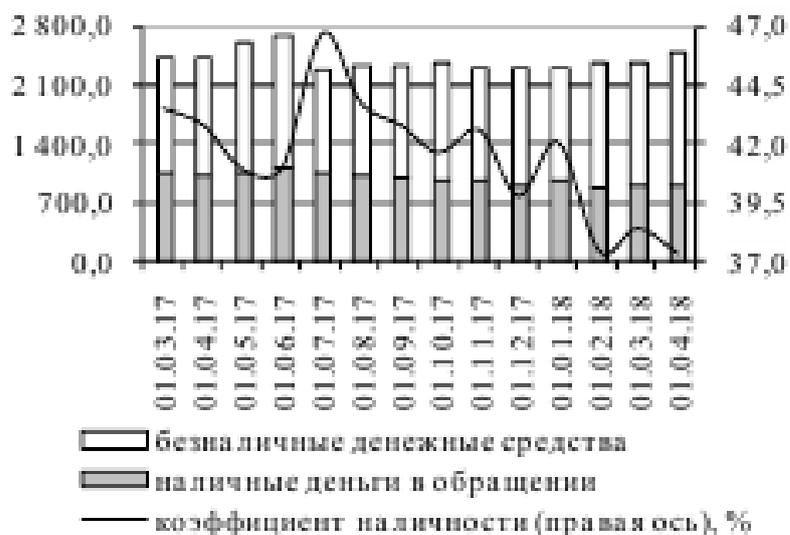


Рис. 1 Динамика национальной денежной массы, млн. руб.

Объём денежной массы, номинированной в иностранной валюте, расширился на 0,1% до 5 293,8 млн руб. Таким образом, коэффициент валютизации совокупного денежного предложения составил 67,9% (-1,0 п.п.) Размер денежной базы за март 2018 года возрос на 3,6 млн руб. (+0,2%) и на 1 апреля сложился на уровне 1 757,7 млн руб. При этом остатки средств на корреспондентских счетах кредитных организаций в Приднестровском республиканском банке сократились на 1,2 млн руб. (-0,2%), до 722,8 млн руб., сумма наличности в кассах банков уменьшилась на 12,3 млн руб. (-10,9%), до 100,4 млн руб. (рис. 2).

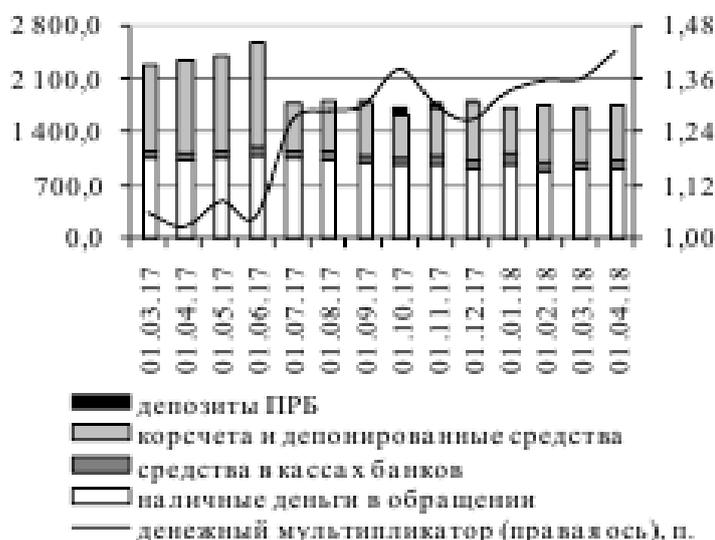


Рис. 2 Динамика денежной базы и мультипликатора M2х, млн. руб.

Денежный мультипликатор (отношение денежной массы к денежной базе) на 1 апреля 2018 года составил 1,42 против 1,36 на начало марта.

В составе денежной массы объем наличных денег в обращении вне банковской системы (денежный агрегат M0) увеличился за месяц на 3,2% - до 8 трлн 712,3 млрд руб. За 4 месяца показатель вырос также на 3,2%. Денежный агрегат M2 (таблица 1) включает денежный агрегат M1 (включает наличные деньги в обращении вне банковской системы (денежный агрегат M0) и остатки средств в национальной валюте на расчетных, текущих и иных счетах до востребования населения, нефинансовых и финансовых (кроме кредитных) организаций, являющихся резидентами РФ) и остатки средств в национальной валюте на счетах срочных депозитов и иных привлеченных на срок средств населения, нефинансовых и финансовых (кроме кредитных) организаций, являющихся резидентами РФ [3].

Года	Денежная масса (M2), млрд. руб.	Наличные деньги вне банковской системы (M0), млрд. руб.	Переводные депозиты, млрд. руб.	Другие депозиты, млрд. руб.	Удельный вес M0 и M2, %
2011	20011,9	5062,7	5797,1	9152,0	25,3
2012	24204,8	5938,6	6818,3	11447,9	24,5
2013	27164,6	6430,1	7264,0	13470,6	23,7
2014	31155,6	6985,6	8526,3	15643,7	22,4
2015	31615,7	7171,5	8170,0	16274,3	22,7
2016	35179,7	7239,1	9276,4	18664,1	20,6
2017	38417,9	7714,8	9927,6	20775,5	20,1
2018	44 892,1	8 980,9	10 258,5	21 835	19,8

Таблица 1. Динамика денежной массы (M2) в России за 2011-2018 гг. на начало года (данные Банка России).

Можно заметить, что за несколько лет динамика денежной массы подверглась изменениям. В таблице 1 мы можем проследить заметное увеличение с 2011 по 2018 года денежной массы (M2). Но также заметно

сокращение удельного веса ($M0$) на 5,5 %, что означает уменьшение объема денег, выпущенных Центральным Банком РФ.

Соответствие денежной массы потребностям экономики характеризуется показателем коэффициента монетизации. Коэффициент монетизации, который представляет собой отношение денежной массы к ВВП, увеличивался, но уровень его очень низок по сравнению с другими странами. Считается, что для развитой страны монетизация должна составлять не менее 70–80 %, а чем ниже монетизация экономики, тем выше инфляция. В 2015 году он составил 40 %, но при этом наблюдается тренд к увеличению. Таким образом, можно сделать вывод, что экономика РФ недостаточно обеспечена деньгами и уровень инфляции в стране высокий. Что касается показателя, обратному коэффициенту монетизации, а именно скорости обращения денег, в 2015 году она составила 2,52 оборота в год. Снижение количества обращения денежной массы свидетельствует о снижении оборачиваемости денежных агрегатов, т. е. их ликвидности. Причинами такой тенденции могут быть инфляция, неразвитость производства, несовершенство безналичных платежей, высокая процентная ставка на денежном рынке, низкая предельная склонность населения к потреблению, а также большая доля наличных в денежной массе.

В 2017 году экономика Российской Федерации по оценкам правительства официально вышла из кризиса. Однако аналитики называют рост неустойчивым, тем более что к концу года он ощутимо замедлился. Если во втором квартале ВВП увеличился на 2,5%, то в третьем — только на 1,8%. Окончательных данных по последнему кварталу еще нет, но, скорее всего, они не превысят одного процента. А это значит, что по итогам года экономика вырастет только на 1,4%, что значительно ниже спрогнозированных Минэкономразвития 2,1% роста. Торможение в последнем квартале даже породило опасения, что Россия снова входит в рецессию, не успев толком из нее выйти. Промышленность вызвала самую большую обеспокоенность, снизившись в ноябре на 3,6% (максимальный спад с октября 2009).

Министерство экономического развития Российской Федерации представило три сценария социально-экономического развития на период с 2018 по 2020 годы. Традиционно сценарии градируются на: консервативный; базовый; целевой.

Все три варианта развития событий для экономики предполагают, что кредитно-денежная политика будет и дальше реализовываться в режиме таргетирования инфляции. Предполагается, что такой подход обеспечит инфляцию на уровне в 4% за каждый год планируемого периода. Одновременно значение базовой цены нефти марки «Юралс» принято за 40 долл. США за один баррель, за исключением консервативного подхода. При этом на протяжении всего периода составления прогноза сохраняется предположение о продолжении действия финансовых и иных санкций, а также контрсанкций.

Согласно базовому сценарию, в 2019 и 2020 годах ожидается стабилизация рубля в реальном выражении, но ослабление в номинальном до 68 руб. за 1 долл. США. Одновременно будет происходить постепенное увеличение темпов роста экономики вплоть до 2,3% в 2020-м году. Данное ускорение произойдет преимущественно за счет увеличения инвестиций в основной капитал (примерно на уровне 5,3% в год).

Целевой сценарий предполагает большую эффективность реализации мер по преодолению структурных ограничений экономического роста как в области создания и модернизации основных фондов. Темпы роста экономики при реализации целевого сценария, соответственно, будут выше, нежели в базовом варианте и к 2020-му году составят 3,1% [1; 4].

Консервативный прогноз определяется предположением о существенном замедлении мирового экономического роста. Что приведет, в свою очередь, к падению цен на «Юралс» до 35 долл./барр. с сохранением этого значения вплоть до окончания прогнозного периода. Среднегодовой курс рубля при консервативном сценарии – 70,3 руб./долл. США. Инфляция также может превысить целевой уровень. Темп роста ВВП в 2018-м году упал до 0,8%, а в 2020-м году составит 1,5%.

В настоящее время государство выполняет значительный спектр функций по устранению провалов денежного рынка России, в том числе через совершенствование работы финансовых институтов, имеющих системообразующий характер, реализацию объективной денежно-кредитной политики, внедрение новых стандартов регулирования, финансового контроля и мониторинга, а также диверсификацию рисков. В рамках комплексного развития денежного рынка России основные перспективы связаны с тремя аспектами: развитие экспорта продукции по контрактам, номинированных в рублях, при этом российский рубль выступает платежным средством по этим контрактам; продолжение сбалансированной суверенной финансовой политики в целях повышения финансовой безопасности национальной экономической системы; стимулирование притока капитала в страну на условиях кредитования хозяйствующих субъектов, ориентированных на экспорт готовой продукции.

С точки зрения перспектив развития денежного рынка России это позволит минимизировать издержки, связанные с колебаниям курсов валют, а также повысит прозрачность финансово-экономических операций и расчетов. В совокупности это позволит улучшить условия для привлечения капитала на рынок краткосрочных обязательств. В свою очередь, ускорится развитие рынка краткосрочных инструментов за повышения заинтересованности международных субъектов экономической и финансовой деятельности в инструментах, номинированных в рублях, что будет стимулировать спрос на рубль в целом. В результате, повысится устойчивость денежного рынка к внешним воздействиям негативного характера, что будет способствовать его стабильному поступательному росту.

На внешнем направлении развития денежного рынка стратегические перспективы денежного рынка России связаны с расширением экономического и финансового сотрудничества с развивающимися странами, усилением позиций России в ЕАЭС, ШОС, БРИКС. Ключевым ориентиром является проведение Россией независимой внешней политики несмотря на экономические санкции и смена основного вектора внешней политики с

европейского на азиатский регион, а также подготовка к условиям работы в многополярном мире. Реализация данных перспектив будет определяться эффективностью адаптации к новым внешним условиям, результативностью проводимых структурных преобразований и реализуемыми государством мерами. Все это окажет существенное влияние на денежный рынок и позволит ему начать эволюционировать в новых экономических условиях.

Библиографический список:

1. Федеральный закон "О федеральном бюджете на 2018 год и на плановый период 2019 и 2020 годов" от 05.12.2017 N 362-ФЗ (последняя редакция) // Собрание законодательства Российской Федерации, 2017. N 50. ст. 7533; 2018. N 28. ст. 415.
2. Никонова Ю. С., Власенко Р. Д. Анализ структуры и динамики денежной массы России // Молодой ученый. - 2016. - №10. – С. 797-800.
3. Седова Е. А. Анализ динамики денежной массы российской экономики // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сб. ст. по мат. LXI междунар. студ. науч.-практ. конф. № 1(61). URL: [https://sibac.info/archive/economy/1\(61\).pdf](https://sibac.info/archive/economy/1(61).pdf).
4. <https://www.minfin.ru> - Официальный сайт Министерства финансов РФ.

*Горин С. С., магистрант кафедры «Защита в чрезвычайных ситуациях»
ПКИТ (ф) ФГБОУ ВО «Московский государственный университет технологий
и управления им. К. Г. Разумовского (Первый казачий университет)»*

*Паршина А. Ю., магистрант кафедры «Защита в чрезвычайных ситуациях»
ПКИТ (ф) ФГБОУ ВО «Московский государственный университет технологий
и управления им. К. Г. Разумовского (Первый казачий университет)»*

*Мартынюк В. А., магистрант кафедры «Защита в чрезвычайных ситуациях»
ПКИТ (ф) ФГБОУ ВО «Московский государственный университет технологий
и управления им. К. Г. Разумовского (Первый казачий университет)»*

*Гуляева Э. Ю., студент кафедры «Защита в чрезвычайных ситуациях»
ПКИТ (ф) ФГБОУ ВО «Московский государственный университет технологий
и управления им. К. Г. Разумовского (Первый казачий университет)»*

КОМПЛЕКС МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПРЕДОТВРАЩЕНИЮ ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЙ

Аннотация: В статье рассматривается проблема предотвращения чрезвычайных ситуаций в условиях действующего производства. В качестве объекта исследования выбрано электрохимическое производство и показано комплексное решение поставленной задачи. Показано, что грамотно выбрав тип покрытия и, соответственно, технологический раствор для его получения, можно одновременно решить и экологическую и противопожарную проблему. Подобрать оптимальную систему очистки, можно исключить вероятность попадания токсичных веществ в сточные воды. При этом из осадка можно выделять ценные компоненты и возвращать их в технологический цикл.

Ключевые слова: пожарная безопасность; чрезвычайные ситуации; производственные помещения; электрохимический цех; автоматизация; сточные воды; возгорания.

Annotation: The article deals with the problem of preventing emergencies in the current production conditions. Electrochemical production was selected as an object of study and a complex solution of the problem was shown. It is shown that by correctly choosing the type of coating and, accordingly, the technological solution for its preparation, it is possible to simultaneously solve both the environmental and fire prevention problem. By selecting the optimal treatment system, you can eliminate the likelihood of toxic substances in the wastewater. In this case, valuable components can be isolated from the sediment and returned to the production cycle.

Keywords: fire safety; emergencies; industrial premises; electrochemical shop; automation; wastewater; fire.

Введение

Предотвращение чрезвычайных ситуаций является важнейшей задачей для всех предприятий и организаций. Связано это в первую очередь с возможностью сохранения жизни и здоровья населения, а также с предотвращением порчи материальных ценностей [1; 2]. Актуальность такой работы сложно переоценить, однако, несмотря на все старания, количество чрезвычайных ситуаций техногенного характера постоянно возрастает.

Цель работы. Показать возможность комплексного подхода к решению вопросов экологической и противопожарной проблемы на примере электрохимического производства.

Материалы и результаты исследований.

Работа по предотвращению чрезвычайных ситуаций должна начинаться с анализа возможных причин возникновения проблем. К местам массового пребывания людей относят практически все общественные учреждения, магазины, стадионы, спортивные объекты. Особо выделяют учебные и дошкольные учреждения. Систематизация имеющихся данных по характеру возникновения чрезвычайных ситуаций показывает, что на первом месте стоят пожары. Причем, причины пожаров различны, однако большинство возгораний

связано с нарушением правил противопожарной безопасности и неисправной электропроводкой.

В случае с производственными объектами, к вышеперечисленным причинам возгораний присоединяются также и специфические проблемы, связанные с особенностями конкретного предприятия. Например, рассматривая опасные, с экологической точки зрения, электрохимические производства следует отметить большой объем высококонцентрированных сточных вод [3, с. 23]. Безусловно, вероятность возгораний в электрохимическом производстве связана также с наличием в технологическом процессе различных легковоспламеняемых, а иногда и взрывоопасных веществ [4; 5].

Решать вопрос безопасности производственных помещений необходимо комплексно, по-возможности, выводя из обращения опасные и токсичные вещества, внедряя автоматизацию технологических процессов и современные противопожарные установки (включая раннее обнаружение возгораний и автоматическую систему пожаротушений) [6; 7]. При этом не следует забывать о качественной подготовке персонала. Как бы это странно не звучало, но чаще всего в производственных чрезвычайных ситуациях виноваты именно люди. Связано это с низкой культурой производства, плохой информированностью персонала или простой халатностью в вопросах безопасности. Зачастую, человек настолько привыкает к монотонной работе, что перестает воспринимать реально существующую опасность, в результате пренебрегает элементарными правилами безопасности [8; 9].

Проблемы электрохимических цехов, связанных с использованием агрессивных по отношению к окружающей среде химикатами можно решить путем внедрения на производстве автоматизированной системы выбора типа покрытия. Данная система позволяет, исходя из условий эксплуатации конкретного изделия, выбирать не только тип покрытия, но и раствор электролита, из которого такое покрытие можно получить методом электроосаждения [10; 11]. При этом технологу предлагается «на выбор»

несколько химических составов таких растворов с указанием степени их экологической опасности.

Комплексная система автоматизации производства включает в себя систему мониторинга и контроля параметров технологического процесса, за дозировкой химикатов и качеством полуфабрикатов, предотвращая образование брака. Кроме того, в единую систему автоматизации должны быть встроены датчики обнаружения возгораний, задымлений с мгновенной передачей информации на пульт дежурного оператора.

Решая вопрос токсичных сточных вод можно заменить применяемую сейчас реагентную систему очистки на ионообменный метод.

Реагентный метод очистки сточных вод имеет ряд значительных недостатков, связанных с тем, что образующийся шлам нельзя (невыгодно) перерабатывать и извлекать отдельные соли металлов. Кроме того, вода, полученная в результате такой очистки, не является настолько чистой, чтобы можно было бы её повторно использовать. Очистка стоков этим методом не позволяет соблюсти требования по взвешям и другим характеристикам. Поэтому требует сброса с производственных на городские очистные сооружения (рисунок 1).

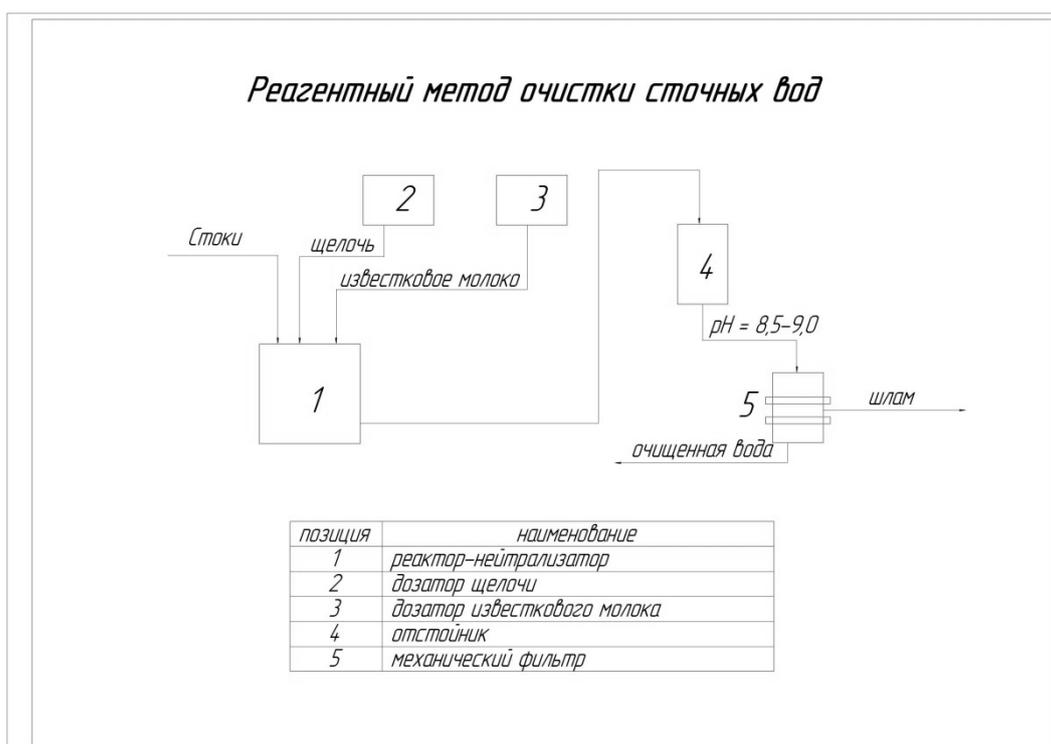


Рисунок 1 – Схема реагентного метода очистки.

Сам метод заключается в том, чтобы «усреднить» по кислотности поступающие стоки в сборнике 1, ведь туда поступают и кислотные и щелочные отработанные растворы с разных технологических операций. Далее из дозаторов 2 и 3 подается флокулянт и раствор реагентов, позволяющих осадить металлы в виде гидроксидов и карбонатов в отстойнике 4. Проходя фильтр 5, стоки делятся на две части: шлам вывозят на захоронение, а очищенную воду подают на городские очистные сооружения. Основным достоинством метода является его простота и дешевизна применяемых реагентов.

Произведя замену реагентной очистки на ионообменную можно добиться практически полной очистки сточных вод. Вполне возможна очистка в соответствии с требованиями предельно-допустимых концентраций по конкретным ионам металлов. При этом последующий поэтапный съем осажденных на ионообменных смолах металлов позволит не только разделить металлы (соли), но и вернуть ценные компоненты в производственный процесс (провести рекуперацию).

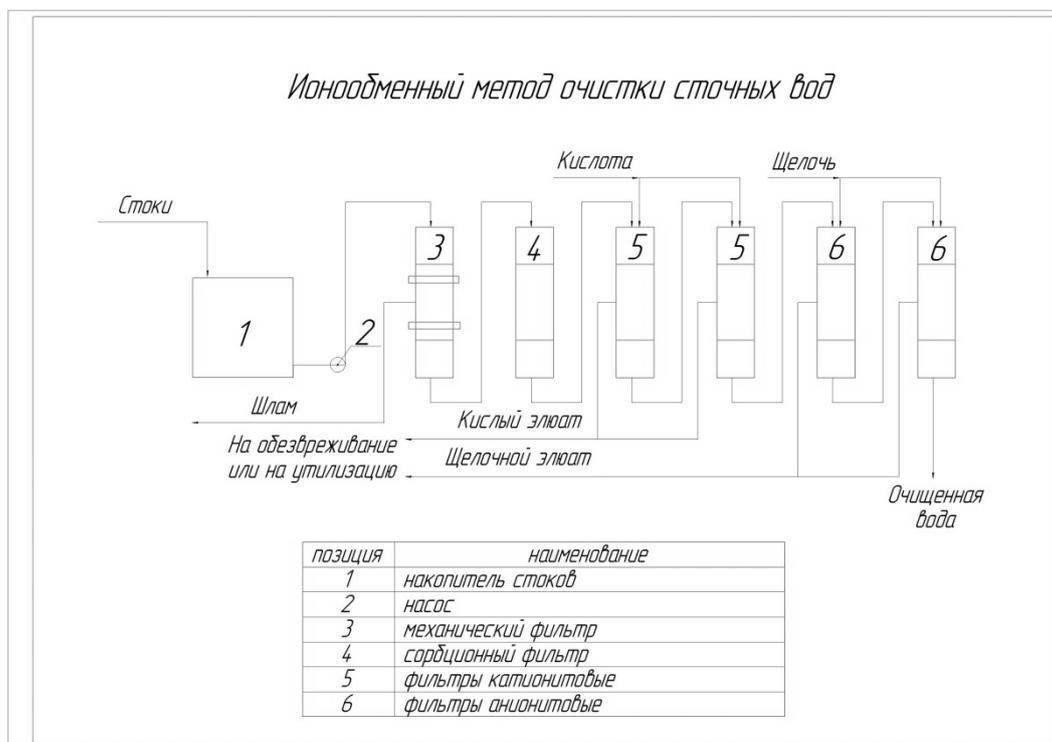


Рисунок 2 – Схема ионообменного метода очистки.

Суть очистки заключается в том, что из сборника 1 и последующего механического 3 и сорбционного фильтра 4, насосами 2 стоки подаются сначала на катионитовые колонны 5, затем на анионитовые колонны 6. В результате из стоков сначала удаляются все катионы металлов, а затем все анионные остатки и на выходе можно получить чистую воду, вполне пригодную для возврата в цех (рисунок 2).

Безусловно, у ионообменной очистки также есть недостатки (дороговизна, необходимость предварительной очистки и разбавления стоков и т.д.), но ведь в качестве неоспоримого преимущества мы получаем практически полностью очищенные стоки, которые не сбрасываются и не загрязняют окружающее пространство, а возвращаются в виде чистой воды и ценных компонентов обратно в технологический цикл.

Выводы.

Анализируя все вышесказанное, можно сделать выводы о необходимости комплексного подхода к рассмотрению вопросов экологической и технологической безопасности производственных процессов. А внедрение автоматизации позволит не только улучшить качество получаемой продукции, но и сократить вероятность чрезвычайных ситуаций на производстве.

Библиографический список:

1. Анофриков В. Е., Бобок С. А., Дудко М. Н., Елистратов Г. Д. Безопасность жизнедеятельности: Учебное пособие для вузов/ ГУУ. – М.: ЗАО "Финстатинформ", 1999.

2. Виноградова Н. А., Виноградов О. С. Система автоматизированного управления для электрохимического производства //Приоритетные направления развития науки и образования. Монография. Под общей редакцией Г. Ю. Гуляева. Пенза, 2017. С. 165 – 173.

3. Виноградов О .С. Выбор типа гальванического покрытия с помощью компьютера //Учеб. пособие : [Для студентов спец. 250300 "Технология

электрохим. пр-в"] / О. С. Виноградов; М-во образования Рос. Федерации, Пенз. гос. ун-т. Пенза, 2003.

4. Казаков В. А., Виноградов О. С., Гуляева Н. А., Таранцева Б. Л. Снижение экологической опасности электрохимических производств // Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В. Г. Белинского. 2011. № 25. С. 579 – 581.

5. Казаков В. А., Виноградов О. С., Виноградова Н. А., Таранцева Б. Л. Модернизация электрохимических производств с целью снижения экологической опасности // XXI век: Итоги прошлого и проблемы настоящего плюс. 2014. №5 (21). С.195 – 198.

6. Казаков В. А., Виноградов О. С., Виноградова Н. А. Комплексный подход к автоматизации электрохимического производства // Экономика и управление. 2015. № 1 (111). С. 60 – 66.

7. Казаков В. А., Виноградов О. С., Виноградова Н. А., Наумов Л. В., Макришина М.В. Предупреждение чрезвычайных ситуаций в электрохимических производствах // Научные и образовательные проблемы гражданской защиты. 2012. №1. С.52 – 57.

8. Коротчик Л. А. Пожарно-технический минимум (методическое пособие). – М.: Институт риска и безопасности, 2003. – 155 с.

9. Мастрюков Б. С. Опасные ситуации техногенного характера и защита от них. Учебник для вузов / Б. С. Мастрюков.- М.: Академия, 2009. – 320 с.: ил.

10. Тихомиров О. И. Пособие по пожарной безопасности. - М.: НЦ ЭНАС. – 2014. – 64 с.

11. Шишкин Н. К. Безопасность в чрезвычайных ситуациях: Учебник. / Н. К. Шишкин. – М., ГУУ, 2000.

Свитич Ольга Николаевна, *старший преподаватель,*

ФГБОУ ВО «Петрозаводский государственный университет», Россия, г.

Петрозаводск

ТОВАРИЩЕСКАЯ ВСТРЕЧА ПО ВОЛЕЙБОЛУ СТУДЕНТОВ СО ШКОЛЬНИКАМИ

Аннотация: В статье рассматривается профориентационная работа, проводимая кафедрой физической культуры ПетрГУ. Показан, один из возможностей кафедры физической культуры по приглашению школьников на товарищескую встречу по волейболу со студентами элективного направления «Волейбол».

Ключевые слова: Студенты, школьники, волейбол, профориентационная работа, университет, кафедра физической культуры.

Abstract: The article discusses career guidance work conducted by the Department of Physical Culture of PetrSU. One of the possibilities of the Department of Physical Education at the invitation of schoolchildren to a friendly meeting in volleyball with students of the elective direction "Volleyball" is shown.

Keywords: Students, schoolchildren, volleyball, vocational guidance work, university, department of physical culture.

Одной из задач кафедры физической культуры является работа со школьниками. В период каникул проводятся спортивные встречи студентов вуза и школьников. Преподаватели кафедры, принимают активное участие в данном направлении спортивного мероприятия.

Профориентационная работа - это целый комплекс мероприятий, направленный на помощь в самоопределении и выборе профессиональной

деятельности молодых людей, вступающих во взрослую жизнь (выпускников общеобразовательных школ, лицеев, гимназий), а также в их дальнейшем личностном и профессиональном росте. Благодаря целенаправленной профориентационной работе у учащихся формируются компетентности, позволяющие им адаптироваться на рынке труда.

Цель мероприятия заключается в том, чтобы познакомить школьников с возможностями вуза, обратить внимание и мотивировать на образование в данном университете со стороны спортивных мероприятий [2]. Кто поступит и станет студентом, найдут свой интерес в одном из предлагаемых направлений кафедры физическая культура по спортивным элективам.

В рамках профориентационной программы кафедра физической культуры проводит "Спортивные каникулы в ПетрГУ", где проходила товарищеская встреча по волейболу, между студентами элективного направления «Волейбол» и школьниками гимназий №17.

Школьники с углубленным изучением иностранных языков - английского, немецкого и французского. В истории Петрозаводска и Карелий школа № 17 вошла, прежде всего, как первая школа с углубленным изучением иностранных языков. Школа основана 27августа 1963 года.

Волейбол — вид спорта, командная спортивная игра, в процессе которой две команды соревнуются на специальной площадке, разделённой сеткой, стремясь направить мяч на сторону соперника таким образом, чтобы он приземлился на площадке противника (добить до пола), либо чтобы игрок защищающейся команды допустил ошибку [1]. Волейбол игра коллективная и успешность действий достигается едиными усилиями всех членов команды. Действия каждого игрока диктуются выполняемыми функциями его в команде, но подчинены общим задачам команды.

Игра была насыщена большим количеством интересных игровых моментов и дружеской поддержки. Различные игровые ситуаций вызывали разные эмоций, от восторга и удовлетворения до разочарования и спортивной злости. Игра получилась очень интересной, с различными распасовками и

неординарным завершением атаки, от взаимодействия игроков, как одной и другой команды.

Волейбол игра командная и все шесть игроков на площадке, являются, единым организмом и каждая из команд была заряжена на победу, никто из игроков команды не хотел проигрывать. Несмотря на то, что в команде студентов были опытные игроки, команда школьников не хотела проигрывать. Было видно, что учащиеся гимназий №17, хорошо подготовились к товарищескому матчу со студентами университета. Поддерживали словом, помогали и подсказывали друг другу в игровых моментах. По окончании игры у всех были приятные впечатления и положительные эмоций. Благодаря данной программе по профориентаций, ребята познакомились и обсудили разные игровые эпизоды и моменты игры.

В качестве поощрительных призов, всем участникам товарищеских игры были вручены информационные проспекты институтов ПетрГУ, подарочные посещения в бассейн "Онего" и тренажерный зал "Фитнесс-Холл"; студенты поделились своим опытом поступления в ВУЗ, сдачи экзаменов и впечатлениями от первых месяцев учебы в ВУЗе.

После проведенной игры команды поблагодарили друг друга за игру и договорились встретиться на матче-реванше.

Библиографический список:

1. Клещев Ю. Н., Фурманов А. Г. Юный волейболист. Учебник - М.: ФиС, 1979г. -127с.
2. Ю. Д. Железняк, Л. Н. Слупский "Волейбол в школе: пособие для учителя" — М.: Просвещение, 1989.- 67 с.

Малышев А. А., кандидат экономических наук, доцент,

Пензенский государственный университет архитектуры и строительства,

Пенза, Россия

Салмова А. В., магистр,

Пензенский государственный университет архитектуры и строительства,

Пенза, Россия

ПОВЫШЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ОСНОВЕ ИНСТРУМЕНТОВ МАРКЕТИНГОВОГО АУДИТА

Аннотация: В данной статье проанализированы подходы к сущности маркетингового аудита, проведено исследование маркетинговой деятельности ИП Тоцкая, сеть магазинов «Планета земля» на основе инструментов маркетингового аудита. Разработаны рекомендации по повышению результативности маркетинговой деятельности ИП Тоцкая, сеть магазинов «Планета земля».

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговая деятельность, результативность маркетинговой деятельности, инструменты маркетингового аудита.

Annotation: This article analyzes the approaches to the essence of the marketing audit, conducted a study of the marketing activities of IP Totskaya, the Planet Earth store chain based on the marketing audit tools. Developed recommendations to improve the effectiveness of marketing activities IP Totskaya, a network of stores "Planet Earth".

Keywords: marketing, marketing activities, the effectiveness of marketing activities, marketing audit tools.

На сегодняшний момент времени маркетинговый аудит позволяет просчитать важные события, которые могут сильно сказаться на положении фирмы на рынке, перечислить максимально возможное число опасностей и возможностей и их влияние на деятельность фирмы.

Ф. Котлер считает, что маркетинговый аудит – это комплексное, системное, независимое и регулярное наблюдение маркетинговой среды предприятия, его целей, стратегий и деятельности с целью определить проблемные сферы, возможности и мероприятия для улучшения эффективности маркетинга предприятия [2, с. 56].

Маркетинговый аудит включает в себя [2, с. 136]:

- аудит рынка;
- комплексный внутренний и внешний анализ среды маркетинга (концепция «6С»);
- оценку рыночного потенциала и устойчивости компании на рынке;
- оценку миссии, целей маркетинга и ресурсного обеспечения;
- оценку эффективности стратегии маркетинга и комплекса маркетинга;
- анализ эффективности бизнес-процессов маркетинга.

ИП Тоцкая, сеть магазинов «Планета земля»- это сеть магазинов с большим ассортиментом товаров можно найти продукты на каждый день, а также элитные продукты питания «премиум» класса. Главная особенность магазинов - линейка продуктов питания, произведенных фермерскими хозяйствами Пензенской области. Широко представлены товары «Фермы Тоцкого», данная продукция изготовлена из натуральных ингредиентов и не содержит химических добавок.

Для аудита внешней среды организации ИП Тоцкая, сеть магазинов «Планета земля», составим PEST – анализ который представлен в таблице 1.

Факторы	Возможное влияние фактора
Экономические факторы.	
1. Расходы и доходы населения	Оказывает отрицательно воздействие так как Реальные доходы уменьшились по сравнению с 2016г. на 1,5%, реальные располагаемые денежные доходы – на 3,0%. Тем самым можно сказать, что количество денег на руках уменьшился, и наблюдается снижение платежеспособности населения.
2. Уровень изменения ВРП	Наблюдается низкая динамика темпов роста объема валового регионального продукта Пензенской области, это говорит о снижении покупательского спроса населения.
3. Инфляция	Однако во многом рекордно низкая инфляция оказывает отрицательное влияние, так как продолжается спад реальных доходов населения, которые снижаются уже четвертый год подряд. За 11 месяцев 2017 года доходы населения в реальном выражении снизились на 1,4%.
4. Курс валют	Курс доллара и евро по отношению к рублю нестабильны. Для ИП Тоцкая, сеть магазинов «Планета Земля» это означает повышение стоимости импортного сырья.
Политические факторы	
1. Текущее законодательство.	Оказывает положительное влияние так как государство старается поддерживать развитие пензенских предприятий
2. Санитарные нормы и требования	Влияние данного фактора носит отрицательный характер так как продукты питания требуют обязательной сертификации и разработано множество норм и гостей

Социально - демографические факторы	
1. Численность населения Пензы и Пензенской области	Оказывает отрицательное влияние наблюдается снижение численности населения с начала года 2017 года уменьшилась на 8,7 тыс. чел
2. Старение населения	Сжижается квалификацию персонала старшего поколения
3. Потребительские предпочтения	Покупка продовольственных товаров не зависит от сезонности. Это является положительным фактором для ИП Тоцкая, сеть магазинов «Планета Земля» поскольку постоянно будет спрос.
Технологические факторы	
1. Государственная политика в области НТП	На ИП Тоцкая, сеть магазинов «Планета Земля» это влияет напрямую, поскольку техническое оснащение компании необходимо модернизировать.

Таблица 1 . PEST–анализ ИП Тоцкая сеть магазинов «Планета Земля».

Таким образом, на компанию сильно повлияют такие факторы как снижение доходов населения и устаревание оборудования, поскольку придется увеличить расходы на нейтрализацию данных факторов.

Для аудита внутренней среды, сформируем таблицу SWOT – анализа (таблица 2).

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Гарантированное качество продукции. 2. Наличие отдела специалиста по маркетингу. 3. Наличие необходимых финансовых ресурсов для развития. 4. Широкий ассортимент товаров 5. Собственная сырьевая база 6. Широкий комплекс продвижения товаров компании 7. Хорошее месторасположение 8. Действующие договора с поставщиками всех групп товаров. 9. Профессиональные работники в отделе аналитики и закупок. 10. 8 лет на рынке продовольственных товаров.	1. Бренд товара Ферма Тоцкого представлен только в фирменных магазинах, в других отсутствует. 2. Только 2 магазина предприятия, что характеризует как слабый охват территории 3. Отсутствие круглосуточного графика работы 4. Отсутствие весов в магазине 5. Наблюдается нехватка продавцов кассиров в часы работы час - пика 6. Отсутствие системы обучения новых сотрудников торгового персонала 7. Отсутствие работы с конкурентов, анализом рынка 8. Слабая система стратегического планирования
Возможности	Угрозы
1. Увеличение покупательского спроса 2. Возможность расширения производства 3. Выход на новые рынки 4. Расширение товара, появление товаров-новинок 5. Рост покупательского спроса 6. Расширение сети - магазинов 7. Рост узнаваемости бренда на рынке 8. Внедрение новых технологий в деятельность компании	1. Усиление конкуренции на рынке 2. Возрастающее влияние на цены у покупателей и поставщиков 3. Повышение цен на материалы, упаковку, этикетки и другие необходимые 4. Нестабильный курс рубля. 5. Увеличение цен поставщиками. 6. Экономическая нестабильность (инфляция); 7. Угроза товаров - заменителей

Таблица 2. SWOT-анализ ИП Тоцкая, сеть магазинов «Планета земля».

Из проведенного SWOT- анализа можно сделать следующие выводы:

1. Основная сильная сторона компании – гарантированное качество продукции, широкий ассортимент товаров, собственная сырьевая база, и хорошая рекламная компания, наличие необходимых финансовых ресурсов для развития и специалиста по маркетингу, хорошее месторасположение, действующие договора с поставщиками всех групп товаров, профессиональные

работники в отделе аналитики и закупок, 8 лет на рынке продовольственных товаров;

2. Компании нужно расширить сеть магазинов;

3. Отслеживать работу конкурентов;

4. У компании большие возможности для расширения собственных торговых марок.

В рамках проведения маркетингового аудита стратегии маркетинга и маркетинговой деятельности было проведено анкетирование среди сотрудников 30 организации. Из них 45% мужчин и 55% женщин. Основной возраст респондентов 36-45 лет. Образование – высшее.

Первый вопрос исследования помог выяснить имеется ли отдел маркетинга в компании, 82% сотрудников сказали, что да имеется, и, но состоит всего из 3 человек. И сам отдел маркетинга существует всего 2 года (рис.1).

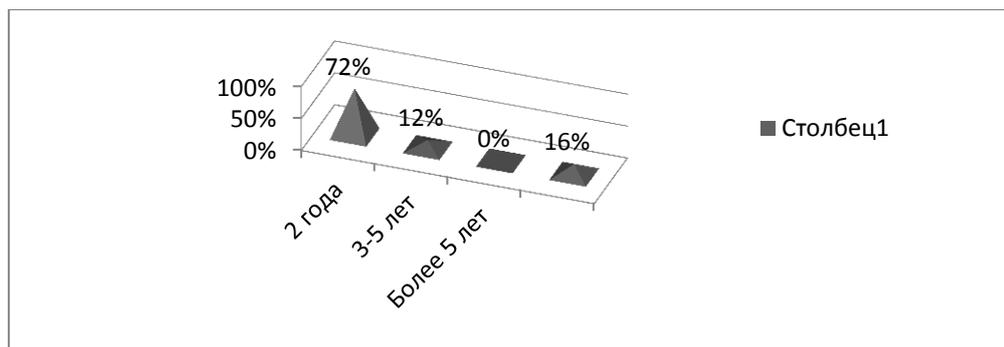


Рисунок 1 – Время существования отдела маркетинга ИП Тоцкая, сеть магазинов «Планета земля», в %.

Также в процессе исследования выявились основные направления маркетинговой деятельности компании, в итоге к ним относятся (рис. 2): продвижение продукции среди потребителей (67%), повышение узнаваемости предприятия (34%) и анализ рынка мясной продукции, с целью выявления конкурентных преимуществ предприятия и других конкурентов (15%) и другие.

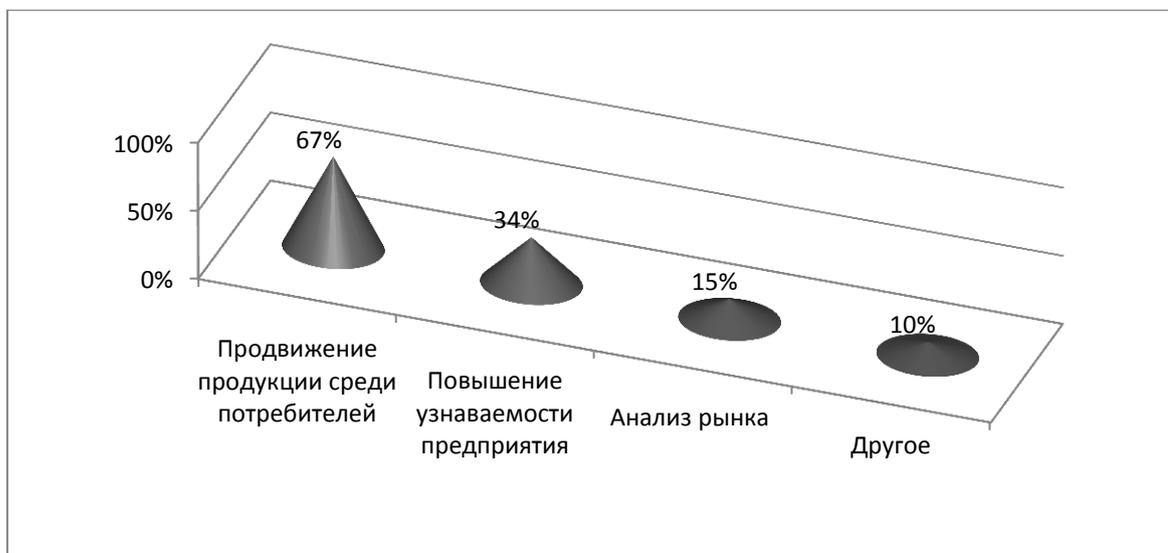


Рисунок 2 – Основные направления маркетинговой деятельности компании ИП Тоцкая, сеть магазинов «Планета земля», в %.

В процессе исследования компания проводит маркетинговые исследования, так считают 78% респондентов. Основными методами продвижения ИП Тоцкая, сеть магазинов «Планета земля» на рынке является реклама на телевидении – 23%, реклама в СМИ – 25% и интернет – реклама – 52% и другое.

Стратегия маркетинга в организации пересматривается каждый год – 63%, что говорит о неэффективности стратегии маркетинга. Имеющая стратегия всего рассчитана на один год – 68% (рис. 3).

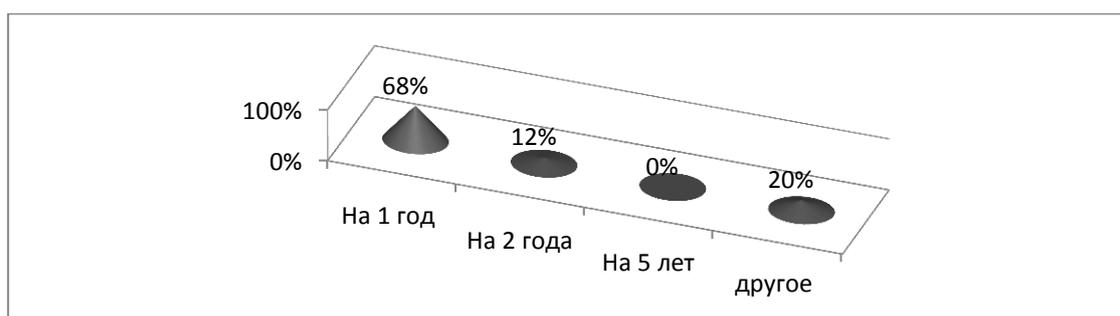


Рисунок 3 – Время действия маркетинговой стратегии ИП Тоцкая, сеть магазинов «Планета земля».

Исследование помогло выяснить основные недостатки и достоинства стратегии маркетинга. Недостатки это - ограничена область применения стратегии – 53% и стратегия рассчитана на малый период времени – 47%. К достоинствам относятся, что стратегия компании строится на существующих

силах, навыках и возможностях – 82% и реализация данной стратегии приносит существенный доход предприятию – 18%.

Также был проведен аудит составляющих маркетинга предприятия с помощью комплекса маркетинга по 4р.

1. Продукт. Ассортимент супермаркетов насчитывает более 70000 наименований товаров, в том числе более 1000 позиций натуральной продукции «Ферма Тоцкого».

2. Цена. Ценовая политика в ИП Тоцкая, сеть магазинов «Планета земля» достаточна гибкая и сочетает в себе возможности для удовлетворения взыскательного вкуса потребителей. ИП Тоцкая, сеть магазинов «Планета земля» применяется несколько десятков видов скидок, имеется клубная карта. Компания ИП Тоцкая, сеть магазинов «Планета земля» использует метод целевой калькуляции затрат.

3. Продвижение. Основными инструментами комплекса продвижения являются: сайт в интернете, группы в соц. сетях, канал на сайте <https://www.youtube.com/>, реклама на телевидении и на радио, печатная реклама. программа лояльности клиентов [3, с. 66-72]. На комплекс продвижения молочных продуктов в 2017 году потратило 550845 руб. Наиболее эффективной является реклама в интернете, так как среднее количество посетителей на сайте компании за год составляет 13 627 человек.

4. Распределение. В настоящее время предприятие имеет собственную сбытовую сеть [4, с. 123-126]. Распределение продукции осуществляется по двум направлениям:

- прямые продажи (что ИП Тоцкая, сеть магазинов «Планета земля»);
- продажи через сеть.

Проведение маркетингового аудита следует проводить на основе грамотно разработанной методологии, включающей основные категории оценки маркетингового аудита организации, к ним можно отнести: анализ конъюнктуры рынка; анализ конкурентов, SWOT-анализ, портфельный анализ, анкетирование [5, с. 266-269].

При проведении маркетингового аудита организации аудитор должен опираться на разработанную форму общего плана его осуществления.

В целях совершенствования маркетинговой деятельности ИП Тоцкая, сеть магазинов «Планета земля» нужно для начала разработать новую маркетинговую стратегию предприятия и придерживаться стратегии проникновения на рынок.

При реализации данной стратегии, нужно четко определить какие средства маркетинговых коммуникаций будут использованы. В целях совершенствования использования элементов маркетинговой коммуникации имеет смысл решить задачи в области маркетинга и рекламы [1, с. 21]:

1. Определить рекламную идею и тему.
2. Использовать закономерности ответной реакции покупателя.
3. Определить способы оценки эффективности рекламы.

В целях совершенствования рекламы компании необходимо использовать определенный подход к формированию эффективного рекламного обращения.

Проанализировав маркетинговую деятельность фирмы можно сделать следующий вывод, что для улучшения работы маркетинговой службы предлагается создать план маркетинга.

Таким образом, проводя исследование инструментами маркетингового аудита можно повысить результативность маркетинговой деятельности ИП Тоцкая, сеть магазинов «Планета земля». Поэтому, время от времени любой фирме необходимо производить оценку своей маркетинговой деятельности и ее эффективности. В сфере маркетинга задачи, стратегии и программы быстро устаревают, поэтому возникает необходимость переоценки фирмой своего общего подхода к рынку.

Библиографический список:

1. Коробов О. В. Маркетинговый аудит на предприятиях издательской отрасли: пути модернизации // Экономический анализ: теория и практика – 2012 - №28 - С. 59-64.

2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. — СПб.: Питер, 2013. — 800 с.

3. Калашникова Ю. О. Особенности маркетингового аудита // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2015 г.). — М.: Буки-Веди, 2015. — С. 69-72.

4. Малышев А. А., Толоконцева Т. А. Формирование маркетингового механизма управления охраной окружающей среды в Пензенском регионе // Проблемы региональной экологии. 2013. № 6. С. 123-126.

5. Мильдзихов М. Т. Маркетинговый аудит: концептуальные подходы к организации и проведению // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки - 2012. - №1 (139). - С. 266-269 .

Кириллов Н. Н., студент магистратуры

*2 курс, направление подготовки «Государственные муниципальные финансы»
ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный
университет им. Н. П. Огарёва», Россия, Республика Мордовия, г. Саранск*

АНАЛИЗ НАЛОГОВЫХ ДОХОДОВ СУБЪЕКТОВ ПРИВОЛЖСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Аннотация: В статье представлены результаты проведенного анализа налоговых поступлений в субъектах Приволжского федерального округа за период с 2014 по 2017 гг. В процессе исследования выявлена устойчивая зависимость налоговых доходов от промышленного потенциала региона и уровня его экономического развития.

Ключевые слова: регион, Приволжский федеральный округ, потенциал, налог, администрирование, поступления, доход, бюджет.

Annotation: The article presents the results of the analysis of tax revenues in the subjects of the Volga Federal district for the period from 2014 to 2017. the study revealed a stable dependence of tax revenues on the industrial potential of the region and the level of its economic development.

Key words: region, Volga Federal district, potential, tax, administration, revenue, budget.

В экономическом плане Приволжский федеральный округ (далее – ПФО) можно отнести к одному из крупнейших в Российской Федерации. В его состав входят 14 регионов – 6 республик (Башкортостан, Марий-Эл, Мордовия, Татарстан, Удмуртия, Чувашия), Пермский край и 7 областей (Кировская, Нижегородская, Оренбургская, Пензенская, Самарская, Саратовская, Ульяновская). Центр округа – город Нижний Новгород.

Значительной особенностью ПФО можно обозначить сосредоточение

здесь серьезного производственного потенциала, четвертая часть всего промышленного производства России расположена именно здесь. Помимо этого в Приволжском федеральном округе сосредоточено 85 % предприятий РФ автомобильной и 65 % авиастроительной промышленности, 40 % нефтехимических производств, кроме того, на территории ПФО расположено 30 % российских производств оборонно-промышленного комплекса. В округе активно развиваются треть инновационно-активных предприятий, обеспечивающих около половины объема российского экспорта технологий [2].

По нашему мнению, в первую очередь необходимо дать экономическую характеристику субъектов, входящих в состав ПФО. Лидерами по объему доходов консолидированного бюджета являются всего 5 регионов округа, это Республика Башкортостан, Республика Татарстан, Пермский край, Нижегородская и Самарская области. Именно они демонстрируют высокие показатели по производственному, финансовому, инновационному, природно-ресурсному и потребительскому факторам инвестиционной оценки. Их доходы превышают 100 000 млн рублей на протяжении всего анализируемого периода времени. Это объясняется историческими особенностями сосредоточения в данных регионах промышленных производств, кроме того, в Республиках Башкортостан и Татарстан, а также в Пермском крае ведутся разработки и добыча полезных ископаемых, в частности, нефти, что, конечно же, сказывается на их экономическом положении.

Остальные регионы не обладают серьезным промышленным потенциалом и в большей степени относятся к аграрным. Поэтому можно сказать, что доходы их бюджета складываются не из собственных источников, а за счет помощи федерального центра. В 2016-2017 гг. Республика Мордовия находилась на предпоследнем месте по объему доходов ее бюджета, меньше только у Республики Марий Эл. Положительным моментом является положительная динамика роста доходов консолидированных бюджетов регионов в среднем на 3-5 % ежегодно. Даже кризисные явления в экономике 2012 и 2015 годов не оказали серьезного влияния, но здесь, скорее всего, нужно уточнить, что практически все эти регионы в кризисные периоды получали

финансовую поддержку со стороны государства.

Обладая высоким промышленным и инвестиционным потенциалом, регионы ПФО администрируют в бюджетную систему Российской Федерации значительный объем налоговых платежей. По объему налоговых доходов во все уровни бюджетной системы Приволжский федеральный округ в течение 2013 – 2014 гг. находился на втором месте, уступая только Центральному федеральному округу, где основные поступления обеспечивались за счет г. Москвы и Московской области. В 2015–2017 гг. ПФО по налоговым доходам сместился на третье место, пропустив вперед Уральский федеральный округ с его высокоразвитым промышленным кластером.

Доля налоговых доходов, администрируемых налоговыми органами ПФО в общем объеме поступлений налогов в консолидированный бюджет РФ составляла в 2013 – 16,4%, 2014 – 15,8 %, 2015 – 15 %, в 2016 – 16 % и в 2017 году – 16,2 % [3]. Эти показатели говорят о высоких результатах налогового администрирования в регионах. Далее мы бы хотели представить динамику поступлений по налогам непосредственно по субъектам ПФО (таблица 1).

Наименование субъекта Российской Федерации	Годы								
	2013	2014	Темп роста %	2015	Темп роста %	2016	Темп роста %	2017	Темп роста %
Республика Башкортостан	236438	246112	104,1	266263,2	108,2	277558,2	104,2	336620,3	121,3
Республика Марий Эл	14557	16246	111,6	18221,2	112,2	20675,1	113,5	25515,3	123,4
Республика Мордовия	23040	28660	124,4	32536,1	113,5	36538,5	112,3	40218,6	110,1
Республика Татарстан	345157	387462	112,3	423610,6	109,3	440292,3	103,9	583938,2	132,6
Удмуртская Республика	118974	127364	107,1	137584,2	108,0	140303,1	102,0	168413,2	120,0
Чувашская Республика	34617	35292	101,9	36133,7	102,4	40780,6	112,9	43564,5	106,8
Пермский край	222341	227166	102,2	235987,5	103,9	253840,9	107,6	319882,6	126,0

Кировская область	35792	37500	104,8	41837,1	111,6	43616,8	104,3	44756,2	102,6
Нижегородская область	168414	174157	103,4	190047,1	109,1	227918,4	119,9	276234,4	121,2
Оренбургская область	186412	209327	112,3	231315,8	110,5	235509,8	101,8	262544,7	111,5
Пензенская область	34259	38661	112,9	40448,3	104,6	47355,6	117,1	51292,6	108,3
Самарская область	291060	298745	102,6	299492,9	100,3	332700,9	111,1	415360,6	124,8
Саратовская область	107979	117933	109,2	124556,6	105,6	146408,7	117,5	167887,9	114,7
Ульяновская область	39221	40277	102,7	45986,3	114,2	56750,8	123,4	74114,0	130,6

Таблица 1. Динамика показателей налоговых доходов, администрируемых налоговыми органами ПФО в разрезе регионов, млн р..

Таблица 1 наглядно показывает, что объемы, администрируемых налоговых доходов напрямую зависят от экономического потенциала региона. Промышленно развитые субъекты являются инвестиционно привлекательными для бизнеса, за счет чего происходит рост и расширение производства, увеличение прибыли, а значит и налогов. Все это позволяет нам говорить о высокой конкурентноспособности регионов с развитым промышленным потенциалом.

Как мы видим, наибольшая сумма налоговых сборов приходится на Республику Татарстан, которая в Национальном инвестиционном рейтинге субъектов РФ в 2015-2017 гг. занимала устойчивое первое место. Следует отметить, что в 2018 году данная республика переместилась в рейтинге на 3 позицию, пропустив вперед Тюменскую область и г. Москву. Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах РФ составляет Агентство стратегических инициатив совместно с ведущими деловыми объединениями, ими оценивается эффективность работы региональных властей по формированию благоприятной бизнес-среды. В 2017 году он впервые охватил все регионы РФ и позволил оценить качество инвестклимата в динамике (в 2016 году исследование также проводилось во всех субъектах РФ,

но Ненецкий и Чукотский автономные округа, Республика Крым и Севастополь оценивались вне рейтинга).

Данный рейтинг объединяет и анализирует показатели эффективности оказания различных государственных услуг для бизнеса: время прохождения, количество процедур и удовлетворенность предпринимателей типовыми административными процедурами (например, регистрация, выдача разрешений на строительство, лицензий, регистрация прав собственности на недвижимость, подключение к электросетям), а также показатели взаимодействия с налоговыми органами (процедура регистрации, количество налоговых споров и объемы доначислений, количество споров, переданных в суды и проч.).

Помимо Татарстана в топ-20 наиболее привлекательных для бизнеса субъектов по итогам 2017 года вошли еще 4 субъекта ПФО – Чувашская Республика – 2 место, Ульяновская область – 10, Республика Башкортостан – 13 место и Республика Мордовия – 18. В 2016 году Кировская область занимала 15 место, однако в 2017 году в топ-20 не вошла. Следует отметить, что только Республика Мордовия ухудшила свое положение в данном рейтинге на 1 позицию (с 17 места на 18), три остальных региона позиции улучшили – Республика Башкортостан на 5 пунктов (18 место в 2016 году), Чувашская Республика – 4 пункта (6 место в 2016 году) и Ульяновская область – 1 пункт (11 место в рейтинге 2016 года), Двадцатку лучших в 2018 году покинули Республики Башкортостан и Мордовия [1].

Несмотря на тот факт, что Республика Мордовия входила в топ-20 до 2018 года, администрируемые налоговыми органами региона налоговые доходы находятся на достаточно низком уровне и располагаются на предпоследнем месте. Так, в 2017 году, доля налоговых поступлений в Республике Мордовия составляла всего 1,43 % от общей суммы налоговых поступлений по ПФО. Хотя для нашей небольшой республики, с невысоким промышленным потенциалом это тоже довольно неплохие результаты, с учетом ежегодного роста поступлений по налогам в среднем на 10 % каждый год.

Таким образом, проведя сравнительный анализ поступлений налоговых

доходов по регионам Приволжского федерального округа, можно указать, что Республика Мордовия по некоторым показателям все же уступает другим регионам. Тем не менее, полученные результаты не являются следствием неэффективной работы, а свидетельствуют о стабилизации налогового климата республики и повышении гражданского сознания налогоплательщиков.

Библиографический список:

1. Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах РФ [Электронный ресурс]. URL: <https://asi.ru/investclimate/rating/> (дата обращения: 12.02.2019).

2. Официальный сайт полномочного представителя Президента Российской Федерации в Приволжском федеральном округе [Электронный ресурс]. URL: <http://pfo.gov.ru/district/> (дата обращения: 10.02.2019).

3. Официальный сайт Федеральной налоговой службы РФ. Статистика и аналитика [Электронный ресурс]. URL: https://www.nalog.ru/rn13/related_activities/statistics_and_analytics/ (дата обращения: 12.02.2019).

4. Анализ влияния норматива отчислений от налога на доходы физических лиц в бюджеты городских округов на их бюджетобеспеченности и привлекательности (на примере городских округов субъектов Приволжского федерального округа РФ) [Королева Л. П., Ермошина Т. В./Налоги и налогообложение. 2014. № 1. С. 7-22.].

Русин Д. С., студент,

Сибирский федеральный университет, Россия, г. Красноярск

Молокова Н. В., научный руководитель, к.т.н., доцент,

Сибирский федеральный университет, Россия, г. Красноярск

УПРАВЛЕНИЕ ПРОГРАММНОЙ МОДЕЛЬЮ ДЛЯ ОБРАБОТКИ ГЕОФИЗИЧЕСКИХ ДАННЫХ, СНЯТЫХ МЕТОДОМ БЕСКОНЕЧНО ДЛИННОГО КАБЕЛЯ

Аннотация: В данной статье говорится о правильном управлении программной модели. Показано применение бесконтактного способа измерений позволяющего выполнять исследования в любое время года. Проведена оценка качества построенной программной модели.

Ключевые слова: Огибающие графика, метод скользящего окна, кабель, профиль.

Annotation: This article talks about the proper management of the software model. The use of a contactless measurement method is shown that allows you to perform research at any time of the year. An assessment of the quality of the constructed software model.

The keywords: Envelope graphics, sliding window method, cable, profile.

Данная программная модель предназначена для обработки и интерпретации данных полученных методом БДК. Метод БДК основан на исследовании электромагнитного поля кабеля, которое распространяется в геологической среде на расстояния (по площади и в глубину), соизмеримые с длиной самого кабеля [1].

Для начала работы с программой вам необходимо создать новый Excel файл, после чего добавить в него нужное количество листов (в зависимости от количества кабелей). После этого необходимо выделить из исходного файла значение пикета указывающего положение питающей линии и скопировать его в ячейку A1 в номер листа соответствующего номеру кабеля.

Пример входного файла изображен на 1 рисунке:

	A	B	C
1	7.2000		
2	7.1000	1147,7	
3	7.1040	2021,4	
4	7.1080	3263,3	
5	7.1120	1698,5	
6	7.1160	2176,3	
7	7.1200	695,7	
8	7.1240	1295,7	
9	7.1280	503,6	
10	7.1320	393,4	
11	7.1360	253,9	
12	7.1400	294,1	
13	7.1440	231,7	
14	7.1480	460,1	
15	7.1520	494,4	
16	7.1560	1384,7	
17	7.1600	1316,0	
18	7.1640	864,3	
19	7.1680	682,9	
20	7.1720	317,1	
21	7.1760	253,8	
22	7.1800	253,1	
23	7.1840	183,1	
24	7.1880	215,3	

Рисунок 1 – Пример входного файла.

Создав файл с входными данными, можно приступать к обработке данных. При открытии входного файла в главном окне произойдет загрузка графиков.

Программа позволяет просматривать 2 типа графиков:

- Графики, обработанные методом скользящего окна (МСО);
- Огибающие графика МСО;
- График МСО в разрезе.

Навигация между графиками осуществляется через вкладки, расположенные в главном окне программы.

Все графики обладают возможностью всплывающих подсказок, которые показывают координаты, при наведении на определенные точки линий, также графики имеют легенду с описанием каждого кабеля и номером профиля, а

также линии имеют собственные цвета, которые совпадают между всеми графиками [2]. Нумерация кабелей начинается с 1 (рисунок 2).

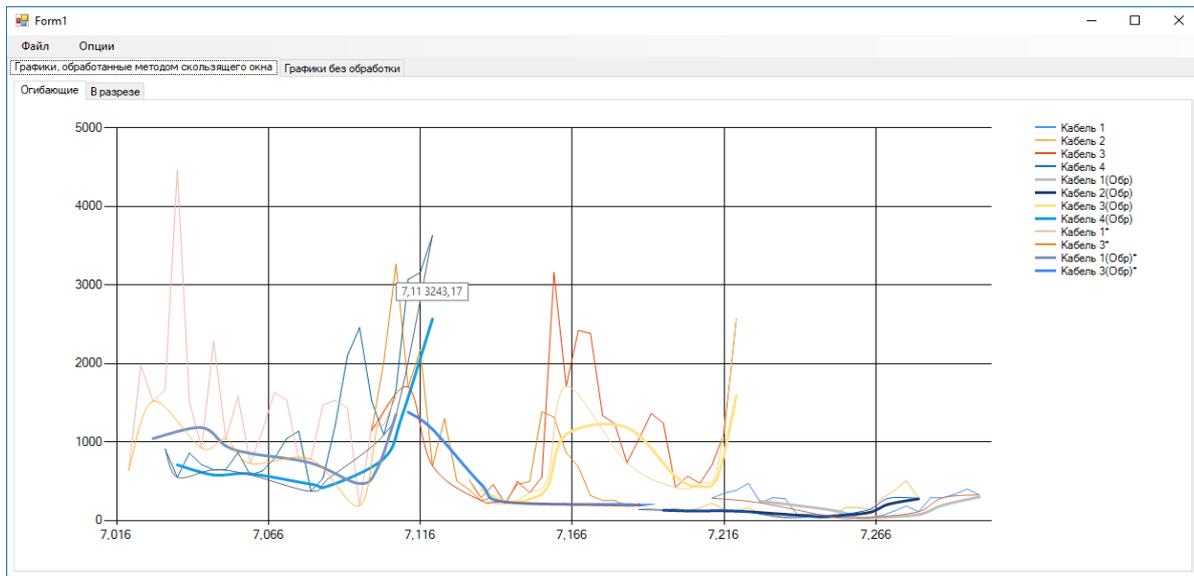


Рисунок 2 – пример просматриваемого графика.

При переходе на другую вкладку открывает график МСО в разрезе изображенный на 3 рисунке.

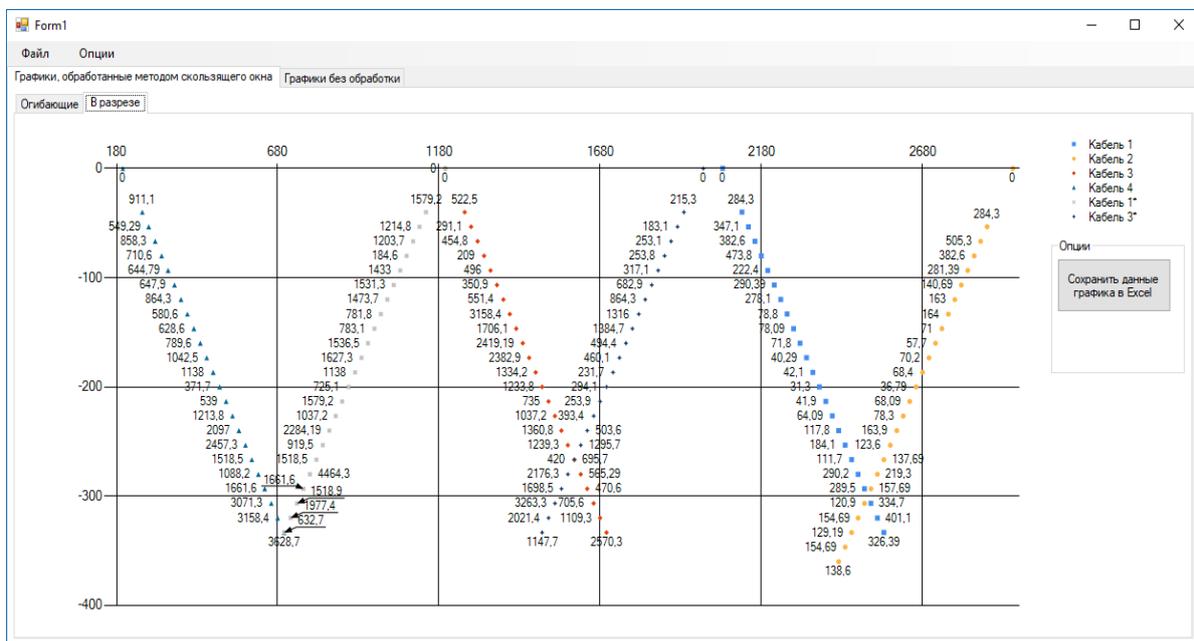


Рисунок 3 – пример графика в разрезе.

Для сохранения обработанных данных графиков необходимо выбрать вкладку где расположен график в разрезе и нажать на кнопку «Сохранить данные графика в Excel», для дальнейшей обработки. После чего файл с данных

появится в том же месте где и располагается сама программа и выдаст сообщение о том, что график сохранен.

Пример сохраненных данных (МСО в разрезе) изображен на рисунке ниже (рисунок 4)

	A	B	C	D	E	F
1	500	-333,333	1147,7		1000	1147,7
2	480	-320	2021,4		1040	2021,4
3	460	-306,667	3263,3		1080	3263,3
4	440	-293,333	1698,5		1120	1698,5
5	420	-280	2176,3		1160	2176,3
6	400	-266,667	695,7		1200	695,7
7	380	-253,333	1295,7		1240	1295,7
8	360	-240	503,6		1280	503,6
9	340	-226,667	393,4		1320	393,4
10	320	-213,333	253,9		1360	253,9
11	300	-200	294,1		1400	294,1
12	280	-186,667	231,7		1440	231,7
13	260	-173,333	460,1		1480	460,1
14	240	-160	494,4		1520	494,4
15	220	-146,667	1384,7		1560	1384,7
16	200	-133,333	1316		1600	1316
17	180	-120	864,3		1640	864,3
18	160	-106,667	682,9		1680	682,9
19	140	-93,3333	317,1		1720	317,1
20	120	-80	253,8		1760	253,8
21	100	-66,6667	253,1		1800	253,1
22	80	-53,3333	183,1		1840	183,1
23	60	-40	215,3		1880	215,3

Рисунок 4 – Пример сохраненных данных МСО в разрезе.

Для построения изолиний разреза, необходимо будет лишь загрузить данных сохраненный файл в любую программу для вычерчивания карт [3].

Данная программная модель позволяет довольно быстро производить построение графиков, а также делать это с огромной точностью. Применение бесконтактного способа измерений позволяет выполнять исследования в любое время года и независимо от состояния поверхности исследуемых площадей, существенно снижает стоимость полевых работ.

Библиографический список:

1. Иголкин В. И., Самков А. В., Тойб Р. Е., Хохлов М. Ф. Аппаратура индуктивных методов переменного гармонического тока для рудной и инженерной геологии // Труды Всероссийской конференции «Геофизические методы при разведке недр». – Томск: Изд-во ТПУ, 2016. – С. 219 –222.
2. Короновский Н. В., Якушева А. Ф. К 68 Основы геологии: Учеб. Для географ. спец. вузов. - М.: Высш.шк., 1991. -416 с., ил. ISBN 5-06 0017303.
3. Дэвис Дж. Статистический анализ данных в геологии. Пер. с англ. – М.: Недра, 1990. – Кн. 2. – 427 с.

Гайнуллина Сария Асхатовна, студентка 1 курса юридического факультета

Стерлитамакского филиала БашГУ

Стуколова Людмила Сергеевна, старший преподаватель

Стерлитамакского филиала БашГУ

ПСИХОЛОГИЯ ДОПРОСА ПОТЕРПЕВШЕЙ ПРИ ИЗНАСИЛОВАНИИ

Аннотация: в представленной статье рассматриваются особенности допроса жертвы изнасилования. Обозначаются некоторые психологические приемы, которые должен использовать следователь при организации и проведении допроса потерпевшей.

Ключевые слова: подозреваемые, изнасилование, потерпевшая, жертва преступления, допрос, преступление.

Annotation: in the present article, the features of interrogation of a rape victim are considered. Some psychological techniques are indicated that the investigator must use in organizing and conducting the interrogation of the victim.

Keywords: suspects, rape, victim, victims of crime, interrogation, crime.

Наиболее распространенное первоначальное следственное мероприятие – осуществление допроса жертвы изнасилования, имеющий определенные особенности. Жертва, подвергшаяся посягательству, зачастую находится в стрессовом состоянии, сильного психологического дисбаланса, испытывает сильные переживания по факту совершенного в отношении нее изнасилования, боясь возможности огласки и пр. При организации и проведения допросы жертвы от изнасилования крайне важно установить следующие обстоятельства: где, когда, при каких обстоятельствах она познакомилась с преступниками; каков характер взаимоотношения между потерпевшей и подозреваемым, была

ли в прошлом между ними интимная связь, как часто и где встречались. Если знакомство с правонарушителями произошло перед совершением изнасилования, то кто выступал в данном случае инициатором, каким образом оно состоялось, что преступник делал после этого, как оказались на месте преступного деяния. Важно получить информацию при допросе о последствиях изнасилования для здоровья жертвы; кому она рассказывала о происшедшем, кто мог видеть следы насильственного полового акта на теле и одежде потерпевшей и при каких обстоятельствах. Следователь также обязан выяснить, в чем именно состояло насилие, как, в какой последовательности, при помощи каких средств оно реализовывалось, оказывала ли жертва сопротивление до приведения ее в бессознательное состояние или положение, исключающее самооборону (связывание рук, удерживание несколькими подозреваемыми), были ли угрозы применения жестокого насилия [3, с. 544].

При производстве допроса потерпевшей важно обращать внимание на обстоятельства, которые характерны для показаний:

1) преувеличенное представление об определенных моментах изнасилования (к примеру, неточные, зачастую преувеличенные показания о числе подозреваемых и о предметах, используемые ими);

2) обобщенность, особенно в изначальных объяснениях и показаниях о действиях подозреваемых («все держали», «все принимали участие в изнасиловании»);

3) пробелы, пропуски при описании некоторых значимых элементов изнасилования;

4) заблуждения относительно поэтапности развития события - путаница, перестановка при воспроизведении его отдельных элементов и действий конкретных субъектов изнасилования;

5) условия восприятия обстоятельств, по которым производится допрос. При осуществлении допроса жертвы важно уточнить, стирала ли она после совершения насильственного полового акта, чинила или чистила одежду, в которой была в момент совершения преступного деяния. Все вещи жертвы

подлежат изъятию для дальнейшего осмотра и экспертизы. Потерпевшая после допроса должна быть направлена на судебно-медицинскую экспертизу.

С показаний жертвы преступления может быть составлен рисованный или композиционный портрет с преступника или преступников, который рассылается во все отделы внутренних дел для оперативно-розыскных мероприятий. Естественно, полиция информируется о совершении преступного деяния и ее сотрудникам дается задание о задержании подозреваемых, сходных по приметам с разыскиваемыми.

Допрос жертвы данного преступления необходимо проводить так, чтобы в нем наиболее детально были изложены все обстоятельства преступного деяния; допрос должен производиться наедине, поскольку возможно жертва преступления будет умалчивать об определенных обстоятельствах по причине присутствия нескольких человек при допросе. Перед началом допроса целесообразно дать возможность потерпевшей самостоятельно рассказать о случившемся. При допросе можно установить действительно ли жертва преступления пребывает в тяжелом моральном состоянии или это состояние вымышлено.

Следователю при реализации данного мероприятия необходимо проявлять тактичность при формулировке вопросов, подборе нужных слов и выражений в процессе допроса.

Побудить жертву изнасилования в подробностях рассказать об обстоятельствах преступления можно некоторыми путями [2, с. 54]:

- 1) разъяснить потерпевшей какие задачи стоят перед ней. При этом, необходимо убедить, что основная задача следователя заключается в раскрытии преступного деяния, установление личности подозреваемого, привлечение его к уголовной ответственности и принятие мер к безопасности самой жертве преступления;

- 2) разговор с жертвой преступления целесообразно начинать с приведения нескольких примеров, когда следователю удавалось раскрыть аналогичное деяние, что может оказывать на потерпевшую положительное

психологическое влияние. В качестве одного из методов воздействия также является метод передачи информации. Тем не менее, злоупотребление данным приемом нежелательно, поскольку это может привести к утомлению потерпевшей, значительному падению уровня ее психической активности и снижению возможности использования иных методов воздействия;

3) словесное поощрение уже начатого рассказа потерпевшей. В данном случае следователю необходимо быть терпеливым, выслушивать жертву преступления до конца, не перебивая ее, быть тактичным и внимательным и своевременно задавать сопутствующие вопросы.

При осуществлении допроса следователем могут использоваться разные методы и способы психологического воздействия. Как следователь в общении с жертвой преступления стремится наилучшим образом наладить диалог и оказывать положительное воздействие на нее в целях получения полной и достоверной информации, так и она в свою очередь воздействует на следователя в своих интересах. Со стороны следователя крайне важно корректно понимать ход психических процессов во время допроса потерпевшей, предвидеть их решения и поступки, регулировать и направлять их и с учетом этого корректировать и направлять свое собственное поведение [1, с. 44].

Для проверки достоверности предоставляемой информации потерпевшей следователю важно задавать вопросы с одним и тем же смыслом, но по разному его формулируя. Крайне важно учитывать застенчивость и проявлять максимальную осторожность и деликатность при выяснении обстоятельств, связанных с совершением изнасилования. Практика показывает, что результативность при расследовании изнасилования зависит от позиции и настроения жертвы преступления, поэтому важно устанавливать такой контакт с ней, который сохранит ее позицию неизменной до окончания расследования.

Таким образом, первоначальное расследование насильственного полового акта необходимо начинать с допроса жертвы преступления. При этом, при осуществлении данного следственного мероприятия со стороны

следователя должны быть учтены все особенности психологического состояния жертвы преступления после такого рода посягательства. Крайне важно наладить диалог, найти психологический подход к потерпевшей, чтобы наиболее подробно установить все обстоятельства совершенного преступления.

Библиографический список:

1. Аманбаева А. Н. Психология допроса свидетелей и потерпевших // Право: современные тенденции: материалы V Междунар. науч. конф. (г. Краснодар, февраль 2018 г.). – Краснодар: Новация, 2018. – С. 44-46.
2. Зарькова М. И. Некоторые особенности допроса потерпевшей при изнасиловании // Молодой ученый. – 2017. – №35. – С. 54-56.
3. Стуколова Л. С., Иванова А. П. Психология допроса несовершеннолетнего подозреваемого, обвиняемого // Аллея науки. – 2018. Т. 5. – № 6 (22). – С. 544-546.

Амирова Динара Рафиковна, к.э.н., ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет архитектуры и строительства», г. Пенза
Храмова Алина Игоревна, магистрант 1 курса, ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет архитектуры и строительства», г. Пенза

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Аннотация: В статье рассмотрены научные подходы, существующие в отечественной и зарубежной литературе, раскрывающие сущность маркетинговых коммуникаций. Раскрыты виды и сущность маркетинговых коммуникаций, таких как реклама, стимулирование сбыта, личная продажа, паблик-рилейшнз. Отражена актуальность использования интернет-маркетинга, как вида коммуникации, открывающего широкие возможности для современного бизнеса.

Ключевые слова: маркетинговые коммуникации, преимущества использования маркетинговых коммуникаций, виды маркетинговых коммуникаций, интернет-маркетинг.

Annotation: The article discusses the scientific approaches that exist in domestic and foreign literature, revealing the essence of marketing communications. The types and essence of marketing communications, such as advertising, sales promotion, personal selling, public relations, are disclosed. Reflects the relevance of the use of Internet marketing as a type of communication, opening up broad opportunities for modern business.

Keywords: marketing communications, the benefits of using marketing communications, types of marketing communications, Internet marketing.

В условиях глобальной конкуренции, высокой насыщенности рынка, для обеспечения конкурентоспособности, каждый производитель должен развивать и непрерывно поддерживать отношения со своей целевой аудиторией. Основным средством современной компании для обеспечения связи с потребителем являются маркетинговые коммуникации.

В общем понимании маркетинговые коммуникации это процесс передачи, доведения информации о продукции до потребителя.

Существует много подходов к пониманию сущности маркетинговых коммуникаций. Так, Панкрухин А. П., рассматривает маркетинговые коммуникации как «совокупность средств и конкретные действия по поиску, анализу, генерации и распространению информации, значимой для субъектов маркетинговых отношений» [4].

Бернет Дж., Мориарти С. маркетинговые коммуникации рассматривают как процесс передачи информации о товаре целевой аудитории [1].

Более широкую трактовку маркетинговым коммуникациям дают Эриашвили Н. Д., Коротков А. В., Синяева И. М. «совокупность сигналов, исходящих от предприятий в адрес различных аудиторий, комплексное воздействие фирмы на внешнюю среду маркетинга для создания благоприятных условий, необходимых для успешной и прибыльной деятельности на рынке» [6].

Маркетинговые коммуникации – это комплексная система рыночного взаимодействия организации с общественными кругами, связанная с движением товара, обменом информацией, технологией, знаниями, опытом. Комплекс маркетинговых коммуникаций заключается в развитии и интегрировании действий организации по реализации ее сбытовых целей [5].

Маркетинговые коммуникации предназначены для донесения информации о продуктах компании и условиях их продажи потенциальным потребителям, а также для того, чтобы убедить потребителей покупать именно этот товар (услугу) либо приобретать его в определенных магазинах (у конкретных фирм). Кроме того, маркетинговые коммуникации позволяют

управлять вниманием покупателей, заинтересовывая их конкретным товаром, и побуждают потребителя тратить свои средства именно на предлагаемые товары [2].

Анализ представленных подходов, позволяет сделать вывод, что все маркетинговые коммуникации направлены, прежде всего, на стимулирование покупателей к приобретению их товаров или услуг.

Вместе с тем, рассмотренные подходы позволяют выделить преимущества от применения маркетинговых коммуникаций, к которым кроме повышения прибыли, увеличения сбыта продукции, следует отнести также возможность воздействовать на аудиторию, изменять ее отношение к предлагаемой продукции компании.

Итак, основным объектом коммуникативного воздействия является целевая аудитория – потребитель, а целью маркетинговых коммуникаций воздействие на поведение потребителей. Для достижения цели, можно выделить следующие задачи маркетинговых коммуникаций:

- информирование аудитории о существовании определенных товаров и услуг, объяснение их предназначения;
- убеждение – формирование благоприятного отношения потребителя к организации и ее маркам;
- создание образа – формирование образа организации, связанного с дифференциацией потребителем марок выпускаемого продукта;
- подкрепление – удержание постоянных потребителей [3].

Маркетинговые коммуникации включают комплекс элементов и методов воздействия на потребителей, способствующих формированию положительного отношения к продукции, предлагаемой компанией, содействуя тем самым ее сбыту. Основными видами маркетинговых коммуникаций являются:

1. Реклама.
2. Стимулирование сбыта.
3. Личная продажа.

4. Паблик-рилейшнз (PR).

Реклама – это форма коммуникаций (неличная), информация, доводимая до потребителя, предназначенная для продвижения товаров, услуг, привлечения внимания на конкретный товар. В соответствии с Федеральным законом «О рекламе» № 38-ФЗ от 13 марта 2006 г., реклама это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Стимулирование сбыта – комплекс мероприятий, направленный на продвижение продукции, меры по краткосрочному стимулированию продаж или средства побудительного воздействия, призванные ускорить ответную реакцию потребителей: купоны, скидки, бесплатные образцы товаров и др.

Паблик рилейшнз (связи с общественностью) - это комплекс мероприятий, целью которых является взаимодействие с общественностью для обеспечения управления её мнением о компании, продукции: выставочная деятельность; спонсорская деятельность; публичное выступление и др.

Личная продажа – установление личного контакта (взаимодействие, общение) с потенциальными покупателями с целью реализации продукции. Личная продажа является разновидностью прямого маркетинга, предполагающая личную встречу продавца с покупателем.

Кроме того, к дополнительным видам маркетинговых коммуникаций относят: брендинг; спонсорство и др.

Важно отметить, что в настоящее время наблюдается снижение восприимчивости потребителей к традиционным маркетинговым коммуникациям.

В условиях интенсивного развития информационного пространства, всемирной глобальной сети Интернет, все чаще современные компании прибегают к продвижению своей продукции, используя интерактивные технологии.

Интернет–маркетинг - это практика использования всех традиционных элементов и видов маркетинговой деятельности в Интернете для получения отклика от аудитории: маркетинговые исследования, товарная, ценовая, распределительная и коммуникативная политики, брендинг, а также общая концепция маркетингового взаимодействия.

Так, Интернет позволяет быстро представить всю необходимую информацию о товаре широкой аудитории, сформировать общественное мнение, наращивать и непрерывно поддерживать личные контакты и пр.

Таким образом, Интернет и современные информационные технологии открывают широкие возможности для организации маркетинговой деятельности, позволяя совершенствовать маркетинговое управление предприятием любой отрасли, но в тоже время нельзя забывать о традиционных маркетинговых коммуникациях.

Библиографический список:

1. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. – СПб.: Питер, 2001. – 864 с.
2. Култышева О. М., Цыкина А. И. К вопросу о маркетинговых коммуникациях//Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2016. Т. 7. № 1. С. 196-200.
3. Липсиц И. В. Основы маркетинга [Текст]: учебник / И. В. Липсиц, М. Н. Дымшиц. – М.: Геотар-Медиа, 2014. – 208 с.
4. Панкрухин, Александр Павлович. Маркетинг: учеб. для студентов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг»/ А.П. Панкрухин; Гильдия маркетологов. – 4.е изд., стер. – М.: Омега.Л, 2006. – 656 с.
5. Тарасова Е. Е., Воронин Я. М. Роль Интернет-рекламы в системе маркетинговых коммуникаций//Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. - 2008. - № 3 (27). - С. 5-14.

6. Эриашвили Н. Д., Коротков А. В., Синяева И. М. и др. Управление маркетингом: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / Н. Д. Эриашвили [и др.]. - 2-е изд. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, - 2017. - 463 с.

Коробкова Наталья Александровна, к.э.н., доцент Пензенского государственного университета архитектуры и строительства

Магина Эльвира Рамилиевна, студентка 4-го курса Пензенского государственного университета архитектуры и строительства

УПРАВЛЕНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В БЮДЖЕТНОМ УЧРЕЖДЕНИИ

Аннотация: В статье исследуется проблема управления коммерческой деятельностью бюджетными учреждениями. Согласно законам РФ они имеют право заниматься предпринимательской деятельностью, если это способствует достижению их целей. В современных условиях получение дополнительного дохода становится необходимостью для некоммерческих организаций. На примере спортивной школы в статье анализируется потенциал повышения эффективности коммерческой деятельности. Проведен анализ направлений получения дохода и предложены рекомендации по повышению эффективности коммерческой деятельности.

Ключевые слова: коммерческая деятельность, бюджетное учреждение, управление коммерческой деятельностью.

Abstract: The article examines the problem of managing the commercial activities of budgetary institutions. According to the laws of the Russian Federation, they have the right to engage in business activities. In modern conditions, obtaining additional income becomes a necessity for non-profit organizations. Using the example of a sports school, the article analyzes the potential for increasing the efficiency of commercial activity. The analysis of income generation was carried out and recommendations for improving the efficiency of commercial activities were proposed.

Keywords: commercial activity, budgetary institution, business management.

В РФ бюджетные организации должны вести только бюджетную деятельность и содержаться полностью за счет бюджетных средств, но сегодня законы позволяют, а власть одобряет заниматься коммерческой деятельностью бюджетным организациям.

Актуальность данной проблемы определяет возрастающая необходимость получения прибыли бюджетными организациями. Коммерческую деятельность бюджетные учреждения ведут для того, чтобы были дополнительные средства, кроме бюджетных, чтобы достигать своих основных целей, ради которых образовано учреждение. Иными словами, бюджетные организации, ведя коммерческую деятельность, рассчитывают на получение прибыли, которая будет направлена на достижение их основных целей.

Понятие бюджетного учреждения в настоящее время определено в ст. 9.2 пункте 1 Закона «О некоммерческих организациях» № 7-ФЗ [1]. Бюджетным учреждением признается некоммерческая организация, созданная Российской Федерацией, субъектом Российской Федерации или муниципальным образованием для выполнения работ, оказания услуг в целях обеспечения реализации предусмотренных законодательством Российской Федерации полномочий соответственно органов государственной власти (государственных органов) или органов местного самоуправления в сферах науки, образования, здравоохранения, культуры, социальной защиты, занятости населения, физической культуры и спорта, а также в иных сферах.

О том, можно ли заниматься коммерческой деятельностью бюджетным учреждениям говорится в ст. 24 пункте 2 Закона «О некоммерческих организациях» № 7-ФЗ [2].

Некоммерческая организация может осуществлять предпринимательскую и иную приносящую доход деятельность лишь постольку, поскольку это служит достижению целей, ради которых она создана и соответствует указанным целям, при условии, что такая деятельность указана в его учредительных документах.

Бюджетные учреждения могут заниматься следующими видами коммерческой деятельности:

- сдача нежилых площадей в аренду;
- оказание платных услуг;
- пожертвования;
- гранты;
- спонсорская помощь [6, с. 153].

Рассмотрим различные подходы к проблеме предпринимательской деятельности бюджетных учреждений. Иными словами, рассмотрим взгляды разных авторов на то, почему бюджетные учреждения занимаются предпринимательской деятельностью. Для того, чтобы упростить задачу восприятия, рассмотренные подходы были собраны в таблицу 1.

АВТОР	ПОДХОД
Шишкина О. О., Игнатьев Д. С.	В процессе своей деятельности бюджетные учреждения постоянно ощущают острую нехватку денежных средств как на выплату заработной платы своему персоналу, так и на свое содержание. В результате они вынуждены заниматься коммерческой деятельностью [10, с.30].
Насибулина А. Р.	Приоритетную задачу для государства представляет снижение темпов роста расходов, путем создания условий и стимулов для сокращения внутренних издержек учреждений и привлечения ими внебюджетных источников финансового обеспечения. Поэтому бюджетные учреждения намерены заниматься коммерческой деятельностью [9, с.155].
Кувакина А. К.	В 2011 году бюджетный сектор был подвергнут масштабной реформе. Это проявилось в возможности ведения бюджетными учреждениями коммерческой деятельности. В условиях тотального недофинансирования такое нововведение пришлось как нельзя кстати [7, с.519].
Владимирова Я. В., Черемисинова А. А.	Коммерческая деятельность бюджетных учреждений значима для удовлетворения потребностей населения и для самих бюджетных учреждений, так как доходы от нее в условиях бюджетного недофинансирования служат дополнительным источником покрытия расходов [5, с. 174].
Миросенко О. Ф.	Применительно к приносящей доход деятельности бюджетных учреждений такой предпринимательский признак, как риск, выделить невозможно. Деятельность бюджетных учреждений станет невозможной только при наличии решения учредителя о прекращении деятельности учреждения, либо по окончании срока деятельности учреждения, указанного в учредительных документах [8, с. 60].

Таблица 1. Подходы к определению коммерческой деятельности бюджетных учреждений.

Рассмотрев эти взгляды, можно сформулировать свой подход к данному вопросу: коммерческая деятельность в бюджетных учреждениях ведется для того, чтобы получать дополнительные средства, кроме бюджетных, для осуществления своих основных целей.

Осуществление бюджетным учреждением коммерческой деятельности на сегодняшний день является законной процедурой.

Исходя из того, что существует основная уставная деятельность и коммерческая, бюджетным учреждениям необходимо вести отдельный учет доходов и расходов по этим двум видам деятельности, чтобы достоверно определять финансовые показатели по каждому виду деятельности.

Как было отмечено в процедуре ведения коммерческой деятельности в бюджетное учреждение, последней процедурой является открытие отдельного лицевого счета в территориальном органе Федерального казначейства. Поэтому доходы от коммерческой деятельности и иной внебюджетной деятельности поступают в самостоятельное распоряжение бюджетного учреждения через лицевой счет Федерального казначейства. Расходование этих средств осуществляется только по целевому назначению, в соответствии с Планом финансово-хозяйственной деятельности, утвержденному учредителем на текущий финансовый год, и исключительно на:

- 1) оплату труда и начислению страховых взносов;
- 2) трансферты населению;
- 3) командировочные и иные компенсационные выплаты работникам;
- 4) оплату товаров, работ и услуг по заключенным договорам (контрактам) в соответствии с законом о контрактной системе от 05.04.2013 №44 ФЗ[3];
- 5) оплату товаров, работ и услуг в соответствии с утвержденными сметами без заключения государственной или муниципальных контрактов.

Перечисленные выше направления, на которые бюджетное учреждение имеет право тратить средства, полученные от коммерческой деятельности, следует вывод о том, что бюджетные учреждения не имеют право

распоряжаться этими средствами на свои нужды, а могут только направлять эти средства на осуществление целей учреждения.

С особенностями ведения коммерческой деятельности в бюджетном учреждении разберемся на примере Государственного бюджетного учреждения Пензенской области спортивная школа олимпийского резерва по хоккею (ГБУ ПО СШОР по хоккею).

Учреждение имеет в оперативном управлении 2 объекта: СЗК «Дизель-Арена» и ВСЛК «Золотая шайба». Основной целью Учреждения является подготовка спортивного резерва для спортивных сборных команд РФ и Пензенской области. Наряду с основной задачей, Учреждение имеет право заниматься и занимается приносящей доход деятельностью. Под такой деятельностью подразумевается:

- сдача нежилого помещения в аренду (не входит в перечень платных услуг, идет как отдельный вид);
- предоставление спортооружения для проведения различных мероприятий;
- предоставление ледовых арен в аренду;
- продажа билетов на игры;
- размещение баннеров на стенах и других местах зданий и т.д.

В статье приведены только те услуги, которые предоставляются на СЗК «Дизель-Арена», так как это здание является наиболее значительным для Учреждения и для города Пенза в целом.

Общая площадь СЗК «Дизель-Арена» составляет 35 179,6 кв.м. Основную часть территории занимают спортивные ледовые арены – 2шт: малая (учебно-тренировочная) ледовая арена и большая (основная) ледовая арена.

Перечисленные выше платные услуги, оказываемые Учреждением, являются лишь малой частью перечня таких услуг, полный перечень представлен в приложении 1 данной работы. Всего предоставляемых платных услуг в приказе насчитывается около 74, и делятся они на:

- услуги, которые облагаются НДС (18%). Таких услуг всего 41;

– услуги, которые не облагаются НДС. Таких услуг всего 33.

Далее охарактеризуем перечисленные платные услуги Учреждения.

Сдача нежилых помещений в аренду. Так как сдача нежилых помещений в аренду выступает как отдельный вид коммерческой деятельности в Учреждении, начнем с него. Учреждение имеет право сдавать в аренду свободные помещения, не занятые учебно-тренировочным процессом, и площади, не находящиеся на путях эвакуации. Общая площадь, разрешенная к сдаче в аренду, составляет 2780,48 кв.м. Сдано в аренду на 01.01.2018 г. – 1200,22 кв.м. Следовательно, свободная к сдаче в аренду площадь по состоянию на 01.01.2018 г. составляет 1580,26 кв.м. Сдача площадей в аренду осуществляется посредством аукциона [4], поэтому нет фиксированной цены за 1 кв.м.

Представим аналитическую информацию о динамике сдаваемых в аренду помещений СЗК «Дизель-Арена» за 2013-2018 гг.

	<i>2013 г.</i>	<i>2018 г.</i>	<i>Прирост</i>
Количество заключенных договоров аренды	10	48	+380%
Площадь, сдаваемая в отчетном периоде	468,9 кв.м.	1200,22 кв.м.	+155,9%

Таблица 2. Аренда помещений в 2013-2018 гг.

Как мы видим, в сравнении 2013 г. с 2018 г. наблюдается положительная динамика: количество заключенных договоров аренды увеличилось на 38 договора, а сдаваемая нежилая площадь на 731,32 кв.м.

Следующая платная услуга, которая представлена в данном разделе работы – предоставление ледовых арен в аренду. Представим среднюю загруженность ледовых арен на рисунке 1 Данные для анализа загруженности ледовых арен взяты из расписаний 2018 г.

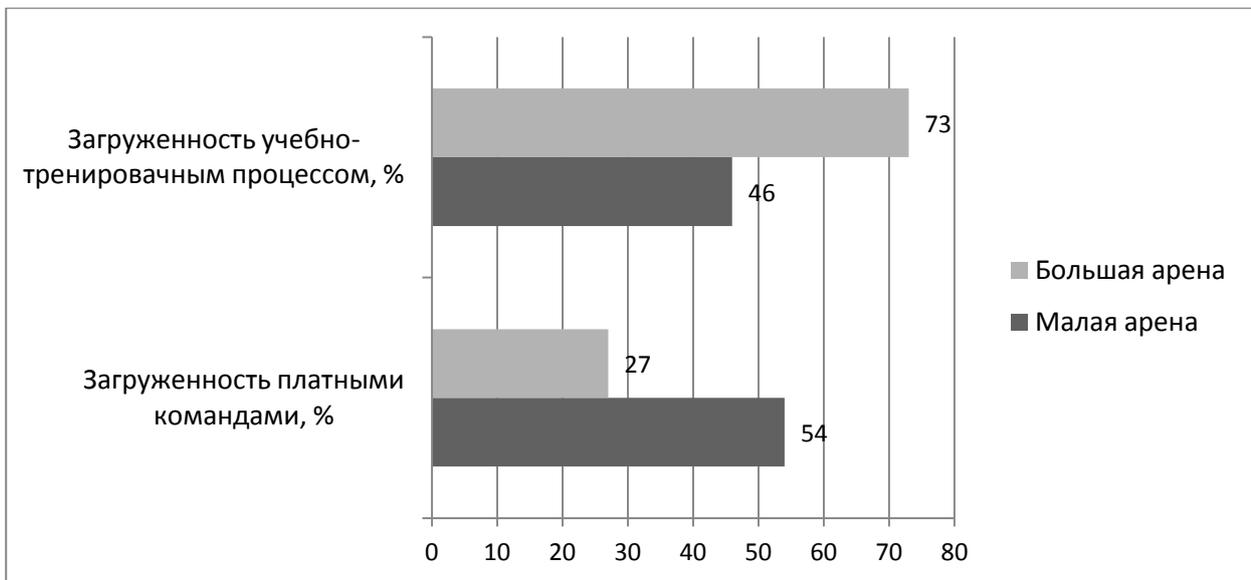


Рис. 1 Загруженность ледовых арен.

Рисунок 1 показывает, что малая ледовая арена загружена больше платными командами, нежели большая. Это можно объяснить тем, что стоимость 1 часа аренды малой арены меньше, чем большой.

Предоставление спортооружения в аренду. Учреждение также имеет право предоставлять спортооружение для проведения различных мероприятий.

Такие услуги в приказе звучат таким образом:

- услуга по предоставлению в аренду спортооружения: большая ледовая арена (без ледового покрытия) для организации и проведения массовых зрелищных мероприятий (1 час);
- предоставление большой ледовой арены для культурно-массовых детских мероприятий (ледовые шоу, цирк, новогодние елки) (1 день);
- предоставление большой ледовой арены для организации и проведения массовых зрелищных мероприятий, в том числе концертов (1 день);
- предоставление малой ледовой арены для культурно-массовых мероприятий (1 день).

Так как здание является большим и может вместить 5500 зрителей, этими услугами пользуются успешно, т.е. они являются востребованными. Приезжают различные артисты, цирки и др.

Продажа билетов на игры. Следует упомянуть о такой услуге, предоставляемой Учреждением, как продажа билетов на игры. В здании также располагается хоккейная команда города Пензы «Дизель». Учреждение реализует билеты на игры ХК «Дизель», а также билеты на игры молодежной команды «Дизелист». Для этой услуги Учреждению имеет свою кассу, кассиров, кассовые аппараты. Такая услуга, как продажа билетов, НДС не облагается.

Размещение рекламной продукции. В приказе о перечне платных услуг представлены следующие услуги по размещению рекламной продукции:

- размещение рекламных модулей на бортах малой и большой ледовых арен;
- размещение рекламных модулей на кубе большой ледовой арены (во время игр ВХЛ);
- размещение баннеров, вывесок и иных плакатов, и рекламной продукции на стенах здания и на территории СЗК «Дизель-Арена»;
- размещение рекламной продукции на льдозаливочной машине.

Так как здание является спортивно-зрелищным, часто проходят мероприятия различного характера, услуги по размещению рекламной продукции пользуются популярностью.

Доходы от ведения коммерческой деятельности, соответственно, должны покрывать, и покрывают часть расходов Учреждения, они представлены в таблице 3.

	По плану, руб	По факту, руб	Процент исполнения, %
Доходы – всего	22 335 800,00	22 410 240,00	100,33
Доходы от собственности	3 100 000,00	3 180 800,00	102,60
Доходы от оказания платных услуг	16 735 800,00	16 495 190,00	98,56
Прочие доходы	2 500 000,00	2 734 240,00	109,37

Таблица 3. Информация о полученных доходах за 2018 год.

Отразим доходы от коммерческой деятельности за последние 5 лет, начиная с 2013 и заканчивая 2017 гг., в разрезе по услугам, которые приносят существенные доходы (рисунок 2).

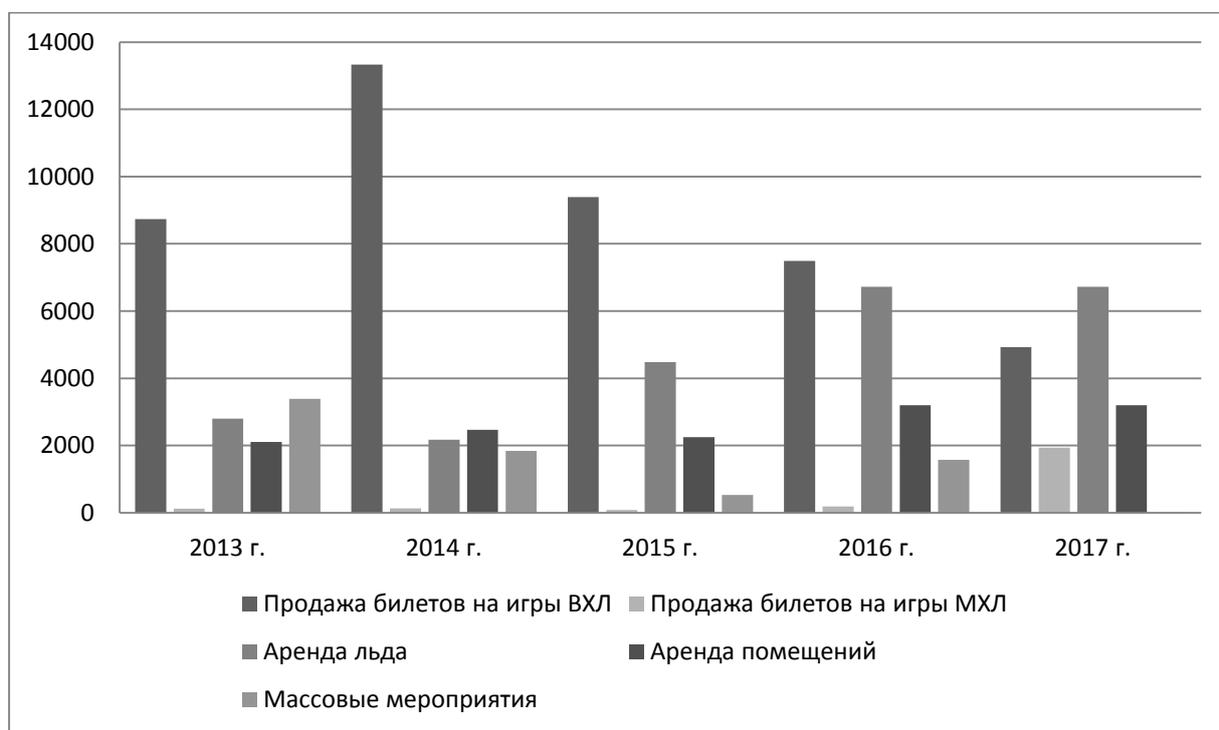


Рис.2 Доходы от предпринимательской деятельности за 5 лет в разрезе видов услуг.

На рисунке 2 видно, какие услуги сколько дохода приносят, и динамику доходов за последние 5 лет. Наблюдается такая ситуация: до 2017 г. больше всего доходов приносила продажа билетов на игры ВХЛ. Пик от продажи билетов на игры ВХЛ приходится на 2014 год, доход составил 13329,5 млн.руб. С 2014 г. наблюдается падение дохода от продажи билетов на игры ВХЛ. Также можно увидеть, что Учреждение старается возместить потери от продажи билетов на игры ВХЛ другими своими услугами. Видно, что из года в год увеличиваются доходы от аренды льда и от аренды помещений, но полностью возместить потери от маленького спроса посещать игры ВХЛ все равно не удастся.

Из рисунка 3 следует, что до 2016 г. наибольшие доходы приносила продажа билетов на игры ВХЛ, но в 2016 г. ситуация меняется. Большую часть доходов Учреждение начинает получать от сдачи ледовых арен в аренду

платным командам. Арену арендуют команды от предприятий города и района, также и физические лица.

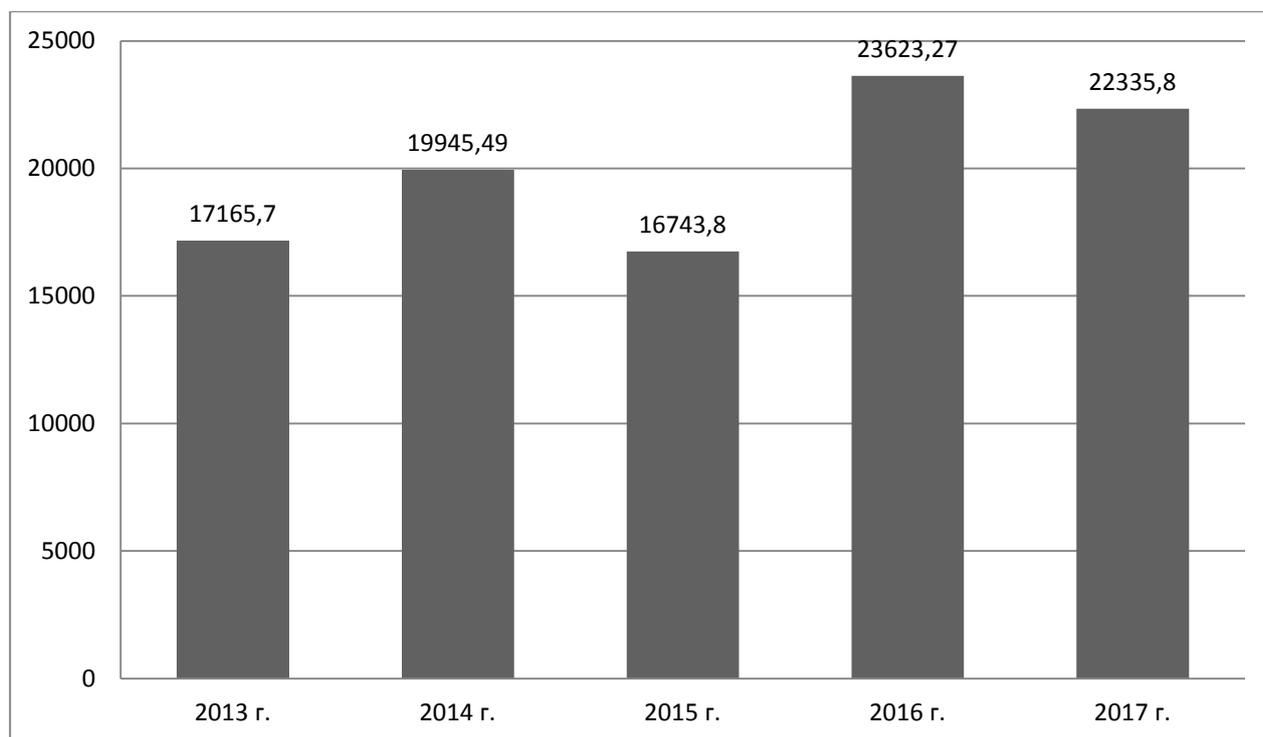


Рис.3 Доходы от предпринимательской деятельности за 5 лет в разрезе по годам, млн. руб.

В 2014 г., как уже было отмечено, большой доход принесли продажи билетов на игры ВХЛ, а в 2016 г. существенно увеличился доход от сдачи ледовых арен в аренду и также был нормальный доход от продажи билетов на игры ВХЛ. В 2017 г. мы наблюдаем, что доход от предпринимательской деятельности мал по сравнению с 2016 г.

Проанализируем долю дохода, получаемую от сдачи в аренду помещений.

Назначение площади	Арендуемая площадь, кв.м.	Доход, тыс.руб
Размещение оборудования базовой станции связи	20,0	288 027,84
Размещение буфета	98,5	680 660,76
Аренда бассейна	261,3	99 417,36
Размещение офиса	273,1	502 415,68
Размещение аппарата напитков	10,0	18 269,44
Торговля продуктами питания	20,0	67 327,68
Размещение кофе-аппарата	12,0	144 718,42
Оказание бытовых услуг	10,0	12 791,44

Размещение аппарата по продаже бахил	1,0	0,767
Размещение платежного терминала	1,0	13 570,00
Размещение магазина спорттоваров	81,8	701 378,28
Оказание образовательных услуг	84,4	155 363,52
Торговля сувенирной продукцией	6,0	20 911,48
Размещение водного резервуара	125,4	156 445,24
Размещение склада	3,0	10 794,96
Размещение снэк-аппарата	4,0	33 158,00
Размещение массажного кабинета	14,7	2 254,9
Размещение квест-игры	437,12	427 126,58

Таблица 4. Доходы от сданных помещений в аренду за 2017 г.

Анализ таблицы показал, что наибольший доход за год приносит аренда нежилого помещения под размещение магазина спорттоваров, на втором месте – размещение буфета, на третьем – размещение офиса и т.д.

Как уже было отмечено, коммерческую деятельность бюджетные учреждения ведут для того, чтобы были дополнительные средства, кроме бюджетных, чтобы достигать своих основных целей, ради которых образовано учреждение. Иными словами, бюджетные организации, ведя коммерческую деятельность, рассчитывают на получение прибыли, которая будет направлена на достижение их основных целей. Такие полномочия бюджетным учреждениям российским законодательством были даны потому, что средства бюджета Российской Федерации ограничены и не могут полноценно покрывать расходов бюджетных учреждений. Поэтому искать дополнительные способы получения прибыли бюджетным учреждениям является важной задачей.

Ледовый дворец спорта «Дизель-Арена» вмещает в себя две ледовые арены (центральную и тренировочную), 25-метровый бассейн, тренажёрный зал и гостиницу. «Дизель-Арена» является одним из самых крупных спортивных объектов Пензенской области, на ней проходят соревнования самого высокого уровня. Деятельность комплекса не ограничивается только спортом, арена способна превращаться в киноконцертный зал. Пять с половиной тысяч человек могут одновременно посетить спортивное событие или концерт.

Итак, здание имеет бассейн, тренажерный зал и гостиницу, которые не приносят доходов. Гостиницу школа сдавать не может, так как она

располагается на территории хоккейного клуба "Дизель", а клубу была передана часть здания на безвозмездное пользование. Поэтому можно предложить школе начать получать доходы от:

- использования бассейна;
- использования тренажерного зала.

Если использовать бассейн, то можно внести в перечень платных услуг такую услугу, как "Посещение плавательного бассейна закрытого типа для проведения групповых учебно-оздоровительных занятий с детьми", который будет подразумевать следующее: данный вид услуги рассчитан на групповое посещение бассейна детей в возрасте от 6 до 12 лет в количестве не более 15 человек в сопровождении квалифицированного специалиста с целью организации начальной подготовки, направленной на разностороннюю физическую подготовку и овладение основами техники плавания.

Если использовать тренажерный зал, то можно внести в перечень платных услуг такую услугу, как "Абонемент на посещение тренажерного зала" и "Разовое посещение тренажерного зала" цены будут складываться из средних цен города.

Также было выяснено из анализа, по состоянию на 01.01.2018 г. организация имеет 1580,26 кв.м. свободной площади для сдачи в аренду. Эту площадь можно сдать, например, для следующих целей:

1. под детские развивающие центры. Здание в течении дня посещают много детей и родителей. Развивающие центры могли бы стать популярными на СЗК "Дизель-Арена";

2. под фото-студию. Сегодня фото-студии являются довольно-таки популярными. На СЗК "Дизель-Арена" имеется свободная площадь под размещение фото-студии с любыми атрибутами;

4. под визаж-студию или для проведения мастер-классов;

5. под спортивный медицинский центр.

Чтобы об этих услугах узнало население, соответственно, требуется провести маркетинговые мероприятия.

Роль маркетинга в сфере услуг очень высока, т.к. он является неотъемлемой частью развития организации в сфере услуг. Целями проведения маркетинговых мероприятий в анализируемом учреждении являются:

- проинформировать население г.Пензы о новых услугах организации и напомнить о "старых" услугах;
- стимулировать население на то, чтобы они захотели "попробовать" новые услуги;
- "завести" постоянных пользователей услугами.

Маркетинговые объявления о новых услугах можно организовать через следующие платформы:

1. сайт организации (дизель-арена.рф);
2. баннер на стенах здания;
3. объявление в bazarpnz.ru и др.платформах г.Пензы.

Таким образом, в данном параграфе были описаны оказываемые платные услуги Учреждением в здании СЗК «Дизель-Арена». Так как ГБУ ПО СШОР по хоккею оказывает таких платных услуг более 70, были отобраны наиболее значимые услуги для описания: сдача нежилых помещений в аренду (как отдельный вид платной услуги), сдача ледовых арен в аренду, сдача спортооружения в аренду для проведения мероприятий различного характера, продажа билетов на игры, размещение рекламной продукции в здании. Сдача нежилых помещений в аренду была проанализирована в динамике по количеству заключенных договоров в аренду и по количеству сдаваемой площади, начиная с 2013 и заканчивая 2018 г. Было выяснено, что количество заключенных договоров аренды увеличилось на 38, а количество сдаваемой площади на 731,32 кв.м. Также было рассмотрено для каких целей арендуются помещения в здании. Была определена загруженность ледовых арен: малая арена загружена платными командами больше, чем большая, что обусловлено, скорее всего, стоимостью за час аренды. Также были описаны другие предоставляемые платные услуги.

Предложено расширить перечень платных услуг школы. Так как в здании имеется свободный бассейн и тренажерный зал, предложено задействовать их для привлечения доходов и в перечень платных услуг внести следующие услуги: "Посещение плавательного бассейна закрытого типа для проведения групповых учебно-оздоровительных занятий с детьми", "Абонемент на посещение тренажерного зала" и "Разовое посещение тренажерного зала".

Также можно сдать свободные нежилые площади в аренду под размещение, например, визаж-студии, фото-студии, под детские развивающие центры и т.д. Чтобы население узнало о новых услугах, учреждению предложено провести маркетинговые мероприятия: объявление на сайте, баннер на стенах здания, объявление в bazarpnz.ru и др. платформах г. Пензы;

Библиографический список:

1. Федеральный закон от 12.01.1996 N 7-ФЗ (ред. от 29.07.2018) "О некоммерческих организациях" Статья 9.2. Бюджетное учреждение // СПС "КонсультантПлюс".
2. Федеральный закон от 12.01.1996 N 7-ФЗ (ред. от 29.07.2018) "О некоммерческих организациях" Статья 24. Виды деятельности некоммерческой организации // СПС "КонсультантПлюс".
3. Федеральный закон "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд" от 05.04.2013 N 44-ФЗ (последняя редакция) // СПС "КонсультантПлюс".
4. Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции" П. 1 ч. 3 ст. 17.1 Особенности порядка заключения договоров в отношении государственного и муниципального имущества.
5. Владимирова Я. В., Черемисинова А. А. Приносящая доход деятельность бюджетных учреждений // Сборник материалов XXVI Международной научно-практической конференции «INTERNATIONAL SCIENTIFIC RESEARCH.» 2017. С.173-176.

6. Ипатова А. В. Особенности осуществления предпринимательской деятельности в государственных автономных учреждениях // Материалы XVI международной научно-практической конференции преподавателей, докторантов, аспирантов и студентов «Менеджмент предпринимательской деятельности» 2018. С.153.

7. Кувакина А. К. Особенности предпринимательской деятельности бюджетных учреждений // Теория и практика современной науки. 2017. №11. С.518-521.

8. Миросенко О. Ф. Приносящая доход деятельность бюджетных учреждений в российской федерации: гражданско-правовой аспект // Сборник научно-практических статей Всероссийской научно-практической конференции «Гражданское законодательство РФ: современное состояние, тенденции и перспективы развития» 2016. С. 60-62.

9. Насибулина А. Р. Особенности раздельного учета доходов и расходов от предпринимательской и уставной деятельности бюджетного образовательного учреждения // Материалы Всероссийской научной студенческой конференции «Современные проблемы экономического развития.» 2017. С.154-157.

10. Шишкина О. О., Игнатьев Д. С. Льгота по налогу на добавленную стоимость по предпринимательской деятельности, осуществляемой бюджетным учреждением // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. 2013. №9. С.30.

*Гостев Я. С., студент 4 курса юридического факультета
Стерлитамакского филиала БашГУ*

*Багауов Н. Д., студент 4 курса юридического факультета
Стерлитамакского филиала БашГУ*

*Долгов С. Ф., старший преподаватель юридического факультета
Стерлитамакского филиала БашГУ*

СОЦИАЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИНОСТРАНЦЕВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация: в представленной статье рассматривается правовой статус и система социального обеспечения иностранных граждан в Российской Федерации. Обозначается роль миграционных процессов для Российского государства, механизм социальной защиты мигрантов в стране.

Ключевые слова: мигранты, правовой статус, социальная защита, социальная поддержка.

Annotation: in the presented article the legal status and the system of social security of foreign citizens in the Russian Federation are considered. The role of migration processes for the Russian state, the mechanism of social protection of migrants in the country.

Keywords: migrants, legal status, social protection, social support.

Ежегодно количество иностранных граждан, которые приезжают в Российскую Федерацию, увеличивается. Цели они преследуют также самые разнообразные. Одна из первых причин – это путешествия. Россия славится своей богатой историей, которая интересна каждому человеку в мире. С другой стороны, наша страна кажется совершенно неизведанной, тем и привлекает

иностранцев. Зачастую, в Россию приезжают иностранные путешественники, которые уже побывали во многих европейских и азиатских странах, поэтому именно эта страна становится для них следующей точкой на карте, которую хочется исследовать [2, с. 64].

Вторая причина – обучение. На сегодняшний день одним из самых приоритетных направлений в работе российских вузов является привлечение иностранных граждан для получения высшего образования. Перед учебными заведениями стоит ряд задач, которые требуют особого внимания. Среди них такие, как обеспечение иностранным абитуриентам доступность и качество образования; создание необходимых комфортных условий для обучения и проживания; гарантия безопасности жизни в каждом регионе страны.

Как и любой гражданин, живущий в нашей стране, иностранный гражданин также имеет свои права, которым должен следовать. Основу правового статуса личности составляют конституционные права, свободы, гарантии и обязанности, а его содержание – это весь набор прав и свобод, а также законные интересы, принадлежащие отдельным социальным группам, и в конечном итоге – конкретному человеку.

Итак, отдельную социальную группу в структуре социума образуют «иностранцы граждане и лица без гражданства». Легальные определения понятий «иностранец гражданин» и «лицо без гражданства» даны в специальной дефинитивной форме в ст. 2 Федеральный закон от 25.07.2002 № 115-ФЗ «О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации»: иностранец гражданин – физическое лицо, не являющееся гражданином Российской Федерации и имеющее доказательства наличия гражданства (подданства) иностранного государства; лицо без гражданства – физическое лицо, не являющееся гражданином РФ и не имеющее доказательств наличия гражданства (подданства) иностранного государства [3, с. 13].

Согласно законодательству, иностранные граждане не имеют право работать на ядерно-опасных предприятиях, не имеют право разрабатывать тестировать и реализовывать ядерно-опасные разработки на практике. Также

иностранному гражданину нельзя работать или служить в сфере обороны государства, а также нести службу в российской армии, даже если вопрос касается договорных отношений. Такие ограничения ставятся в связи с тем, что в определенный исторический период работало большое количество недобросовестных иностранцев, которые затем передавали всю важную информацию тем, для кого она не была предназначена.

Сегодняшняя ситуация, как экономическая, так и демографическая, указывает на то, что без мигрантов наша страна пока не может обойтись. Соответственно, эти люди должны получать определенную поддержку со стороны государства, чувствовать безопасность и комфорт, проживая в Российской Федерации. Трудовым мигрантам важно обеспечить рабочее место, полную информацию об условиях труда, страхование здоровья и обеспечение индивидуальной и коллективной защиты. Иностранцам необходимо обеспечение со стороны приглашающей стороны денежных средств, обеспечение заработной платы, а также социальных норм проживания (площадь жилья и прочее) [1, с. 20].

Медицинская помощь также предоставляется иностранным гражданам наравне с россиянами. Нормы регулируются законодательством, которое принято на местном уровне субъектами Российской Федерации.

К иным видам социальной помощи и социальной защиты иностранных граждан в РФ относятся:

- помощь лицам пожилого возраста и инвалидам;
- необходимые социальные выплаты в случае необходимого погребения;
- социальная помощь детям-мигрантам, которые являются потомками ранее проживавших в нашей стране граждан, пособия по беременности и родам;
- ежемесячные пособия детям военнослужащих, единовременные выплаты беременным женам военнослужащих.

Тем не менее, государственные пособия назначаются не каждой категории граждан. К ним относятся те граждане и иностранные граждане,

которые находятся на полном государственном иждивении (обеспечении), гражданам, которые лишены родительских прав, гражданам, выехавшим на постоянное место жительства за пределы Российской Федерации. Но эти лица могут подать соответствующие заявления о том, чтобы претендовать на государственные выплаты, и в случае рассмотрения высшего органа и подтверждения достоверности документов разбирательства заканчиваются в пользу гражданина. Это касается и права иностранного гражданина на образование: в случае предоставления всех необходимых документов человек принимается в высшее учебное заведение для получения образования.

Важным направлением социальной работы является поддержка мигрантов на рынке труда. Основным органом, содействующим мигрантам в трудоустройстве выступает Главное управление по вопросам миграции Министерства внутренних дел Российской Федерации. Ключевыми направлениями данного органа в сфере поддержки мигрантов на рынке труда выступает упрощение процедуры получения разрешения на работу иностранным гражданам, прибывшим в Россию в порядке, не требующем получения визы; установление миграционных квот, что позволяет учитывать количественные и качественные характеристики трудовых мигрантов [4, с. 204].

Таким образом, в настоящее время политика государства в отношении мигрантов направлена в первую очередь на адаптацию легальных мигрантов, предоставляя целый комплекс услуг по поддержке мигрантов на рынке труда, формирование оптимального баланса между национальными и иностранными трудовыми ресурсами, толерантное отношение к мигрантам в обществе, предоставление соответствующих жилищных условий, а также реализуется система медицинского обслуживания мигрантов. Все перечисленные мероприятия помогают наилучшим образом адаптироваться мигрантам в новых для них условиях жизни.

Библиографический список:

1. Акрамов Ш. Ю., Рязанцев С. В. Трудовые мигранты: репродуктивное здоровье и вклад в российскую рождаемость // Миграционное право. – 2014. – № 2. – С. 20 – 24.
2. Лянной В. А. К вопросу об определении понятия незаконная миграция // Пробелы в российском законодательстве. Юридический журнал. – 2015. – № 2. – С. 64 – 65.
3. Сандугей А. Н. Некоторые теоретические вопросы миграционного права России в отечественной правовой системе // Российский следователь. – 2015. – № 23. – С. 13.
4. Эдилова Р. Э. Нормативно-правовое регулирование миграционных отношений в России: проблемы и пути их преодоления // Молодой ученый. – 2016. – № 2. – С. 204 – 206.

Ганчина Татьяна Александровна, преподаватель факультета довузовской подготовки и среднего профессионального образования, ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва», г. Саранск
E-mail: Sergushinaes@yandex.ru

Дедина Дарья Михайловна, студентка, факультета довузовской подготовки и среднего профессионального образования ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва», г. Саранск

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И АНАЛИЗ ЗАЕМНЫХ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СУБЪЕКТА

Аннотация: Данная статья посвящена бухгалтерскому учету и анализу заемных обязательств экономического субъекта. Рассмотрен состав заемных обязательств. Формирование качественной и своевременной информации о заемных обязательствах понимаются любые подобного рода долговые обязательства заемщика перед займодавцем – это ключевая цель бухгалтерского учета.

Ключевые слова: кредиты, заемные обязательства, займы, договор, долговые обязательства, заемщик.

Annotation: This article is devoted to accounting and analysis of loan obligations of the economic entity. Considered the composition of loan obligations. Formation of high-quality and timely information on loan obligations is understood to mean any such kind of debt obligations of the borrower to the lender - this is the key goal of accounting.

Keywords: loans, loan obligations, loans, contract, debt obligations, borrower.

Договор займа является одним из самых исторических старых договоров. Заемные отношения – неотъемлемая часть любой экономической системы. Перед любыми российскими организациями ставятся задачи по увеличению темпов роста национальной экономики. Каждая организация должна располагать экономическими ресурсами для осуществления производственно – хозяйственной и финансовой деятельности [1; 2; 3].

Отечественные компании могут рассчитывать только на собственные средства, хотя есть возможности привлечения ресурсов, для увеличения экономического роста организации. Экономические ресурсы, которыми располагает организация – капитал собственника и обязательства субъекта перед физическими и юридическими лицами. Финансовое благосостояние организации зависит от того, каким капиталом располагает субъект хозяйствования, насколько целесообразно он преобразуется в основные оборотные средства. Из этого следует, что огромное значение приобретает всесторонний учет капитала организации, который формирует информацию об отдельных составляющих капитала [2].

Для принятия долговых и управленческих решений, огромное значение имеет размер и структура капитала. Внешние и внутренние пользователи бухгалтерской отчетности должны представлять, за счет чего организация будет осуществлять свою деятельность, долю собственных и заемных средств в общем объеме капитала организации [4].

Объектами изучения бухгалтерского учета могут быть источники их формирования. Именно они, составляют пассив организации, подразделяются на собственные и заемные. Хозяйственные средства организации можно разделить на 2 группы:

- источники собственных средств;
- заемные источники средств.

Заемные обязательства – правоотношения, связанные с передачей в собственность денег или иных вещей, определенных родовыми признаками,

при условии возврата такой же суммы денег или равного количества аналогичных вещей.

В соответствии с Приказом Минфина России от 02 июля 2010 года №66н (ред. От 06 марта 2018года) «О формах бухгалтерской отчетности организации» представлен в бухгалтерском балансе в разделе IV «Долгосрочные обязательства» и V «Краткосрочные обязательства» [1].

В состав заемных обязательств входят доходы будущих периодов, долгосрочные заемные обязательства, кредиторская задолженность, оценочные обязательства (долгосрочные), оценочные обязательства (краткосрочные), прочие долгосрочные обязательства, краткосрочные заемные средства. Под обязательством понимаются любые долговые обязательства заемщика (должника) перед кредитором: – кредиты; – коммерческие кредиты; – займы.

Существуют долгосрочные и краткосрочные заемные обязательства, и задолженность, которая бывает срочной и просроченной. Срочная задолженность – задолженность по кредитам и займам, срок погашения которой продлен в установленном порядке или еще не наступил. Просроченная задолженность – задолженность по полученным кредитам и займам с истекшим сроком погашения [5].

Учет краткосрочной задолженности в бухгалтерском учете ведется на счете 66 «Расчеты по краткосрочным кредитам и займам», а учет по долгосрочной задолженности – на счете 67 «Расчеты по долгосрочным кредитам и займам».

Рассмотрим заемные обязательства экономического субъекта (на материалах ООО «Саранский завод точных приборов»). Общество с ограниченной ответственностью «Саранский завод точных приборов» Целью деятельности Общества является извлечение прибыли. ООО «Саранский завод точных приборов» осуществляет производство полупроводниковых приборов, производство электрических ламп и осветительного оборудования, разработку и производство технологического оборудования специального и гражданского

назначения, предоставляет услуги по остановке, ремонту и технологическому обслуживанию теле- и радиопередатчиков и другие.

В процесс хозяйственной деятельности ООО «Саранский завод точных приборов», помимо собственных источников привлекает заемные обязательства в виде кредитов банка и займов. Таким образом, получение займа (кредита) в ООО «Саранский завод точных приборов» отражается в учете задолженностью по займу в момент передачи денег, исходя из суммы договора. Порядок учета затрат по займам и кредитам, зависит прежде всего от того на какие цели используются заемные обязательства [6]. В таблице 1 представлен Анализ заемных обязательств ООО «Саранский завод точных приборов».

Капитал	2011 год	2012 год	Абс. откл (+,-)	Уд.вес (%)		Отн.откл (%)		Темп роста (%)
				2011г	2012г	2011г	2012г	
Собственный капитал (руб)	22479812	23561934	1082122	47	53	4,81	4,59	4,81
Заемный капитал (руб)	25670090	21233121	- 4436969	53	47	-17,28	-20,90	-17,28
Итого	48149902	44795055	- 3354847	100	100	-12,47	-16,31	-16,31

Таблица 1 – Анализ заемных обязательств ООО «Саранский завод точных приборов» за 2011–2012 г.

Анализ показателей показывает, что собственный капитал ООО «Саранский завод точных приборов» в 2012 году уменьшился по сравнению с 2011г. на 1 082 122 руб. (4,6%), происходит снижение суммы заемного капитала на 3 354 847 руб (7,5%) по сравнению с 2011 г.. Это происходит за счет значительного увеличения доли собственных средств в хозяйственной деятельности предприятия.

Таким образом, собственный капитал в 2011 г. ООО «Саранский завод точных приборов» составил 47%, а заемный – 53%, в 2012 г. соответственно собственный капитал – 53%, а заемный капитал – 47%. Сравнивая долю собственного и заемного капитала, очевидно, что заемные средства – явление

для предприятия, положительное, поэтому ООО «Саранский завод точных приборов» может распоряжаться привлеченными средствами длительное время.

В заключение можно сделать вывод о том, что банки должны работать на расширение кредитования отечественных организаций. Общество с ограниченной ответственностью, в отличие от частного предпринимателя, не имеет возможности оформлять потребительские кредиты, поэтому ООО стараются выбирать кредиты по пониженным кредитным ставкам. Существует решение проблемы усовершенствования кредитной деятельности банков, должны учитываться несколько основных факторов, главным из которых обеспечение.

Библиографический список:

1. Приказ Минфина России от 2 июля 2010г №66н «О формах бухгалтерской отчетности организаций».

2. Воронина Е. В. Состав и структура заемного капитала отечественных корпораций нефтегазовой отрасли // Финансы и кредит (37) УЭКС. 2016. №1.

3. Лагутова О. Ю. Договор займа в проекте Гражданского кодекса Российской Федерации // Юридический мир. -2017.- №12. С – 26-28.

4. Пиксайкина А. А. Формализация процессов товародвижения на предприятии / А. А. Пиксайкина Е. С. Пашуткина // Актуальные вопросы архитектуры и строительства: материалы 13-ой международной научно-технической конференции / Отв. ред. В. Т. Ерофеев. – Саранск: Изд-во Мордовского университета, 2014. – С. 270-272.

5. Сергушина Е. С., Фролова Н. А. Организация бухгалтерского учёта в бюджетных учреждениях российской федерации // студенческий меридиан среднего профессионального образования в вузе. - Саранск: Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва, 2017. - С. 63-68.

6. Сергушина Е. С., Вечканова Е. А., Морозкина А. В., Сергушин С. Е. Анализ финансово-хозяйственной деятельности строительных организаций в современных условиях // Научно-методический электронный журнал Концепт. - 2018. - №4. - С. 171-175.

Фадеева Вера Владимировна, преподаватель факультета довузовской подготовки и среднего профессионального образования

ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва», г. Саранск

E-mail: Sergushinaes@yandex.ru

Сернова Ольга Олеговна, студентка, факультета довузовской подготовки и среднего профессионального образования

ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва», г. Саранск

ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ И МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРАКТИКЕ

Аннотация: В статье рассмотрен порядок формирования финансовых результатов в соответствии с отечественными стандартами по бухгалтерскому учёту. Систематизированы подходы, которые используются в мировой учётной практике. Обоснована необходимость формирования финансовых результатов в соответствии с МСФО.

Ключевые слова: анализ, бухгалтерский учёт, выручка, доходы, расходы, международные стандарты финансовой отчётности, отчёт о финансовых результатах, прибыль, убытки, финансовые результаты, финансы.

Abstract: this article describes the procedure for the formation of financial results in accordance with national accounting standards. Systematized approaches that are used in the world of accounting practice. The necessity of financial results in accordance with IFRS.

Key words: analysis, accounting, revenue, income, expenses, international financial reporting standards, report on financial results, profit losses, financial results, finance.

Значимыми показателями работы организации являются финансовые результаты ее деятельности. Именно от них зависят финансовое состояние организации. Такой показатель как прибыль демонстрирует положительный финансовый результат деятельности организации. Как считают авторы, «самое главное предназначение прибыли в современных условиях хозяйствования – отражение эффективности производственно-сбытовой деятельности предприятия» [6].

Контент-анализ показал, что «развитие международных экономических связей на уровне предприятий в условиях рыночных отношений и конкурентной борьбы невозможно без надлежащего информационного их обеспечения. На первый взгляд, кажется, что этот процесс не должен сопровождаться какими-либо серьезными проблемами» [7; 10]. Тем не менее это не так.

Вопрос состоит в том, что возможно нет и двух стран, в которых бы были одинаковыми правила учёта. С целью гармонизации и стандартизации финансового учёта решили привести их к единообразию с помощью обработки и ввода типовых нормативов, названных международные стандарты финансовой отчётности (МСФО).

Отечественные предприятия ведут бухгалтерский финансовый учёт как по нормативам отечественных стандартов, так и в соответствии с международными стандартами финансовой отчётности (МСФО), исходя из целей выхода на международный рынок.

Согласно утверждению Е. С. Черкасовой, «в настоящее время происходит плавное движение российского учёта в сторону МСФО, поэтому вопросы составления бухгалтерской отчётности и по российским, и по международным стандартам являются очень важными» [8]. Для того, чтобы уменьшить расходы

и получать инвестиции, большинство отечественных компаний пытаются составлять отчётность по международным стандартам. Это даёт возможность объективно оценить бизнес и выйти на международные рынки. В данный период этот вопрос приобретает всё большую актуальность.

Доходы и расходы – это важные составляющие, отражающие финансовые результаты предприятия, которые трактуются в главе МСФО «Принципы». В Российской Федерации они отражены в Концепции бухучёта и в Положениях по бухучёту: ПБУ 10/99 «Расходы организации» и ПБУ 9/99 «Доходы организации» [2; 4].

«Доход» в МСФО – это рост прибыли в течение отчётного периода, происходящее в форме увеличения активов либо уменьшения обязательств.

Доходы в МСФО делятся на 2 категории:

1. Доходы от обычной деятельности;
2. Прочие доходы.

Доход от обычной деятельности – это «выручка», образующаяся в процессе регулярной деятельности организации. Прочие доходы – это нерегулярные, случайные доходы. Доход признаётся в случае увеличения выгод. Формулировка категории «доходы» излагается в главе МСФО «Принципы» [1]. Категория «выручка» организации содержится в стандарте МСФО 18 «Выручка». Признание выручки зависит от её вида:

1. От продажи товара;
2. От предоставления услуг;
3. От использования другими сторонами активов организации, приносящих доход.

Не предусмотренная в МСФО 18 выручка раскрывается в других стандартах [3].

По мнению Е. С. Черкасовой, «в соответствии с российскими нормативными документами доход – это увеличение экономических выгод в результате поступления активов и погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала данной организации, а расход – уменьшение

экономических выгод в результате выбытия активов и возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала. В МСФО существует понятие полной прибыли – это изменение собственного капитала хозяйствующего субъекта за отчётный период, являющийся результатом хозяйственных операций и событий, не связанных с личным капиталом собственников» [8; 9]. Вместе с тем следует подчеркнуть, что в международных стандартах доход – это рост экономического состояния в связи с поступлением активов и (или) погашения обязательств. А расходы – это уменьшение экономических выгод за отчётный период [5].

Следовательно, форма отчёта о финансовых результатах в основном соответствует МСФО, но и всё-таки имеются некоторые отличия в составлении отчётной документации. Необходимо достичь единообразия принципов формирования отчётной документации в российской и международной практике. Из проведённого исследования становится очевидным то, что такого результата можно достигнуть только при дальнейшей гармонизации российской модели учёта с МСФО.

Библиографический список:

1. Международный стандарт финансовой отчётности (IAS) 1 «Представление финансовой отчётности» // Система ГАРАНТ. – URL: <http://base.garant.ru/57401904/>.
2. Положение по бухгалтерскому учёту «Доходы организации» ПБУ 9/99, утверждённое приказом Минфина РФ от 06.05.1999 №32н (ред. от 06.04.2015).
3. Международный стандарт финансовой отчётности (IAS) 18 «Выручка».
4. Положение по бухгалтерскому учёту «Расходы организации» ПБУ 10/99, утверждённое приказом Минфина РФ от 06.05.1999 №33н (ред. от 06.04.2015).

5. Курманова А. Х. Принципы формирования отчёта о финансовых результатах в отечественной и зарубежной практике //Международный бухгалтерский учёт. – 2014. – №11 (305) – С. 43-54.

6. Колачева Н. В., Быкова Н. Н. Финансовый результат предприятия как объект оценки и анализа [Электронный ресурс]. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/finansovyy-rezultat-predpriyatiya-kak-obekt-otsenki-i-analiza>(дата обращения 19.02.2019).

7. Учет финансовых результатов в соответствии с МСФО // Студенческая библиотека онлайн [Электронный ресурс]. – URL: https://studbooks.net/1668403/finansy/uchet_finansovyh_rezultatov_sootvetstvii_msfo(дата обращения: 15.02.2019).

8. Черкасова Е. С. Формирование финансового результата в соответствии с Российской системой бухгалтерского учёта и Международными стандартами финансовой отчётности // Современные научные исследования и инновации. 2017. – №4 [Электронный ресурс]. – URL: <http://web.snauka.ru/issues/2017/04/80986> (дата обращения: 15.02.2019).

9. Сергушина Е. С., Вечканова Е. А., Шалунова Т. И., Сергушин С. Е. Современные проблемы анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятий // Центральный научный вестник. - 2018. - №6 (47). - С. 60-62.

10. Сергушина Е. С., Вечканова Е. А., Морозкина А. В., Сергушин С. Е. Анализ финансово-хозяйственной деятельности строительных организаций в современных условиях // Научно-методический электронный журнал Концепт. - 2018. - №4. - С. 171-175.

Шафеев А. А., студент юридического факультета СФ БашГУ

Россия, г. Стерлитамак

Шамсутдинов Ш. А., доцент, кандидат педагогических наук, СФ БашГУ

Россия, г. Стерлитамак

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТИ ЗДОРОВЬЯ У СТУДЕНТОВ

Аннотация: в представленной статье рассматривается специфика формирования ценности здоровья у студентов. Рассматривается роль и значение физического воспитания подрастающего поколения.

Ключевые слова: физическая культура, спорт, здоровье, здоровый образ жизни, обучающиеся, студенты, ценности здоровья, проблемы здоровья, вредные привычки, курение, образовательный процесс.

Annotation: in the present article, the specificity of the formation of the value of students' health is considered. The role and importance of the physical education of the younger generation are considered.

Keywords: physical culture, sports, health, healthy lifestyle, students, students, health values, health problems, bad habits, smoking, educational process.

В числе большинства прочих значимых характеристик, которые имеют большое значение для подготовки студентов в системе высшего профессионального образования огромное значение имеет физическое воспитание, забота о здоровье подрастающего поколения, включая как физические и психологические составные, условия жизнедеятельности студентов в процессе обучения, так и субъективные характеристики, оказывающие влияния непосредственно на само здоровье: установки, ценности в данной сфере, реальное валеологическое поведение и так далее.

Большое значение здоровья как основополагающего составного элемента всего процесса системы образования главным образом связано, с одной стороны с зависимостью успешности овладения всеми требуемыми знаниями, наряду с прочими факторами, и от фактора здоровья самого студента [1, с. 37].

А с другой стороны, формирование и укрепление позитивных мотиваций студентов на ведение здорового образа жизни, поддержание в тонусе всего организма, воспитание требуемых валеологических ценностей в период обучения – это основополагающие условия эффективного выполнения в дальнейшем молодым специалистам своей профессиональной деятельности. В настоящее время данный фактор является наиболее значимым и выступает в качестве основного условия того, что молодой специалист будет востребован в последующем на рынке труда. В современном мире время все больше ученых обращают внимание на то, что физическое здоровье и работоспособность выступают в качестве «личностного капитала».

Таким образом, проблемы здоровья и его обеспечение, формирование личной заинтересованности студентов поддерживать свое здоровье, бережно относиться к образу жизни, имиджу, в настоящее время выступает в качестве наиболее значимой и актуальной, является составным элементом процесса профессионального образования.

Исследование проблемы приобщения подрастающего поколения к здоровому образу жизни представляется целесообразным с позиции педагогического подхода, что обуславливает формирование системы конкретных педагогических воздействий на студентов образовательного процесса. В качестве значительного потенциала в данном направлении выступают занятия физической культурой и спортом.

Физическая культура учеными рассматривается в качестве неотъемлемого ценностно-значимого составного элемента образовательного процесса. Физическая культура дает возможность в реальной педагогической практике обозначить и укрепить соответствующие личностные качества студента – здоровье, устойчивую психику, устойчивый эмоциональный фон,

культуру общения, уровень интеллектуального развития, стрессоустойчивость, что в последующем даст возможность ему осуществлять профессиональную деятельность на соответствующем уровне.

Значимым элементом формирования ценностного отношения к здоровью студентов считается деятельностный компонент, подразумевающий собой активное включение студента в физкультурно-спортивную деятельность в образовательном учреждении.

Окончательным итогом механизма формирования направленности студента на здоровье считаются позитивные преобразования в мотивационно-потребностной, ценностной сфере личности студента на основе соответствующей педагогической технологии.

В процессе здоровьесберегающей, физкультурно-спортивной деятельности у обучающихся могут формироваться и воспитываться соответствующие ценностные ориентации [3, с. 69]:

- представление о здоровье как наивысшей ценности;
- общение во время занятий с одноклассниками, педагогическим составом, интересными людьми;
- умения здорового образа жизни как способности преумножить, закалить характер, тело, защитить себя от негативных воздействий внешних факторов;
- физкультурно-валеологические знания, умения и достижения как основание определения роли здоровья в самореализации, саморазвитии.

Формирование и развитие у студентов интереса и ценностного отношения к своему здоровью должно основываться на выработку у них представления о физкультурно-спортивной и здоровьесберегающей деятельности как о механизме включения в систему общественных отношений. Не малое значение в этом случае имеет разъяснительная работа: о роли и значении физического воспитания в современном социуме; повышенном интересе и внимании, который должен проявляться к физической культуре и спорту со стороны социума, социальных общностей, известных личностей; о единстве спорта, физической культуры и эффективной трудовой и профессиональной

деятельности будущего выпускника; о физической культуре как основном элементе здорового образа жизни; о возможности здорового, физически развитого личности в достижении высокого социального положения.

Таким образом, от системы ценностей студента во многом зависит:

а) место физической культуры в субъектном мире подрастающего поколения. Выбирает ли студент вообще физическую культуру в качестве основополагающего механизма оздоровления из возможных сфер деятельности.

б) эффективность и продуктивность занятий физической культурой;

в) механизм его поведения, что дает возможность человеку жить в гармонии и согласии с окружающей действительностью в целом, поведение, при котором действия студента как структурные единицы жизнедеятельности обеспечивают ему сохранение, укрепление здоровья, как своего, так и близких людей.

Большое значение реализации эффективного механизма воспитания у студентов ценностного отношения к здоровью имеет физическое образование. При этом кроме формирования двигательных компонентов, повышенное внимание должно уделяться работе по осмыслению и присвоению нравственных ценностей общечеловеческого характера.

Достаточно эффективной формой формирования ценностей здоровья студентов является интеграция учебной и внеучебной деятельности.

Большие возможности внеучебной деятельности в решении рассматриваемой проблемы заключается в том, что данная деятельность подразумевает сочетание таких видов деятельности, как отдых, развлечения, творчество. С одной стороны, в процессе занятий физической культурой и оздоровительными видами осуществляется активный отдых, который для студента представляет собой не вызывающий утомления физическую нагрузку, что позволяет снять усталость и напряжение, восстановить физические и духовные силы. С другой стороны, реализуется компенсаторная функция, устраняющая однообразие учебных будней. От своей деятельности во внеучебной образовательной среде студенты и преподаватели испытывают

радость, наслаждение, душевный и эмоциональный подъем. Кроме того, во внеучебной деятельности наиболее ярко раскрывается творческий потенциал студента [2, с. 43].

Благодаря правильно выстроенной системе внеучебной работы студент приобретает опыт эмоционально-ценностного отношения к разнообразным формам и видам оздоровительной и физкультурно-спортивной деятельности.

Достижение крепкого физического и психического здоровья студента немислимо без осознания себя как уникальности, неповторимости, без его саморазвития и самосовершенствования в процессе физического воспитания. В этом, собственно, и состоит его роль в формировании ценностей здоровья.

Библиографический список:

1. Барчуков И. С. Правовое регулирование в сфере физической культуры и спорта // Государство и право. Юридические науки. – 2016. – № 13. – С. 37 – 42.

2. Костин Д. А. К вопросу о правовом регулировании в сфере спортивной деятельности // Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал. – 2015. – № 29. – С. 43 – 56.

3. Красовский С. Я. К вопросу о правовом регулировании физической культуры и спорта // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Право. – 2014. – № 64. – С. 69 – 79.

Курдова М. А., старший преподаватель, Пензенский государственный университет архитектуры и строительства

Асташкина Е. А., студентка, Пензенский государственный университет архитектуры и строительства

ДИСТАНЦИОННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В РОССИИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Аннотация: В статье приводятся основные закономерности внедрения информационных технологий в образовательный процесс, а также характерные отличительные особенности дистанционного обучения от традиционных форм высшего образования. Определены достоинства и недостатки применения дистанционных форм обучения.

Ключевые слова: дистанционное обучение, информационные технологии в образовании, модернизация, системы управления обучением, развитие личности.

Abstract: The article presents the main regularities of the introduction of information technologies in the educational process, as well as the characteristic features of distance learning from traditional forms of higher education. The advantages and disadvantages of distance learning.

Key words: distance learning, information technologies in education, modernization, learning management systems, personal development.

Эволюция информационных технологий и Интернета во всем мире формирует модернизацию современного образования в первую очередь через дальнейшее развитие электронного обучения (e-Learning по определению специалистов ЮНЕСКО, это обучение с помощью интернета и мультимедиа).

По Закону об образовании в РФ от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ под электронным обучением понимается – организация образовательной деятельности с применением информационных технологий. Под дистанционными образовательными технологиями понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на отдалении) взаимодействии обучающихся и преподавателей [2].

К настоящему времени проведен ряд исследований, раскрывающих методологические и технологические аспекты дистанционного обучения. Данной проблеме посвящены работы А. А. Андреева, А. А. Ахаяна, И. В. Роберт, А. Н. Сергеева, В. П. Тихомирова, А. В. Хуторского, М. С. Чвановой, С. А. Щенникова, и многих других; разные аспекты использования технологий дистанционного обучения подготовки студентов в вузе исследовали: Т. В. Вергун, М. П. Карпенко, В. Г. Кинелев, А. А. Кузнецов, Н. И. Максюков, В. П. Тихомиров, М. С. Чванова, и др. Научно-методические принципы и психолого-педагогические аспекты диагностики и оценки эффективности использования системы дистанционного обучения рассмотрены в работах И. А. Зимней, И. Ф. Исаева, И. А. Мавриной, Л. Н. Макаровой, А. К. Марковой, В. П. Мизинцева, Г. Н. Подчалимовой, Ю. Г. Татура, М. И. Шиловой, А. И. Яковлева и др.

Необходимость внедрения дистанционного обучения обуславливается техническими, психолого-педагогическими и социальными факторами. Отметим несколько главных достоинств дистанционного обучения.

Доступность. Благодаря концепции дистанционного обучения возможность получить регулярное образование появляется у всех категорий граждан, независимо от социального, экономического и возрастного статуса.

Гибкость. Дистанционное образование не зависит от расстояния и времени. Обучающиеся могут получить образование в удобное для них время, место, а так же самому планировать длительность учебного процесса.

Актуальность – возможность внедрения новейших педагогических, психологических, методических разработок.

Удобство использования – возможность обучения в удобное время, в определенном месте, получение образования без отрыва от основной работы, отсутствие ограничений во времени для усвоения материала.

Модульность – разбитие материала на отдельные функционально завершенные темы, которые изучаются по мере усвоения и отвечают способностям отдельного студента или группы в целом.

Экономическая эффективность. Обучение, базирующееся на применении информационных и коммуникационных технологиях, требует больших затрат только на начальных стадиях своего развития, но в дальнейшем, при постоянном применении эти затраты окупаются и приносят больше выгоды, нежели традиционные формы обучения. Появление виртуальных учебных заведений оказывает положительный результат на экономике в общем. Выгода для отдельного учебного заведения также очевидна, так как обучающимся может стать любой гражданин, независимо от географического положения [4; 5].

Дистанционное обучение можно использовать не только как отдельную информационную среду, но и наряду с традиционной. Это позволяет оптимизировать информационный процесс и снизить нагрузку на преподавателя. В этом случае происходит прямое применение информационных компьютерных технологий, и дистанционное обучение служит уже средством получения знаний, как составляющей традиционного обучения.

Популярность дистанционного образования растет, особенно в России с ее огромными территориями и сосредоточием научных центров в крупных городах. Студенты охотно получают образование онлайн, так как это недорого и большую часть времени студент проводит дома или в офисе. Основной составляющей успешности реализации виртуального образовательного процесса является информационно-образовательная среда, в этом качестве в России используются различные системы управления обучением, как отечественные (Прометей, Интразнание, СТ Курс, Батисфера, Доцент,

WebTutor, eLearning Server), так и зарубежные (Lotus Learning Space, Moodle, Sakai, ILIAS, Blackboard, eFront, Share Knowledge) [3].

В последнее время учебные организации все чаще используют систему управления обучением LMS Moodle, которая является бесплатной и которая постоянно совершенствуется. Основой проекта по созданию Moodle является предоставление преподавателям самых лучших средств для управления процессом обучения и его популяризации. При этом концепция Moodle не связана с отказом от традиционных форм преподавания, а является дополнительной при смешанном и дистанционном обучении [1]. Эту конструкцию можно проследить через роль в системе Moodle автоматизированного контроля оценки полученных знаний. Для аттестации преподавателю необходимо протестировать студента для выявления уровня остаточных знаний через определенный период времени. Преподаватель должен разработать тесты для учебной дисциплины. Вот здесь и необходим традиционный подход в образовании, так как уровень профессионализма профессорско-преподавательского состава – это основа корректно построенных тестовых заданий дистанционного обучения (СДО) Moodle.

Важной составляющей современного образования продолжает оставаться высокий профессионализм преподавателей, что представляет конкурентное преимущество в условиях возрастания рынка образовательных услуг. Одной из составляющей профессионализма современного педагога мы видим в освоение и использование в учебном процессе современных средств eLearning. Электронные курсы, выработанные через стандартизацию образовательных сред, применяемых с учётом особенностей преподавания в вузе – основное направление развития методики российского образования на следующее десятилетие. Потенциал использования электронных образовательных курсов связан с повышением интереса студентов к работе с интерактивными web-ресурсами, а значит и росту мотивации к процессу, что неизбежно поднимает качество обучения и неограниченные возможности [2].

Таким образом, несмотря на все преимущества и неотъемлемость электронной информационно-образовательной среды, следует учесть, что применение технологий электронного обучения может привести к ряду негативных последствий, таких как сокращение социальных контактов, ограниченное в учебном процессе живое общение преподавателей и студентов. Также средства дистанционного обучения могут способствовать формированию у обучающихся шаблонного мышления, формального и безынициативного отношения к любому роду деятельности. Все это говорит о том, что никакая технология не заменит труд педагога, и применение дистанционного обучения не может привести к реальному повышению эффективности образовательного процесса.

Библиографический список:

1. Гривенная Г. А. Особенности внедрения дистанционных технологий в образование // Инновационные технологии в машиностроении, образовании и экономике. – 2017. – Т. 3. - № 1-1(3). – С. 32-35.
2. Козелков О. В. Дистанционное обучение в высшем образовании: реальность и перспективы // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2017. - № 3-1. – С. 91-93.
3. Курдова М. А. Развитие системы и механизмов управления устойчивостью высшего учебного заведения: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Пензенский государственный университет архитектуры и строительства. Пенза, 2015.
4. Лаврентьев С. Ю., Крылов Д. А. Использование электронных технологий в образовательной среде вуза // Современные наукоемкие технологии. – 2017. - №11. – С. 129-133.
5. Тягульская Л. А., Сташкова О. В., Гарбузняк Е. С. Электронная информационно-образовательная среда как необходимая составляющая современного образовательного процесса // Вестник Приднестровского университета. Серия: Физико-математические и технические науки. Экономика и управление. – 2016. – Т.3. - №3. – С. 91-98.

Свитич Ольга Николаевна, *старший преподаватель,*

Петрозаводский государственный университет, Россия, г. Петрозаводск

РАЗВИТИЕ УЧРЕЖДЕНИЙ СОЦИАЛЬНОГО ВОСПИТАНИЯ НА ЭТАПЕ СТАНОВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КАРЕЛИИ

Аннотация: В статье рассматривается реорганизация после революций церковно-приходских школ и изменения советской властью единой школы в Республике Карелии. Переподготовка учителей в школах и ликвидация безграмотности среди детей.

Ключевые слова: Начальная школа, безграмотность, церковно-приходские школы, Республика Карелия.

Annotation: The article discusses the reorganization after the revolutions of parochial schools and the change of the unified school in the Republic of Karelia by the Soviet authorities. Retraining of teachers in schools and the elimination of illiteracy among children.

Keywords: Primary school, illiteracy, parochial schools, Republic of Karelia.

Сеть учреждений социального воспитания - школы, детские дома, детские сады в годы советской власти подвергались существенным как количественным, так и качественным изменениям.

До революций 1917 года количество начальных школ (городских и сельских) хотя и было сравнительно многочисленно, но число обслуживаемых ими детей было небольшое. Так, в 1916/1917 учебном году в 413 начальных школах обучалось 12945 детей. Для того чтобы иметь представление о том, насколько эта цифра мала, достаточно указать, что в 1926/1927 учебном году

школ I ступени было 404 и в них учащиеся – 177701 человек. Несмотря на то, что было на 9 школ меньше, чем в дореволюционное время, в них обучалось примерно на 5000 детей больше. Наиболее насыщенной школьная сеть была в южной части нынешней Карелии и наиболее редкой в северной. Следовательно, население отдельных частей нынешней Карелии обслуживалось школой не одинаково. Лучше обслуживалась южная часть, Олонецкий и Петрозаводские уезды [1].

Кроме того, огромная разница в охвате детей (5000), почти при одинаковой сети в 1916/1917 и 1926/1927 учебных года, говорит о том, что в дореволюционное время существовало много мелких школ с числом учащихся немногим больше до десяти человек. Посещали школу не все дети школьного района, а лишь часть их, часть не бедная, а наиболее зажиточная. Внутри каждой территориальной единицы отдельные прослойки сельского населения не в одинаковой степени обслуживались школой. Лучше обслуживалась наиболее крепкая в экономическом отношении часть крестьянства. Такое положение в деле народного образования еще усугублялось тем, что школы в дореволюционное время вообще не ставили перед собой больших задач, в области поднятия культурного уровня населения.

В Карелии число церковно-приходских школ было чрезвычайно велико: около 1/3 из всех школ, находились в непосредственном ведении духовного ведомства. Влияние духовенства и в других школах Карелии было исключительно велико. Почти во всех школах законоучителями были священники.

Так, в Петрозаводском уезде в 1914 году церковно-приходских школ было 73, земских 80, из 80 земских школ в 60 законоучителями были священники. Если к этому прибавить, что огромное число учителей общеобразовательных предметов были детьми духовенства, получившими подготовку в учреждениях духовного ведомства (епархиальных училищах, духовных семинариях), то станет ясно, насколько сильно было влияние духовенства в деле начального обучения.

После революций советская власть установила единую трудовую школу. Бывшая начальная школа подверглась коренной реорганизации. Но в первое время дело ограничивалось одной лишь переименованием названия и прекращением преподавания в школе закона божьего. Слишком велик был шаг от дореволюционной начальной школы до советской школы I ступени, чтобы его можно было проделать в короткий период времени. Надо было, кроме выработки новых программ, изучать новые учебники, оборудовать школы, переподготавливать старых учителей и готовить новых. Поставить на должную высоту работу всех типов учреждений социального воспитания невозможно было без работников - учителей и воспитателей, получивших соответствующую подготовку. Приток новых сил происходил чрезвычайно медленно, поэтому надо было переподготавливать старые кадры.

В этих целях, начиная с 1923 года, в Карелии, как и по всей стране, советской властью проводилась переподготовка учителей путем устраиваемых ежегодно учительских курсов и конференций.

Основными задачами являлось вовлечение в школу детей из отдельных деревень, поднятие качественной стороны работы учреждений социального воспитания, ликвидация детской безграмотности.

Библиографический список:

1. Доклад народного образования « Резолюция работников просвещения по докладу Наркомпроса» (фонд 630 опись1 41/348) с. 294.

Давлетшин Артур Ралифович, студент ОСУН

*ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский московский государственный
строительный университет», Москва, Россия*

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ НА СТРОИТЕЛЬНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация: В данной статье рассматривается сущность управления качеством на предприятии. Изучены 7 основных принципов управления качеством, в том числе эти принципы — это базовые и всеобъемлющие правила, чтобы предприятие управляло для непрерывного улучшения деятельности предприятия в течение длительного времени по пути ориентации на клиентов, при этом уделяя внимание важно для потребностей заинтересованных сторон.

Ключевые слова: управления качеством, качество продукции, система менеджмента, принципы, потребность.

Annotation: This article is going to examine the essence of quality management in enterprises. 7 principles of quality management are studied - these are basic and comprehensive rules to run an organization with a view to achieve continuous improvement over a long period of time by being customer-oriented, yet still paying attention to the needs of interested parties.

Keywords: quality management, product quality, management system, rules, demand.

Качество не только не порождает себя, но и является не случайным результатом, а это результат воздействия ряда тесно связанных факторов. Для достижения желаемого качества необходимо правильно управлять этими факторами. Деятельность по управлению качеством называется «управление

качеством». Должны иметь правильное понимание и опыт нового управления качеством для значимого решения проблем качества.

Цели создания системы менеджмента качества (СМК):

– реализовать политику предприятия в области качества, достигать и поддерживать качество выпускаемой продукции (работ, услуг) на нормативном уровне и обеспечивать выполнение требований потребителя, постоянно улучшить качество продукции для повышения удовлетворённости данной продукцией, как потребителя, так и других заинтересованных сторон. Система менеджмента качества является неотъемлемой частью общей системы управления производственной и хозяйственной деятельностью предприятия и основывается на общем менеджменте качества, на предприятии.

Управление качеством определяется Международной организацией по стандартизации и рассматривается как действия, осуществляемые при создании, эксплуатации или потреблении продукции, чтобы устанавливать, обеспечивать и поддерживать необходимый уровень качества. Таким образом, мы рассмотрим подход к понятию качества, можно сформулировать определение управления качеством по мнениям авторов.

По мнению А. В. Гличеву, что управление качеством является охватной всех сторон деятельности предприятия, а, следовательно, весь персонал идеологией качества: все службы, все структурные подразделения, а не только те, что связаны с созданием, изготовлением, контролем, продажей и послепродажным обслуживанием продукции. Предполагается, что улучшение качества всей деятельности будет устойчивым и постоянным.

Анализируя вышеизложенные определения, можно сделать вывод о том, что управление качеством является чётким взаимодействием всех подразделений, всех участников производственного процесса, имеющее хорошо сформулированную цель – обеспечение или улучшение качества.

Управление качеством применяется в каждой отрасли, не только в производстве, но и во всех областях, во всех типах компаний, от крупных до мелких, даже если они участвуют на международном рынке или нет.

Управление качеством гарантирует, что компания правильно выполняет свои важные функции. Если компании хотят конкурировать на международном рынке, они должны изучить и применять концепции эффективного управления качеством [1].

Управление качеством - это скоординированная деятельность, направленная на руководство и контроль качества организации.

Контроль качества и ориентация часто включают в себя разработку политики, цели, планирование, контроль, обеспечение качества и улучшение.

Основными принципами управления качеством на предприятии являются следующие:

1. Ориентация на клиентов

«Основным направлением управления качеством является удовлетворение потребностей клиентов и стремление превзойти ожидания клиентов»

Этот принцип исследует конечную цель организации и превосходит ожидания клиентов в отношении доверия к их продукту или услуге. Устойчивый успех достигается за счет понимания потребителей и их потребностей в настоящее и в будущее; повысить ценность каждого взаимодействия и бизнеса с учетом их потребностей - этот принцип рассматривается в компании для ориентации на своих клиентов.

2. Роль лидерства

«Лидеры устанавливают единство цели, направления и создают условия для участия людей в достижении качественных целей организации».

Лидеры создают связи. Связь в стратегии, в политике компании, в видении и в направлении, в распределении процессов и ресурсов и т. Д. Стандарты лидерства создаются с целью достижения успеха в целях компании.

3. Вовлечение работников.

Люди, персонал представляют собой наиболее важный ресурс предприятия, и активное участие работников в обеспечении качества продукции, их знания и опыт имеют определяющее значение для успешности

бизнеса и необходимы для повышения их способности создавать и распространять ценность продукта.

Просто организовать обеспечение работников всеми необходимыми. Развитие человеческого фактора в организации, по сути, представляет собой развитие внутренних ресурсов для роста мощности организации на пути достижения более высокого качества. В системе управления качеством весь коллектив компании, от верхнего уровня до низового звена, одинаково играет важную роль во внедрении и поддержании системы качества. Все члены коллектива должны постоянно заботиться о повышении качества продукции и услуг, предоставляемых клиентам. Каждый уровень персонала должен выполнять функции в соответствии со своей позицией.

4. Процессный подход

Последовательные и предсказуемые результаты становятся более эффективными и действенными, когда действия понимаются и управляются, поскольку связанные процессы функционируют как целостная система.

Понимая, как процесс достигает результатов, организация может оптимизировать свою систему и повысить производительность. Важным преимуществом для этого является достижение «последовательных и предсказуемых результатов посредством системы взаимосвязанных процессов».

5. Постоянное улучшение

«Успешные организации ориентированы на инновации», когда говорят "изменение - единственная константа". Чтобы организации оставались конкурентоспособными и текущими, требуется постоянное улучшение. Реагировать на и внешние и внутренние изменения; это может измениться в руководстве, в экономических привычках или может создавать новые возможности и более позитивные изменения.

6. Принятие решений, основанных на фактах

«Решения, основанные на анализе и оценке данных, с большей вероятностью дадут желаемые результаты».

Корреляция между переменными не обязательно означает, что изменение переменной является причиной изменения другой переменной. Убедитесь, что вы используете правильные и точные измерения при принятии решений, чтобы избежать субъективных решений, которые не основаны на реальных данных. «События, доказательства и анализ данных приводят к объективности и большей уверенности в принятии решений». (Консалтинг ISO 9001: 2015).

7. Управление отношениями

Предприятия и поставщики взаимозависимы, и взаимные полезные отношения будут улучшать возможности обеих сторон и создавать дополнительные ценности. Для достижения общих целей организацией должны строены внутренние и внешние отношения. Подобно тому, как сотрудники способствуют успеху, поддержание хороших отношений с поставщиками может повлиять на результаты деятельности организации. Поставщики и заинтересованные стороны оказывают влияние на ваш бизнес и его успех, независимо от того, признаете вы это или нет. Поддержание отношений с такими сторонами может способствовать устойчивому успеху за счет оптимизации их влияния на производительность [2].

Вышеизложенные 7 принципов управления качеством являются одними из основных принципов стандартов управления качеством ISO, а также они могут стать основой для улучшения производительности организаций.

В каждой отдельной организации имеются разные принципы и, и вы применяете эти принципы по - разному, так как они зависят от характера вашей организации и конкретных проблем, с которыми вы сталкиваетесь.

«Принципы управления качеством представляют собой набор общепринятых базовых убеждений, стандартов, правил и ценностей, которые могут быть использованы в качестве основы для управления качеством». Стандарт ISO использует эти правила или принципы в качестве основы для управления организацией к улучшению своих процессов. Эти принципы разрабатываются и обновляются международными экспертами ISO, отвечающими за разработку и поддержание стандартов управления качеством ISO».

Таким образом, мероприятия по созданию системы качества или ее элементов не всегда требуют значительных финансовых вложений, однако должны реализовываться постоянно и всеми без исключения сотрудниками предприятия. Результаты исследования способов исполнения предпринимателями в практической деятельности принципов управления качеством и их влияние на изменение экономических показателей деятельности предприятия имеют важное значение для руководителей промышленных предприятий и их сотрудников, в том числе финансистов, а также специалистов и исследователей в области управления качеством [3].

Библиографический список:

1. Огвоздин В. Ю. Управление качеством. Основы теории и практики. — М.: Дело и Сервис, 2009. —304 с.
2. Гличев А. В. Основы управления качеством продукции. - М.: РИА "Стандарты и качество", 2001. -120 с.
3. Глудкин О. П. и др. Всеобщее управление качеством: Учебник для вузов. - М.: Горячая линия – Телеком, 2001. – 600с.

Красильникова Наталья Владимировна, преподаватель факультета довузовской подготовки и среднего профессионального образования, ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва», г. Саранск

Алякшина Алина Алексеевна, студентка, факультета довузовской подготовки и среднего профессионального образования ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва», г. Саранск

E-mail: alina.alyakschina@yandex.ru

БАНКРОТСТВО ТУРАГЕНТСТВ КАК ГЛОБАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

Аннотация: В статье рассматривается проблема банкротства турагентств и несовершенство законодательной системы РФ, потворствующей избеганию ответственности руководителя разорившейся фирмы. Также выявляется причина, почему органы надзора и контроля, следящие за фирмами, заранее не замечают предпосылки банкротства. На основе проведенного исследования делаются выводы и предлагаются варианты привлечения руководителя фирмы к ответственности, а также прилагается наибольшая рекомендация будущим туристам, которая может помочь оградить их от испорченного отпуска, хотя это и не даст 100% гарантии.

Ключевые слова: туристская фирма, банкротство, законодательная система, должник, ответственность, международные отношения.

Annotation: The article deals with the problem of bankruptcy of travel agencies and the imperfection of the legislative system of the Russian Federation, pandering to the avoidance of responsibility of the head of the bankrupt company.

Also revealed the reason why the bodies of supervision and control, tracking the companies, no advance notice of the background of bankruptcy. On the basis of the study, conclusions are made and options for bringing the head of the company to responsibility are proposed, and a big recommendation for future tourists is attached, which can help protect them from spoiled holidays, although this will not give a 100% guarantee.

Keywords: travel agency, bankruptcy, legislative system, debtor, responsibility, international relations.

Проблема избегания ответственности владельцем разорившейся туристской фирмы на сегодня является очень актуальной. Во время становления туристских отношений ученые неоднократно исследовали проблему банкротства туристских предприятий, ответственности турагентства перед туристами, которые не смогли благополучно и вовремя вернуться с отдыха и пути решения проблем, которые могли возникнуть у туристов на отдыхе по причине ненадлежащего обеспечения безопасности туризма, согласно Статье 14 Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 № 132-ФЗ [1; 2].

С каждым годом появляется все больше туристских фирм и столько же разоряются. Миллионы людей вынуждены оставаться за границей и ждать помощи по возвращению на родину, в то время как хозяин обанкротившейся туристской фирмы сбегает за границу.

Ограничения по пересечению границ вступают в действие лишь после продолжительной бюрократической процедуры. Почему законодательная система России затягивает процедуру рассмотрения и дает время для побега за границу? Существуют органы надзора и контроля, которые отслеживают состояния фирм. Юридические лица сдают много отчетностей, согласно Статье 189.79 Федерального закона «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2002 № 127-ФЗ, которые контролируют масса ведомств, поэтому странно, что никто не заметил прогрессирующее направление туристских фирм, хотя бы крупных,

к банкротству. Закономерен вывод, что данная неэффективная организация контроля может кому-то быть выгодна, тем же владельцам крупных туристских предприятий.

Проблемы у компаний возникают задолго до полного краха их деятельности и зачастую контролирующие органы бездействуют и не останавливают руководителей туристских предприятий. Либо это отсутствие профессионализма и халатность, либо сговор работников отделов этой сферы, которые, по всей видимости, имеют выгоду с этого, закрывая глаза на явные тревожные моменты в финансовых отчетах. Что необходимо предпринять, чтобы предотвратить подобное в будущем? Имеет место ложная отчетность, которая может опровергнуть вышеизложенные предположения об ошибках работы органов надзора [3].

В средствах массовой информации неоднократно сообщалось об очередном происшествии или скандале, связанном с разорившемся турагентством и, незадолго до этого, уехавшим владельцем предприятия подлечить здоровье за границей. Зачастую, им не нужно сильно волноваться по поводу того, чтобы успеть уехать и не попасть, как минимум, под ответственность за неподачу (несвоевременную подачу) заявления должника по Статье 61.12 Федерального закона «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2002 № 127-ФЗ. Если не смогут заранее до начала проблем с партнерами и клиентами, то у них будет от 15 до 30 дней, чтобы собрать вещи и уехать «лечиться» до вынесения решения. Для особо неудачливых есть вариант «поделиться с ближним». Если он не сработает и его раскроют на территории Российской Федерации, то он будет нести ответственность по законам нашей страны. Так же действуют и другие страны. Есть категории граждан РФ совершивших преступления в других странах, которые обязательно подвергаются наказанию на территории и по законам России, эти категории определены международным правом и договорами между государствами. Часто осужденные в других странах добиваются того, чтобы отбывать наказание на территории России, потому что наше законодательство более лояльно и

позволяет существенно изменить сроки заключения. Разумеется, это так не работает, потому что он называется «Уголовный кодекс Российской Федерации», а не «Уголовный кодекс всего мира». Если этот вариант сработает, то владелец туристской фирмы уйдет от ответственности, так как законодательство России не будет действовать на территории другой страны. Но и для этого случая есть решение [4]. На сегодняшний день Россия является участницей более 70 международных соглашений, предусматривающих оказание правовой помощи по гражданским, семейным, уголовным и иным делам. Кроме двусторонних договоров об оказании правовой помощи по гражданским делам, отменяющих процедуру легализации, действует двусторонняя конвенция, заключённая с Итальянской Республикой (Рим, 25 января 1979 года). Если между страной, где живет или скрывается должник и Россией заключен «Договор о правовой помощи», то можно собирать документы для процедуры реализации долговых требований. Однако это очень сложное дело, так как придется пройти через множество министерств и отделов, правильно оформить все документы прежде, чем вы сможете начать реализацию ваших долговых требований на территории государства пребывания должника. Необходимо поручать это специалистам, чтобы они помогали с бюрократической волокитой, так как в этом деле сложность состоит в том, что нужно учитывать специфические особенности законодательства государства, на территории которой скрывается должник.

Существует ряд признаков, по которым определяют прогресс направления предприятия к банкротству. Дефицит оборотного капитала, рост показателей кредитной задолженности, несоответствия предполагаемого и реального спроса, утрата позиций на рынке туристских услуг, потеря конкурентоспособности – все это предупредительные знаки для отделов по контролю над состоянием фирм. О банкротстве туристического агентства можно говорить тогда, когда оно не в состоянии исполнять свои обязанности перед кредиторами. Но своевременное реагирование может помочь избежать краха. Во-первых, необходимо повысить конкурентоспособность туристского

предприятия. Во-вторых, пересмотреть маркетинговую политику и подходы к рекламе. Если есть необходимость, видоизменить, расширить и дополнить ассортимент предоставляемых услуг [5]. Эксперты делят алгоритм решения проблемы банкротства на три этапа:

- устранение внешних факторов; восстановление платежеспособности;
- погашение долгов; уменьшение затрат на ресурсы и энергию;
- образование устойчивой финансовой базы; укрепление позиций на рынке туристического сервиса.

Также следует отметить, что в основном законе, регламентирующем банкротство юридических лиц, Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2002 № 127-ФЗ, отводится глава по предупреждению банкротства. В ней рассматриваются меры по предупреждению банкротства, финансовая помощь должнику и восстановлением платежеспособности юридического лица (санация).

Подлог документов – важный элемент, который может стать причиной позднего выявления турагентства – банкрота. Это всегда умышленные действия юридического лица, преследующего цель ввести в заблуждение должностных лиц, сотрудников организаций надзора над состоянием и устойчивостью предприятия. По уголовному законодательству такие действия наказуемы, тем более если ложные сведения предоставляются в соответствии с официальным порядком, регламентированным отдельным законом, иногда постановлением, приказом, то есть распоряжением официальных властей. Распространено мнение, что за подлог документов всегда привлекают по Статье 327 «Уголовного кодекса Российской Федерации» от 13.06.1996 № 63-ФЗ. Действительно, это наиболее часто применяемая норма уголовного права в ситуациях, установления фальсификации. За совершение преступления, предусмотренного Статьей 327 «Уголовного кодекса Российской Федерации» от 13.06.1996 № 63-ФЗ, может назначено наказание до 4 лет лишения свободы, в зависимости от обстоятельств, наличия других сопутствующих преступлений. Также стоит отметить Статью 292 «Уголовного кодекса

Российской Федерации» от 13.06.1996 № 63-ФЗ, которая является нормой часто сопутствующей взятке или хищению имущества [6].

Туроператор и турагент, которые не выполнили обязательств по договору, будут нести ответственность по закону. Стоит отметить, что можно оградить себя от разрушенного отпуска по причине банкротства турагентства. Во-первых, необходимо проверить, выбранное вами турагентство на наличие реестрового номера в Общероссийском генеральном реестре туристических агентств. Это не даст вам 100% гарантии, так как вступление турагентств в реестр не обязательно, но наличие его в списках покажет, что это турфирма проверена, потому что реестровый номер нельзя «купить». Во-вторых, перед началом сотрудничества попросите предъявить Свидетельство о регистрации компании и Сертификат соответствия. В договоре должно стоять тоже название предприятия, что и в документах. В договоре обратите внимание на пункт о финансовых гарантиях. Должны быть прописаны номер, дата, срок действия и адрес банка или страховой компании, а также размер финансового обеспечения. В-третьих, после покупки тура обратитесь в авиакомпанию и отправьте запрос в отель. Запросите подтверждение бронирования для вас билетов и оплаты номеров. Так вы убережете себя от неприятных неожиданностей в аэропорту или на курорте.

Библиографический список:

1. Международное коллекторское агентство взыскание долгов в России и за рубежом юридическим и физическим лицам [Электронный ресурс]: Официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.dolg-vozvrat.com>.
2. Всероссийский форум о банкротстве [Электронный ресурс]: Официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.bankrot.org>.
3. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 N 132-ФЗ [Электронный ресурс]: Официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

4. Ответственность за использование подложного документа
[Электронный ресурс]: Официальный сайт. – Режим доступа: <http://juresovet.ru>.

5. «Уголовный кодекс Российской Федерации» от 13.06.1996 N 63-ФЗ
[Электронный ресурс]: Официальный сайт. – Режим доступа:
<http://www.consultant.ru>.

6. Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» от
26.10.2002 N 127-ФЗ [Электронный ресурс]: Официальный сайт. – Режим
доступа: <http://www.consultant.ru> .

Рахмонов Рафикали Омонбаевич, студент 4 курса юридического факультета Стерлитамакского филиала БашГУ

Россия, г. Стерлитамак

Махмутова Ляйсан Аликовна, студентка 4 курса юридического факультета Стерлитамакского филиала БашГУ, Россия, г. Стерлитамак

Долгов Станислав Федорович, старший преподаватель юридического факультета Стерлитамакского филиала БашГУ

ПОНЯТИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ. ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ХАРАКТЕР АВТОРСКИХ ПРАВ

Аннотация: в статье рассматривается правовой режим интеллектуальной собственности, исследуется понятие интеллектуальной собственности, а также территориальный характер авторских прав.

Ключевые слова: права автора, интеллектуальная собственность, произведения, изобретение, правовой режим.

Annotation: in the article deals with the legal regime of intellectual property, the concept of intellectual property, as well as the territorial nature of copyright.

Keywords: author's rights, intellectual property, works, invention, legal regime.

Право интеллектуальной собственности является условным и собирательным понятием, которое объединяет в себе авторское право, а также право промышленной собственности. В качестве объектов права интеллектуальной собственности выступает система объектов авторского права и промышленной собственности.

Понятие «интеллектуальная собственность» представлено в Конвенции об учреждении Всемирной организации интеллектуальной собственности 1967 г. Тем не менее, отдельные способы регулирования и защиты авторских прав предусматриваются соответствующими международными договорами и соглашениями по авторскому праву. В законодательстве Российской Федерации правовой статус и понятие интеллектуальной собственности предусмотрены в ст. 71 Конституции и ст. 138 Гражданского кодекса Российской Федерации.

В качестве иностранного элемента в системе интеллектуальной собственности выступает субъект, который может обладать данным правом. В качестве субъекта выступает иностранное лицо. Из этого следует, что право интеллектуальной собственности имеет строго территориальный характер. Согласно данному положению, право интеллектуальной собственности возникает и подлежит защите лишь на территории того государства, где был создан объект авторского права, создано изобретение или разработан секрет производства [2, с. 54].

В качестве механизма преодоления территориального характера данного права выступает заключение международных соглашений (универсальных, региональных и двусторонних) о взаимном признании и защите прав на результаты творческой деятельности, которые были созданы на территории других стран.

По общепринятому правилу иностранные лица в сфере авторского права пользуются национальным режимом. В случае, когда произведение иностранного лица опубликовано на территории государства, в котором он непосредственно находится (и ранее не опубликовывалось за границей), то за данным лицом должны быть признаны все права, которые предусмотрены местным законодательством.

Характер распространения авторских прав иностранных лиц на территории Российской Федерации регламентируется Гражданским кодексом Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ.

Субъективные авторские права, которые возникли на основе иностранного законодательства, признаются и охраняются на территории России, если имеется соответствующее международное соглашение и на взаимных условиях. Особенности и условия охраны авторских прав с иностранным элементом заключаются в том, что они регулируются законодательством той страны, на территории которой имеет место юридический факт, который является основанием для образования авторского права. Признание авторских прав базируется на принципе национальности объекта интеллектуальной собственности, но учитывается и национальность автора:

- в отношении объекта интеллектуальной собственности иностранных авторов, которые были впервые опубликованы на территории России, авторские права признаются за авторами-иностранцами;

- авторские права российских граждан на объекты интеллектуальной собственности, которые были созданы за границей, признаются за этими гражданами;

- авторские права иностранцев на объекты интеллектуальной собственности, которые были созданы за границей, признаются в России только если был заключен соответствующий международный договор.

В отношении объектов интеллектуальной собственности авторов иностранного государства, которые были впервые изданы за границей, в Российской Федерации функционируют два разных режима [3, с. 28].

1. Охраняемыми произведениями являются те, которые были опубликованы после 27 мая 1973 г. (дата вступления Всемирной конвенции об авторском праве 1952 г. в силу на территории России); произведения, которые подпадают под действие Бернской конвенции об охране литературных и художественных произведений 1886 г., которые опубликованы после 13 марта 1995 г. (дата вступления этой Конвенции в силу в России); а также объекты интеллектуальной собственности, которые подпадают под действие двусторонних договоров России о взаимном признании и защите авторских прав (к примеру, с Австрией, Болгарией, Венгрией и др.). Режим подобных

объектов интеллектуальной собственности определяется как законодательством России, так и нормами международных договоров. Кроме тех случаев, когда в международных соглашениях имеются унифицированные материально-правовые нормы, к таким произведениям в силу принципа национального режима должны применяться законы России в сфере авторского права.

2. Неохраняемые объекты интеллектуальной собственности – это произведения, которые не подпадают под действие Всемирной и Бернской конвенций и двусторонних соглашений России. Авторы данных произведений не имеют право претендовать на получение вознаграждения за их опубликование на территории Российской Федерации.

Двусторонние договоры Российской Федерации о взаимном признании и защите авторских прав закрепляют собой взаимную охрану права интеллектуальной собственности на базе принципов взаимности и недискриминации. Охрана авторского права базируется на реализации принципа материальной взаимности. Каждое государство признает авторские права своих граждан независимо от места первой публикации произведения и авторские права граждан третьих стран, которые были изданы на территории договаривающихся стран [1, с. 207].

Таким образом, территориальный характер авторского права является значимым препятствием для международного сотрудничества в сфере осуществления обмена результатами творческой деятельности. Целесообразность международно-правовой защиты авторских прав и их признание на территории других стран стала очевидной более 100 лет назад. В связи с этим унификация авторского права началась уже в XIX в. В 1886 г. была принята Бернская конвенция по охране литературных и художественных произведений. Страны-участницы основали Бернский союз для охраны прав авторов литературных и художественных произведений. Его административные функции выполняет ВОИС. Российская Федерация присоединилась к Бернской конвенции в 1995 г..

Библиографический список:

1. Колтунова А. С. Международные механизмы защиты интеллектуальной собственности // Юридические науки: проблемы и перспективы: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Казань, май 2015 г.). – Казань: Бук, 2015. – С. 207-209.

2. Космачев С. В. Понятие «Интеллектуальной собственности» в современном российском праве // Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал. – 2015. – № 15. – С. 54 – 64.

3. Луткова О. В., Терентьева Л. В., Шахзанова Б. А. Основные проблемы охраны интеллектуальной собственности в международном частном праве // Московский государственный юридический университет имени О. Е. Кутафина (МГЮА). – 2017. – № 43. – С. 28 – 36.

Лазарев Максим Александрович, студент

3 курса юридического факультета

Стерлитамакского филиала БашГУ

Фадеев Александр Владимирович, научный руководитель, старший преподаватель кафедры правового обеспечения экономической деятельности

Стерлитамакского филиала БашГУ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СТРАХОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация: в представленной статье рассматривается понятие государственного контроля страховой деятельности. Рассматриваются виды, формы и правовое регулирование осуществления государственного регулирования страховой деятельности.

Ключевые слова: страхование, страховой рынок, государственное регулирование, надзор, Центральный банк РФ.

Annotation: in the present article the concept of state control of insurance activity is considered. The types, forms and legal regulation of the state regulation of insurance activity are considered.

Keywords: insurance, insurance market, state regulation, supervision, Central Bank of the Russian Federation.

Подходы к пониманию сущности страхового регулирования неоднозначны, поэтому необходимо уточнить, как именно следует его трактовать, какие методы и элементы оно в себя включает. Наиболее точное определение дает в своем исследовании Е. Л. Прокопьева: «Регулирование страховой деятельности – это определенный механизм, представленный

системой методов, форм и экономических инструментов воздействия, применяемых в целях обеспечения эффективного функционирования участников и, в частности, субъектов страхового дела» [4, с. 15]. Отсюда следует, что регулирование страхового рынка - понятие достаточно широкое, которое может включать в себя все методы прямого и косвенного воздействия на деятельность участников страхового дела, а также саморегулирование.

С 1 сентября 2013 года государственное регулирование страховой деятельности стало осуществляться мегарегулятором, в качестве которого выступает Центральный Банк Российской Федерации. Эффективность его деятельности в новом качестве зависит от целевой направленности организационных структур, осуществляющих регулирование. Сложность и специфичность деятельности страховых организаций на развивающихся рынках в регионах предполагают коренное изменение методического и организационного подходов к формированию системы регулирования.

Что же касается Банка России как основного регулирующего органа в своей деятельности, он разграничивает регулирование и надзор финансовых рынков (в том числе страхового рынка) – на официальном сайте они отражены в разных разделах.

В то же время приоритет в российском страховом праве у методов страхового надзора, которому на государственном уровне придается большее значение как наиболее важному инструменту организации страхования. Это обусловлено тем, что надзорная деятельность направлена прежде всего на субъекты страхового дела и призвана обеспечить прозрачность и законность их деятельности в интересах страхователей и общества. Если рассматривать соотношение данных правовых категорий, то страховой надзор следует считать базовым элементом страхового регулирования. Правовой основой надзорной деятельности является ст. 30 «Надзор за деятельностью субъектов страхового дела» Закона РФ от 27.11.1992 № 4015-1 «Об организации страхового дела в РФ» [2]. В частности, она устанавливает, что «Страховой надзор осуществляется Банком России и включает в себя: лицензирование

деятельности субъектов страхового дела и ведение единого государственного реестра субъектов страхового дела и их объединений; контроль за соблюдением страхового законодательства, в том числе путем проведения проверок деятельности субъектов страхового дела и их отчетности, а также за обеспечением страховщиками их финансовой устойчивости и платежеспособности; выдачу разрешений на увеличение размеров уставных капиталов страховщиков за счет средств иностранных инвесторов, на иные операции с иностранными инвестициями; принятие решения о назначении временной администрации в соответствии с Федеральным законом «О несостоятельности (банкротстве)».

Страховой надзор призван обеспечить соответствие деятельности страховщика требованиям закона, соблюдение утвержденных правил страхования и обеспечение добросовестной конкуренции. В то же время задачами регулирования являются контроль за правомерностью операций на страховом рынке, развитие страхового рынка и расширение полномочий его участников (в том числе путем саморегулирования). То есть регулирующая и надзорная деятельность имеют разные задачи, но в совокупности представляют собой единую систему и цель, которая состоит в обеспечении стабильности страхового рынка.

В. Н. Рыбин, И. П. Скобелева обозначили следующие основные функции осуществления государственного регулирования страховой деятельности [5, с. 22]:

- совершенствование страхового законодательства, правил стандартизации, методик и других документов, регулирующих рынок страховых услуг в РФ;
- надзор за соблюдением требований законодательства участниками страхового рынка;
- расчет тарифных ставок по видам страхования, а также контроль за тарифной политикой страховых организаций;
- координация профобъединений страховщиков;

– контроль субъектов страхового рынка по части предупреждения их банкротства и восстановления платежеспособности.

Главная цель государственного регулирования страховой деятельности в Российской Федерации заключается в эффективном развитии форм и методов страхования. Эта общая цель должна быть выражена в целевых показателях и индикаторах и в связи с этим требуется выделение подцелей главной цели и разработка соответствующих показателей.

Страховой контроль осуществляется на принципах:

- законности;
- гласности;
- организационного единства.

Государственное регулирование и надзор за страховой деятельностью делятся на предварительный, текущий и последующий. В первом случае речь идет о проверке соответствия компаний требованиям, при которых выдается лицензия, регистрация страховщиков. Текущий надзор заключается в проверке соблюдения норм законодательства участниками рынка: анализ отчетности, отзыв лицензий, исключение брокеров из реестра и т. д.

Целью государственного регулирования страховой деятельности является обеспечение формирования и развития эффективно функционирующего рынка страховых услуг, создание необходимых условий для деятельности страховых организаций различных организационно-правовых форм, защита прав и законных интересов всех субъектов страховых правоотношений. Государственное регулирование должно содействовать утверждению на страховом рынке обществ, имеющих прочную финансовую основу, и вместе с тем не допускать на рынок спекулятивных и фиктивных компаний, которые могут нанести ущерб и страховому делу, и страхователям.

Методы регулирования страховой деятельности довольно разнообразны, поэтому в работах ученых они структурированы по-разному.

Так, П. И. Ефремова систематизирует методы регулирования страхования в зависимости от его целей, выделяя следующие направления: регулирование

платежеспособности и финансовой устойчивости страховщиков; регулирование тарифов, цен, издержек и комиссионных по страховым продуктам; государственная поддержка по видам страхования или категориям страхователей саморегулируемых организаций; ограничения деятельности иностранных страховщиков; правила инвестирования, налогообложения и т.п. [3, с. 4].

Ученые Е. В. Андреева и О. И. Русакова выделяют следующие направления страхового регулирования: законотворчество в области страхования; контроль за соблюдением участниками страхового рынка законодательства; регулирование финансовой устойчивости и платежеспособности страховщиков; контроль за уплатой участниками страхового дела налогов и сборов; применение санкций за нарушение установленных требований [1, с. 94].

Исследователь Е. Ю. Симакова отмечает, что государственное регулирование страховой деятельности проводится по нескольким направлениям: прямое участие государства в развитии системы защиты имущественных интересов; законодательное обеспечение национального страхового рынка; государственный страховой надзор; защита конкуренции и пресечение монополизма на страховом рынке.

Отсюда следует вывод о том, что систематизировать все методы и направления страхового регулирования затруднительно, поскольку они разнообразны и могут реализовываться как прямыми, так и косвенными способами. Причем задействованными могут быть различные государственные органы и структуры.

Таким образом, в процессе становления социальных институтов в РФ большое внимание уделялось регулированию страховой деятельности. Это связано с высоким уровнем социальной значимости данного вида работ. Наступления страхового случая может нанести вред всему народному хозяйству. Государственное регулирование страховой деятельности происходит путем представления отчетности, проверки соответствия информации

фактическим результатам и нормативному регулированию. Государственное управление страхованием в РФ в основном осуществляется в форме государственного регулирования, использующего по преимуществу экономические методы управления. Вместе с тем следует иметь в виду, что в процессе государственного управления такими видами страхования, как, например, государственное страхование за счет средств бюджета, применяются также прямое государственное управление и административные методы.

Библиографический список:

1. Андреева Е. В., Русакова О. И. Страховая деятельность и ее регулирование на современном страховом рынке. – Иркутск: Байкальский государственный университет, 2015. – 160 с.

2. Закон РФ от 27.11.1992 № 4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации» (рад. от 28.11.2018) // Российская газета. – 1992. – № 424.

3. Ефремова П. И. Роль государственного регулирования в концентрации капитала в страховом секторе финансового рынка // Страхование дело. – 2017. – № 10. – С. 3-8.

4. Прокопьева Е. Л. Актуальные вопросы страхового регулирования в России и пути повышения его эффективности // Финансы и кредит. – 2017. – № 13. – С. 15 - 23.

5. Рыбин В. Н., Скобелева И. П. Государственное регулирование страховой деятельности в регионах Российской Федерации на основе целевых показателей и индикаторов // Экономика и управление в XXI веке: наука и практика. – 2018. – № 43. – С. 22 – 36.

Дубровина Ксения Владимировна, студентка

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

e-mail: academy@fa.ru

ГИПОТЕЗА РАЗВИТИЯ МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА ДАЛЬНЕМ ВОСТОКЕ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ПЛАНИРОВАНИЮ МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В ЭТОМ РЕГИОНЕ

Аннотация: Международная миграция не является новым явлением во многих странах мира. Народы региона - Китая (включая Народную Республику, Тайвань, Гонконг и Макао), Японию, Северную и Южную Корею, Монголию и Россию - составляют примерно 28 процентов населения мира, но мигрантский запас в регионе составляет лишь 11,7 процента от общей численности мигрантов в мире. Это означает, что правительства стран Северо-Восточной Азии поддерживают ограничительную миграционную политику, ограничивая число мигрантов, которые могут легально въехать в свои страны. Если эта политика изменится, регион будет иметь существенные возможности для расширения международной миграции.

Ключевые слова: миграция, потоки, кризис, регион, Азия.

Abstract: International migration is not a new phenomenon in many countries of the world." the people of the region-China (including the people's Republic of China, Taiwan, Hong Kong S.A.R. and Macau S.A.R.), Japan, North and South Korea, Mongolia and Russia, account for about 28 per cent the world's population, but migrants stock in the region is only 11.7 per cent of the total number of migrants in the world. This means that the Governments of the countries of North-East Asia support restrictive migration policies, limiting the number of migrants who

may legally enter their countries. If this policy changes, the region will have significant opportunities for the expansion of international migration.

Keywords: migration flows, the crisis region, Asia.

Начиная с 2001 года исследователи из Северо-Восточной Азии, а также из Великобритании и США изучают растущие трансграничные людские потоки в Северо-Восточной Азии и их политические последствия. В частности, они изучили демографические тенденции и тенденции миграции в каждой стране региона, сосредоточившись на китайских и корейских мигрантах на российском Дальнем Востоке.

«Человеческие потоки» были определены в широком смысле, чтобы включать не только «мигрантов» в обычном смысле - людей, которые постоянно поселились в стране, отличной от страны их происхождения, но и краткосрочных трудящихся-мигрантов, торговцев, туристов, бизнесменов, педагогов, студенты и «артисты».

Исследователи использовали такое всеобъемлющее определение, поскольку не могут предположить, что немиграционные движения менее важны, чем у обычных мигрантов [1]. Каждый тип трансграничного движения поднимает вопросы безопасности человека и представляет проблемы правительствам и общинам принимающих стран.

Китайская миграция на российском Дальнем Востоке представляет собой сложное явление, имеющее глубокие исторические корни. Эволюция этого феномена тесно связана не только с развитием экономических и политических отношений между Россией и Китаем, но и с общими условиями в каждой стране.

История китайской миграции в Россию была отмечена рядом трагических событий и даже резко сократилась. Тем не менее он возобновил свой курс после нескольких десятилетий. Это недавнее возобновление показывает, что китайская миграция на российский Дальний Восток является естественным явлением, которому суждено продолжиться, поскольку причины движения

китайского населения сегодня практически идентичны тем, что были в конце девятнадцатого века. Тем не менее, три этапа китайской миграции в Россию происходили в разных экономических, политических и социальных условиях. В конце девятнадцатого века Россия находилась в полной экономической экспансии, а Китай находился в крайне хрупкой ситуации под властью колониальных держав. Миграция была частично организована Россией, которая привела на свою территорию многочисленных китайских рабочих. В советский период миграция между двумя странами была серьезно нарушена политикой: ее развитие и характеристики зависели от весьма сложных и специфических отношений между Китаем и СССР. Сегодня, когда Китай находится в процессе развития, а Россия пытается справиться с глубоким кризисом, китайская миграция оказывается в ситуации, полностью противоположной той, которая сложилась в конце XIX века. Миграция, как представляется, является частью экономической стратегии Китая, которая рассматривает ее как форму сотрудничества между двумя странами.

Как территория, географически удаленная от Москвы, российский Дальний Восток также остается политически и экономически изолированным, как и в прошлом, от центральных регионов страны. Местная отрасль слаба, а лесная и горнодобывающая отрасли едва ли не единственные крупные отрасли. Местное самоуправление приняло автократические формы, которые федеральное правительство не могло контролировать. Между тем Китай находится очень близко, и экономики Дальнего Востока России и провинций северо-восточного Китая становятся все более взаимодополняющими. Русские обменивают сырье и природные ресурсы на продовольственные товары и товары народного потребления и богатый китайский труд, всегда доступный и не подлежащий конкуренции.

Китайские мигранты играют важную роль в развитии этих процессов: они восстановили экономические, социальные и культурные связи между двумя регионами, которые были разрушены после 1917 года [2]. Их деятельность гарантирует, что они будут продолжаться и в конечном итоге укрепиться.

Самым важным источником потоков людей в Северо-Восточной Азии является Китай. Реформы после 1978 года создали огромные пробелы в развитии между регионами и привели к массовой внутренней миграции из сельских районов в городские районы, а также значительную эмиграцию и временные посещения соседних стран. Последнее развитие вызвало националистические страхи и даже проблемы национальной безопасности на российском Дальнем Востоке в начале 1990-х годов над тем, что некоторых паникеров называли «желтой угрозой» или «мирным вторжением».

С тех пор преувеличение о численности китайского населения в регионе около одного миллиона были дискредитированы и заменены более реалистичными оценками, превышающими 200 000 человек. Китайские мигранты, торговцы и временные работники искали экономические возможности на российском Дальнем Востоке, где наблюдался дефицит рабочей силы в некоторых секторах, таких как строительство и сельское хозяйство, а также дефицит в производстве потребительских товаров [3]. Недостаток занятости на дому был самым важным фактором толчка.

Однако ухудшение экономического положения и сокращение населения на дальневосточных территориях снижались с 7,8 млн. В конце 80-х годов до 6,7 млн. В настоящее время, а также близость и растущая мощь Китая сделали местное население уязвимым. Тщательные исследования показывают, что большая часть страха необоснованная. Ситуация может быть улучшена, если Россия и Китай будут более тесно сотрудничать в развитии стабильных и упорядоченных трансграничных миграционных и торговых режимов, и если Москва будет инвестировать в развитие экономики Дальнего Востока.

Массовая безработица в сельских районах Китая, в том числе в северо-восточных провинциях Хэйлуцзян, Цзилинь и Ляонин, также создает волны легальных и нелегальных потоков людей в Японию, Южную Корею, Россию и другие страны.

Необразованные и неквалифицированные китайские рабочие часто подвергаются обману и эксплуатации со стороны китайских экспортеров

рабочей силы и их иностранных партнеров, а также иностранных работодателей, которые нанимают их в качестве дешевой рабочей силы под видом технической и производственной подготовки. Многие китайские рабочие оказываются незаконно работающими в соседних странах, как и десятки тысяч китайских студентов [4].

Для решения этих проблем потребуется более либеральная политика в области миграции и импорта рабочей силы в Японии, Южной Корее и России, более эффективное применение уголовного законодательства и миграционной политики в Китае и развитие двусторонних и многосторонних режимов трудовой миграции, признающих взаимодополняющие элементы экономики региона. Страны Северо-Восточной Азии также должны рассмотреть внутренние правовые реформы и другие необходимые шаги для принятия различных международных конвенций и протоколов.

Трансграничные потоки людей в Азии различны по своему происхождению и воздействию. Одни ставят перед человечеством и проблемами национальной безопасности, другие же создают культурные трения и социальную напряженность, не связанные с проблемами безопасности.

Однако все описанные здесь случаи меняют лицо приграничных регионов Азии, их этнический состав, культурную самобытность и социальную среду.

Предложения, которые могут послужить оттоку миграции, по-моему мнению следующие:

1. Как можно больше расширить инфраструктуру региона.
2. Создать благоприятные условия трудах регионе,
3. Дифференциация структуры экономики,
4. Необходимо создать развитие производства, для того, чтобы повысить конкурентоспособность и привлекательность региона.

Библиографический список:

1. Березутский Ю. В. Социальный потенциал молодежи региона: социологический анализ: [монография] / Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования Дальневосточная акад. гос. службы. Хабаровск: Дальневосточная акад. гос. службы, 2013.
2. Болтянский Л. И., Пушкарев С. Г. Управление миграционными процессами в России: ПИГС, 2012 С. 52.
3. Витковская Г. С., Зайончковская Ж. А. Новая столыпинская политика на дальнем Востоке России / Перспективы Дальневосточного региона: межстрановые взаимодействия. М.: Гендальф, 2013. С. 98.
4. Ермаков С. В. Демографический фактор рынка труда региона: на примере российского Дальнего Востока: Автореферат дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Ермаков Сергей Викторович; Хабаровск, 2023.

Шафеев А. А., *Студент юридического факультета СФ БашГУ*

Россия, г. Стерлитамак

Шамсутдинов Ш. А., *доцент, кандидат педагогических наук, СФ БашГУ*

Россия, г. Стерлитамак

СИСТЕМА ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ

Аннотация: представленная статья посвящена исследованию оздоровительной физической культуры. Рассматривается влияние лечебной физической культуры на организм человека и на отдельные его элементы. Изучается эффект физических упражнений на сердечно-сосудистую систему, на дыхательный аппарат человека, на мускулатуру человека.

Ключевые слова: физическая культура, лечебная физическая культура, управления, нагрузки, организм человека, влияние физических нагрузок.

Abstract: the presented article is devoted to the study of physical culture of recuperation. The influence of medical physical culture on human organism and its separate elements. Examines the effect of exercise on the cardiovascular system, respiratory apparatus, human muscles.

Keywords: physical education, therapeutic physical training, management, load, the human body, the influence of physical exertion.

Для нормального функционирования организма любого человека и сбережения здоровья требуется соответствующий объем двигательной активности, в связи с чем образуется вопрос о так называемой привычной двигательной активности, т. е. деятельности, которая выполняется при осуществлении повседневного профессионального труда и в быту. Самым оптимальным выражением количества произведенной мышечной работы

выступает величина энергозатрат. Минимальная величина данного показателя, которые необходимы для нормального функционирования организма, составляет 12–16 МДж (в зависимости от возрастного ценза, пола и массы тела), что соответствует 2880–3840 ккал [4, с. 674].

Наименьшее количество физических нагрузок, наибольшее распространение интеллектуальной деятельности человека, сопровождаемая напряжением сенсорного аппарата, сосредоточением внимания, памяти, активизацией процессов мышления, характеризуются гипокинезией, т. е. существенным снижением двигательной активности человека.

Магистральным средством физической культуры выступают физические упражнения – естественные и соответствующим образом разработанные движения.

Рассмотрим основные функциональные изменения, происходящие в организме при выполнении физических упражнений.

Рост физической нагрузки сопровождается профилактическим эффектом в отношении факторов риска сердечно-сосудистых заболеваний: уменьшения массы тела и жировой массы, падение холестерина и триглицеридов в крови человека, понижение артериального давления (АД) и чистоты сердечных сокращений. Помимо этого, постоянная физическая тренировка дает возможность в большей степени замедлить развитие возрастных инволюционных трансформаций физиологических функций, а также дегенеративных изменений различных органов и систем (включая задержку и обратное развитие атеросклероза).

Рассмотрим для начала влияния физических упражнений на сердечно-сосудистую систему человека. Подобного рода физические нагрузки могут быть полезны, когда они применяются умеренно. Под действием соответствующих физических упражнений в разумных пределах наблюдается: улучшение способности миокарда сокращаться; усиление кровообращения (как центрального, так и периферического); понижение частоты сердечных сокращений; увеличение систолического объема крови (иными словами органы

человеческого организма наилучшим образом снабжаются кислородом и питательными веществами).

В профилактике заболеваний сердечно-сосудистой системы одно из значимых мест отводится занятиям лечебной физической культурой (ЛФК). В результате таких занятий при заболеваниях сердца и сосудов осуществляется существенное укрепление сердечной мышцы, усиление ее сократительной способности, улучшение кровообращения, в том числе и периферического. Лечебная физическая культура при болезнях сосудов и сердца способствуют хорошему кровотоку, посредством которого происходит механический массаж стенок сосудов, что в свою очередь повышает их эластичность.

Мышечная активность вызывает учащение сердцебиения. При напряженной мышечной работе ЧСС может достигать 180-215 уд/мин. Увеличение ЧСС имеет прямо пропорциональную зависимость от мощности мышечной работы. Чем больше мощность работы, тем выше показатели ЧСС. Однако, при одинаковой мощности мышечной работы ЧСС у наименее подготовленных людей значительно выше. В общем, у тренированного лица ЧСС ниже нормы и в среднем составляет около 50, а у ведущих сидячий образ жизни она может достигать в покое 100 ударов [3, с. 45].

Помимо этого, физические нагрузки оказывают положительное влияние на артериальное давление. Физические упражнения при гипертонии считаются необходимыми.

Занятия физическими упражнениями благотворно влияют на сосуды человека. Когда эластичность сосудов слабая, человек начинает чувствовать себя неудовлетворительно, поскольку кровь перестает в необходимом количестве снабжать внутренние органы. В результате образуется вегетососудистая дистония, кислородное голодание, проблемы с мозговым кровообращением, затруднение дыхание и т.д.

Физические упражнения в целом благотворно влияют на все группы мышц, связки и суставы, которые в результате таких упражнений значительно укрепляются, увеличивается объем и эластичность мышц, скорость их

сокращения. Интенсивная мышечная активность заставляет работать сердце с дополнительной нагрузкой, а также легкие и прочие органы организма.

Большое влияние физические упражнения оказывают на дыхательную систему организма. В занятиях лечебной физической культурой при заболеваниях органов дыхания применяются общетонизирующие и специальные (в том числе дыхательные) упражнения [1, с. 287; 2].

Общетонизирующие упражнения, которые способствуют улучшению функции всех органов и систем, оказывают активизирующее влияние и на дыхание. Для стимуляции функции дыхательного аппарата применяется комплекс упражнений умеренной и большой интенсивности. Специальные физические упражнения способны укрепить дыхательную мускулатуру, способствуют увеличению подвижности грудной клетки и диафрагмы, способствуют растягиванию плевральных спаек, выведению мокроты, уменьшению застойных явлений в легких, улучшают механизм дыхания и координации дыхания и движений.

Таким образом, систематические занятия физкультурой приводят к адаптации организма человека к осуществляемой физической работе. В основании приспособления организма находятся изменения мышечных тканей и различных органов посредством тренировок. В целом физическая культура способствует укреплению человеческого организма, улучшению самочувствия человека и его работоспособности.

Библиографический список:

1. Бирагов В. С., Доева А. Е. Современные методы лечебной физической культуры при заболеваниях дыхательной системы // Вестник университета. 2015. № 7. С. 287-290.

2. Данилкина Ю. А., Москаленко И. С., Шульгов Ю.И. Оздоровительная физическая культура: влияние на организм // Символ науки. 2015. № 26. С. 10 - 16.

3. Партас И. Г., Терещенко И. В. Оздоровительная физическая культура при нарушении осанки у детей // Педагогика, психология и медико-биологические проблемы физического воспитания и спорта. 2014. № 29. С. 45 - 50.

4. Русакова Н. Г. Взаимодействие физической культуры и спортивной медицины // Молодой ученый. 2017. №15. С. 674-677.

Васильева Кристина Александровна, магистр, ФГБОУ ВО

«Стерлитамакский филиал БашГУ», юридический факультет, направление

«Организация государственной и муниципальной власти»

Иванцова Галина Анатольевна, доцент, кандидат юридических наук, ФГБОУ

ВО «Стерлитамакский филиал БашГУ»

ДОЛЕВОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО: ВОПРОСЫ И ПРОБЛЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

Аннотация: Важнейшим направлением государственного регулирования жилищной и строительной сфер является решение проблем обеспечения граждан доступным, а самое главное качественным жильем. Одним из путей решения стало развитие законодательство о долевом строительстве, которое, к сожалению, не столь разработано и эффективно на сегодняшний день.

Ключевые слова: Долевое строительство, дольщик, застройщик, строительная организация.

Annotation: The most important direction of state regulation of the housing and construction spheres is the solution of the problems of providing citizens with affordable, and most importantly, high-quality housing. One of the solutions was the development of legislation on shared construction, which, unfortunately, is not as developed and effective today.

Keywords: Share building, real estate investor, developer, Building company.

Участие в долевом строительстве граждан является одной из самых распространенных форм покупки жилого помещения в собственность. Под долевым строительством в России понимают инвестиционный процесс, в котором для возведения объекта недвижимости строительной организацией

(застройщиком) привлекаются финансовые средства будущих собственников недвижимости (дольщиков).

Сегодня сфера долевого строительства регулируется Федеральным законом «Об участии в долевом строительстве многоквартирного дома и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» №214-ФЗ от 30 декабря 2004 года (далее – ФЗ-№214), в котором отношения долевого участия законодательно закреплены. Так, кроме данного закона сфера взаимоотношения между участниками договора долевого строительства, регулируется санкцией за нарушение соответствующего закона, закрепленного в главе 14 Кодекса об административных правонарушениях отдельной статьей 14.28 КоАП РФ. Казалось бы, законодателем, очень ёмко и доступно определена природа договора на участие в долевом строительстве и вытекающие из него последствия. Кроме того, на сегодняшний день органами законодательной власти регулярно вносятся коррективы в законодательство, с целью увеличения совершенствования отношений в сфере долевого участия и усиления степени ответственности застройщика [1, с. 32].

Однако практика показывает, что процесс долевого строительства сопровождается огромное множество вопросов и проблем, связанных с нарушением реализации договора на участие в долевом строительстве, при чем, чаще, со стороны застройщика. В настоящее время, граждане (как одни из участников долевого строительства) оказались самыми незащищенными, отсюда и возникла новая категория граждан – «обманутые дольщики».

Отсюда и вытекает актуальность изучения вопросов и проблем государственного регулирования долевого строительства, которое требует разработки направлений совершенствования законодательства в данной сфере.

Являясь регулятором правовых отношений между участниками долевого строительства, ФЗ-№214 повлек множество вопросов и проблем правового регулирования из-за наличия в его тексте некоторых пробелов, применяемых с целью обхода правил, норм и обмана дольщиков.

Примером такого пробела может служить пункт в ФЗ-№214, предусматривающий исполнение обязательства по оплате цены договора только в денежной форме. Что конкретно ограничивает права субъектов договора на участие в долевом строительстве по исполнению обязательств и приводит к возникновению вопросов, если стороны все же предполагают произвести оплату за объекты в строящемся доме при помощи не денежных форм. Непонятно, будет ли это противоречить ФЗ-№214, или же можно будет воспользоваться гражданско-правовым принципом свободы договора, закрепленным в статье 421 Гражданского кодекса РФ [2, с.45].

Более того, на практике застройщиками часто используется данный пробел в законе и целенаправленно заключаются договора с привлечением не денежных форм оплаты с целью «обойти» требования и ограничения, которые предусмотрены ФЗ-№214. Примером может служить «вексельная схема», применяя которую застройщики предлагают участникам долевого строительства изначально оплатить денежными средствами за вексель самого застройщика либо сторонней компании, а уже потом вносить приобретенный вексель в виде ценной бумаги в счет долевого финансирования строительства. Так как при проведении данной схемы застройщиком привлекаются для долевого строительства не денежные средства, а ценные бумаги (векселя), правоотношения между субъектами попадают не под ФЗ-№214, а под гражданское законодательство с применением других конструкций (в виде договора инвестирования, предварительного договора купли-продажи, договора простого товарищества и др.). В результате чего участники долевого строительства лишаются прав и гарантий, предусмотренных ФЗ-№214 и не могут воспользоваться соответствующей защитой.

В этом ключе следует и отметить, что и сам договор на участие в долевом строительстве до сих пор не закреплен в действующем Гражданском кодексе Российской Федерации, что приводит к коллизиям норм в процессе определения его правовой природы.

Помимо пробелов и коллизий, существующих в ФЗ-№214, имеют место быть также и проблемы, связанные с реализацией договора долевого участия в долевом строительстве. Среди которых, можно выделить следующие: просрочка исполнения обязательств по передачи объекта строительства дольщикам, «заморозка» строек, некачественное строительство, перепродажа одной квартиры нескольким лицам [3, с.321].

Таким образом, выделенные вопросы и проблемы правового регулирования долевого строительства в России, требуют совершенствования законов, регулирующих не только сферу долевого строительства, но и гражданские взаимоотношения, складывающиеся по договору долевого строительства. На сегодняшний день, необходимо не только внесение изменений и корректировок в действующие нормативно-правовые акты, но и создание нового закона, который будет регулировать правовые отношения по заключению всех форм инвестиционных договоров для решения всех спорных вопросов. Новый закон должен в полном объеме закрепить права и обязанности сторон, участвующих в заключении договора, а также установить баланс интересов застройщиков и участников долевого строительства с последующим разрешением всех возникающих вопросов и пробелов.

Библиографический список:

1. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 07.03.2018) // Собрание законодательства РФ. – 07.01.2002. – № 1 (ч. 1). – ст. 1.

2. Федеральный закон от 30.12.2004 № 214-ФЗ(ред. от 25.12.2018) «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 03.01.2005. – № 1 (часть 1). – ст. 40.

3. Сазонова М. А. Проблема реализации законодательства в сфере участия граждан в долевом строительстве многоквартирных домов в РФ // В

сборнике: Наука и инновации XXI века материалы IV Всероссийской конференции молодых ученых. – 2017. – С. 320-324.

Ильинова А. В., студентка 4 курса,

факультет биотехнологий и ветеринарной медицины

Башкирского Государственного Аграрного Университета

Токарев И. Н., научный руководитель, к. с/х. н., доцент

кафедры пчеловодства, частной зоотехнии и разведения животных

Башкирского Государственного Аграрного Университета

ВЛИЯНИЕ КОРМОВОЙ ДОБАВКИ БИОВИТ-С НА СВИНЕЙ ПРИ ОТКОРМЕ

Аннотация: В статье рассматривается эффективность влияния на рост и развитие кормовой добавки Биовит-с на свиней при откорме. Приводятся результаты прибавки живой массы свиней при различной дозировке Биовит-с. Место проведения исследований свинокомплекс АПК «Рассвет» Альшеевского района.

Ключевые слова: биовит-с, кормовая добавка, свиньи, откорм.

Annotation: The article discusses the effectiveness of the influence on the growth and development of the Biovit-s feed additive on pigs during fattening. The results of the increase in live weight of pigs at various dosages Biovit-s. Place of research pig farm APK "Rassvet" Alsheevskogo area.

Key words: biovit-s, feed additive, pigs, fattening.

Биовит — это побочный продукт производства противомикробного препарата Биомицина (хлортетрациклина). Известно, что микроорганизмы враждуют между собой, вырабатывая антибиотики — вещества, угнетающие развитие конкурентов. В фармацевтическом производстве на питательных субстратах выращивают биомассу микробов, извлекают из них действующее

вещество, в данном случае — тетрациклин. Полной экстракции достигнуть не удастся, но оставшаяся биомасса богата белками, витаминами, бактериальными ферментами, прочими активными в биологическом отношении веществами. Поэтому такой отход используют как противомикробное ростостимулирующее средство для животных [1, с. 432; 3]. Это коричневый рассыпчатый порошок, не растворяющийся в воде. Выпускают в полимерных пакетах или крафт-мешках по 0,025–25 кг.

Биовит-с угнетает развитие патогенной и условно болезнетворной микрофлоры, оказывая профилактическое и ростостимулирующее действие. При поступлении с кормом, хлортетрациклин циркулирует в крови 10 часов, выводится из организма со всеми жидкостями. Он предназначен для предотвращения инфекционных заболеваний. Главный компонент препарата — тетрациклин, эффективен в отношении возбудителей инфекционных заболеваний:

- колибактериоз;
- сальмонеллез;
- пастереллез;
- листериоз;
- лептоспироз;
- некробациллез;
- сибирская язва;
- микоплазмоз;
- кокцидиоз, тетрациклин на кокцидий не действует, но угнетает синергичную микрофлору, чем облегчает симптомы заболевания;
- алиментарные и респираторные заболевания, вызванные секундарной микрофлорой.

Если используют Биовит-с, дозировку корректируют по содержанию активного вещества. С превентивной целью препарат скармливают единожды в сутки 5–20 дней подряд. Если возникла необходимость в лечении, его дают дважды. Продолжительность терапевтического курса составляет 8 суток. Если

наступило выздоровление, прекращать лечение нельзя, чтобы предотвратить возникновение микроорганизмов, невосприимчивых к тетрациклину [2, с.192].

Я проводила свои исследования в АПК «Рассвет», расположенный на территории Альшеевского района, основным видом деятельности которого является откорм свиней. Скармливала кормовую добавку «Биовит-с», добавляя разную норму на 1 голову. Добавка в корм способствовала повышению среднесуточных приростов и прибавка живой массы составила: 1-опытной группы в течении 60 дней откорма при дозировке добавки «Биовит-с» 1г/гол, живая масса свиней увеличилась на 28,2 кг; 2-опытной группы, где дозировка составляла 1,6 г/гол живая масса увеличилась на 28,8 кг; в контрольной группе без добавления добавки прирост составил 25,2 кг без добавления добавки.

Библиографический список:

1. Богланов Г. А. Кормление сельскохозяйственных животных / Г. А. Богданов. М.: Колос, 1981, С. 432.
2. Венедиктов А. М. Кормовые добавки: справ. / А. М. Венедиктов и др. 2-е изд. М.: Агропромиздат, 1992, С. 192.
3. Трухачев, В. И. Практическое свиноведение: учеб. пособие / В. И. Трухачев, В. Ф. Филенко, Е. И. Растоваров. Ставрополь: АГРУС, 2010. С. 264.

Солодовникова Е. Н., студентка,

*Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования «Национальный исследовательский
Московский государственный строительный университет»
(НИУ МГСУ), г. Москва, Российская Федерация*

Филиппова Е. С., студентка,

*Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования «Национальный исследовательский
Московский государственный строительный университет»
(НИУ МГСУ), г. Москва, Российская Федерация*

СТОХАСТИЧЕСКАЯ ФОРМА АПОСТЕРИОРНОЙ ПЛОТНОСТИ ВЕРОЯТНОСТИ

Аннотация: В статье рассмотрена задача получения выражения апостериорной плотности вероятности с учетом винеровского процесса. Ранее соответствующие результаты для апостериорной плотности были описаны лишь на операции с белым шумом, что соответствует идеальным условиям. Полученные выражения находят широкое применение в робототехнике для фильтрации и идентификации дискретных систем.

Ключевые слова: апостериорная плотность вероятности, винеровский процесс, борелевское поле, стохастический интеграл.

Abstract: In article the problem of obtaining the equations for the a posteriori probability density taking into account the Wiener process. Earlier appropriate results for a posteriori density were described only for operations with white noise, this corresponds to ideal conditions. The obtained expressions are widely used in robotics for filtering and identifying discrete systems.

Keywords: a posteriori probability density, the Wiener process, Borel field, stochastic integral.

В различных системах передачи информации на приемном конце знание о принятом сигнале, называемое апостериорным, формируется на основе известных сведений о сигнале, называемых априорными, и результатов обработки принятого сигнала. Рассмотрим случай, когда на вход приемника поступает аддитивная смесь $y(t)$ сигнала $s(t,x)$, зависящего от одного неэнергетического параметра x , и шума $V'(t)$, где $V(t)$ – винеровский процесс, а $V'(t)$ – производная винеровского процесса по времени, являющаяся белым шумом

$$y(t) = s(t, x) + V'(t) \quad (1)$$

Это аддитивная смесь сигнала с шумом рассматривается на интервале наблюдения $(0, T)$.

Отличие в постановке задачи от обычной [1]; [3] заключается в том, что при выводе формулы для апостериорной плотности вероятности операции производятся не с белым шумом, который является математической идеализацией и не может, вообще говоря, подвергаться математическим преобразованиям, а с винеровским процессом, который реально существует. Тем самым выводы обретают математическую строгость.

Сигнал $s(t,x)$ в общем случае будем рассматривать как непрерывную функцию от t , имеющую конечное число точек разрыва 1-рода. Для того, чтобы в формуле (1) избавиться от производной, проинтегрируем выражение, стоящее в левой и правой частях от 0 до T :

$$Y(t) = S(t, x) + V(t) , \quad (2)$$

где

$$Y(t) = \int_0^T y(t)dt, \quad S(t, x) = \int_0^T s(t, x)dt. \quad (3)$$

Будем искать оценку x^* параметра x по критерию апостериорной вероятности. Условную плотность распределения параметрах [2] относительно борелевского поля F_T назовем апостериорной вероятностью и обозначим

$$W(x/F_T) = W_{ps}(x). \quad (4)$$

За оценку x^* параметра x по критерию апостериорной вероятности примем то значение параметра x , при котором апостериорная плотность вероятности $W_{ps}(x)$ имеет максимум. Таким образом, встает задача нахождения выражения для апостериорной плотности вероятности $W_{ps}(x)$.

Теперь напишем выражение для апостериорной плотности вероятности относительно борелевского поля F_n .

$$W(Y(t_1), \dots, Y(t_k)) = C' W_{pr}(x) \exp \left\{ -\frac{1}{2} \sum_{i=1}^k \frac{[Y(t_i) - Y(t_{i-1})]^2}{t_i - t_{i-1}} - \frac{1}{2} \sum_{i=1}^k \frac{[S(t_i, x) - S(t_{i-1}, x)]^2}{t_i - t_{i-1}} + \sum_{i=1}^k \frac{[Y(t_i) - Y(t_{i-1})][S(t_i, x) - S(t_{i-1}, x)]}{t_i - t_{i-1}} \right\}. \quad (5)$$

Первую сумму в экспоненте включим в C' , тогда константа будет зависеть от $Y(t_i)$.

Третья сумма под знаком экспоненты при $\Delta \rightarrow \infty$ сходится в среднем квадратическом к стохастическому интегралу $\int_0^T s(t, x) dY(t)$, где стохастический интеграл понимается в следующем смысле:

$$\begin{aligned} \int_0^T s(t, x) dY(t) &= \int_0^T s(t, x) dS(t, X) + \int_0^T s(t, x) dV(t) = \\ &= \int_0^T s(t, x) S(t, X) dt + \int_0^T s(t, x) dV(t), \end{aligned} \quad (6)$$

Где x -фиксированное значение параметра;

X-случайная величина.

При каждом значении x будет выполняться предельное равенство:

$$\int_0^T s(t, x) S(t, X) dt = \lim_{\Delta \rightarrow 0} \sum_{i=1}^k [S(t_i, X) - S(t_{i-1}, X)] \frac{\int_{t_{i-1}}^{t_i} s(t, x) dt}{t_i - t_{i-1}}. \quad (7)$$

Вторая сумма под знаком экспоненты в равенстве (5) будет при $\Delta \rightarrow 0$ равняться следующему:

$$\lim_{\Delta \rightarrow 0} \frac{1}{2} \sum_{i=1}^k \frac{[S(t_i, x) - S(t_{i-1}, x)]^2}{t_i - t_{i-1}} = \frac{1}{2} \int_0^T s^2(t, x) dt. \quad (8)$$

Выражение $s^2(t, x) dt$ представляет собой энергию сигнала $s(t, x)$ и может быть включено в константу C' , так как оно не содержит интересующей информации о параметре x .

Можно считать, что последнее интегральное равенство в формуле (6) справедливо.

$$\int_0^T s(t, x) dV(t) = \lim_{\Delta \rightarrow 0} \sum_{i=1}^k [V(t_i) - V(t_{i-1})] \frac{\int_{t_{i-1}}^{t_i} s(t, x) dt}{t_i - t_{i-1}}. \quad (9)$$

Теперь из формулы (5), устремляя Δ к нулю и учитывая равенства (7), (8) и (9), получим выражение апостериорной плотности вероятности

$$W\left(\frac{x}{F_T}\right) = W_{ps}(x) = CW_{pr}(x) \exp\left\{\int_0^T s(t, x) dY(t)\right\}. \quad (10)$$

Где стохастический интеграл понимается как случайная величина, удовлетворяющая выражению (6).

Теперь остается лишь доказать, что при предельном переходе от выражения (5) к выражению (10) константа C' стремится к константе C , не равной нулю.

Проинтегрируем (10) от 0 до T , тогда

$$C = \left[W_{pr}(x) \exp \left\{ \int_0^T s(t, x) dY(t) \right\} dx \right]^{-1}. \quad (11)$$

Если доказать, что

$$W_{pr}(x) \exp \left\{ \int_0^T s(t, x) dY(t) \right\} dx < \infty, \quad (12)$$

То отсюда получим, что $C \neq 0$.

Таким образом, доказано, что в окончательном выражении для апостериорной плотности вероятности $W_{ps}(x)$ постоянная C не может быть равна нулю.

Подводя итоги, следует заметить, что результирующая формула (10) для $W_{ps}(x)$ отличается от наиболее распространенного выражения $W_{ps}(x)$ [4], получаемого в результате не совсем строгих выкладок, лишь формой записи, которую при реальном сигнале можно упростить и свести к известной.

Библиографический список:

1. Гихман И. И., Скороход А. В. Введение в теорию случайных процессов. – М.:Наука, 2007.
2. Дуб Д. Л. Вероятностные процессы. – М.:Физматлит, 1990.
3. Рыбаков К. А. Спектральный метод фильтрации и прогнозирования в стохастических системах диффузно-скачкообразного типа // Научный вестник МГТУ ГА. – 2016. - С.14-23.
4. Тихонов В. И. Статическая радиотехника. - М.: Советское радио, 1966.

Ишбирдина С. А., студентка 4 курса юридического факультета

Стерлитамакского филиала БашГУ

Кузнецова Е. Д., студентка 4 курса юридического факультета

Стерлитамакского филиала БашГУ

Долгов С. Ф., старший преподаватель юридического факультета

Стерлитамакского филиала БашГУ

ЛИЧНЫЕ ИМУЩЕСТВЕННЫЕ И НЕИМУЩЕСТВЕННЫЕ ОТНОШЕНИЯ МЕЖДУ СУПРУГАМИ-ИНОСТРАНЦАМИ И МЕЖДУ ИНОСТРАНЦАМИ-РОДИТЕЛЯМИ И ДЕТЬМИ

Аннотация: в представленной статье рассматриваются личные имущественные и неимущественные правоотношения между супругами с присутствием иностранного элемента, а также правоотношения между иностранцами-родителями и детьми. Определяется специфика применения законодательства при решении соответствующих правовых вопросов.

Ключевые слова: личные имущественные отношения, неимущественные отношения, иностранный элемент, брачно-семейные отношения.

Annotation: in the presented article, personal property and non-property legal relations between spouses with the presence of a foreign element are considered, as well as legal relations between foreign parents and children. The specificity of the application of the law in resolving relevant legal issues is determined.

Keywords: personal property relations, non-property relations, foreign element, marriage and family relations.

Брачно-семейные правоотношения представляют собой комплексные отношения, имеющие имущественный и неимущественный характер, а также

базирующиеся на родственных связях и регулируемые гражданским законодательством государства.

В Семейном кодексе Российской Федерации предусмотрены нормы, регулирующие данные правоотношения с участием иностранного элемента в разделе VII. К подобному роду отношениям допустимо применение как отечественного, так и международного права. При разрешении коллизионного вопроса в пользу зарубежного права предусмотрен порядок установления содержания иностранного семейного права (ст. 166 СК РФ). В Семейном кодексе РФ имеется оговорка о публичном порядке (статья 167), на основании которой нормы иностранного семейного законодательства не применяются, когда они противоречат основам российского законодательства. В каких ситуациях применяется только российские законы [3].

Механизм заключения брачных отношений и его формы с точки зрения образования правовых обязательств в различных государствах определяется различным образом: например, в России, Швейцарии, Франции предусмотрена только гражданская форма брака; в таких странах как Израиль, Ирак или Иран закреплена религиозная форма брака; в Великобритании, Испании и Дании допустимы как гражданская, так и религиозная форма брака.

В законодательных актах почти всех государств закреплена специальная форма заключения брачных отношений – консульские браки. Подобные браки заключаются в консульствах или консульских отделах посольств между гражданами различных стран. Такие браки заключаются на базе консульских конвенций и к ним применяется законодательство государства аккредитования. В некоторых консульских конвенциях закреплено требование учитывать и право государства пребывания, например, Консульская конвенция между Россией и Соединенными Штатами Америки.

При заключении смешанных и иностранных браков на территории Российской Федерации, их порядок и форма подчиняются внутригосударственному праву (п. 1 ст. 156 СК РФ). Со стороны законодателя предусматривается также кумуляция коллизионной привязки. Условия

заключения брачных правоотношений определяются личным законом каждого из супругов (т. е. допускается применение одновременно постановлений двух правовых систем). Однако, важно учитывать положения отечественного права относительно обстоятельств, которые являются препятствием вступлению в брак (п. 2 ст. 156 СК РФ). Заключение браков за границей урегулировано в п. 1 ст. 157 и ст. 158 СК РФ.

Брачные отрешения, заключенные между российскими и иностранными гражданами за пределами России, признаются действительными в нашей стране, если их форма и порядок заключения соответствуют законодательству места заключения брака и не нарушены предписания ст. 14 СК РФ.

Механизм расторжения иностранных и смешанных брачных отношений предусматривается в консульских конвенциях и внутригосударственном законодательстве. Большинство стран признается расторжение брака, которое было произведено за границей. Основная коллизионная привязка при разрешении вопросов расторжения брака – закон места развода супругов, субсидиарные привязки – личный закон супругов и закон суда [1, с. 86].

Процедура развода с иностранным элементом в российском праве предусматривается ст. 16 СК РФ, которая включает в себя «цепочку» коллизионных норм. К расторжению каких-либо брачных отношений на территории России применяется только внутригосударственное право, то есть законы судебного органа. Законодательством Российской Федерации закреплено право российских граждан разводиться с иностранными гражданами, которые проживают за территории России, в российских судах или в дипломатических и консульских представительствах государства. Разводы за пределами России признаются действительными в Российской Федерации только при соблюдении норм соответствующего иностранного государства.

По общепринятому правилу коллизионное регламентирование личных имущественных и неимущественных правоотношений супругов базируется на применении личного закона мужа и личного закона жены. Ключевая

коллизийная привязка – закон последнего совместного места проживания супругов. Большое значение имеет и территориальный признак. Если супруги никогда не проживали совместно, то может применяться законодательство страны суда. Отмечается широкое применение оговорки о публичном порядке. В правовых государствах в законодательстве закреплены равные права мужа и жены [2, с. 67].

Проблема выбора права, применяемого к регулированию личных имущественных и неимущественных правоотношений супругов, решается посредством «цепочки» коллизийных норм. Магистральная коллизийная привязка – закон страны совместного проживания супругов; если не имеется совместного места жительства – закон государства, на территории которого супруги совместно проживали. В некоторых странах, например, во Франции, Великобритании, Германии, основополагающей коллизийной привязкой являются личный закон мужа, который применяется независимо от различного места проживания и гражданства супругов.

В отечественном праве по вопросу личных и имущественных правоотношений между супругами также установлена «цепочка» коллизийных норм – право страны совместного места проживания, право государства последнего проживания, отечественное право (на территории России) как закон суда (ст. 161 СК РФ).

Кроме правоотношений между супругами, свои особенности имеет и правовое регулирование, определяющее правоотношения между иностранцами-родителями и детьми. Так, коллизийное регулирование правового положения детей базируется на применении законодательства их гражданства. Гражданство детей устанавливается по гражданству родителей либо по их совместному соглашению в случае разного гражданства родителей, по принципу почвы (Резолюция Комитета министров ЕС «О гражданстве детей, родившихся в браке»). Ключевые проблемы правовых отношений между родителями и детьми – это трудности при установлении и оспаривании отцовства (материнства), проблемы при лишении родительских прав, трудности

при возникновении алиментных обязательств родителей и детей, защиты прав ребенка. Регулирование данных правоотношений осуществляется главным образом на базе личного закона детей и родителей (права страны гражданства). Может применяться также и законодательство государства постоянного проживания ребенка, законодательство компетентного учреждения и законодательство суда.

Большая часть подобных вопросов урегулирована в международном законодательстве (в Гаагской конвенции о праве, применимом к алиментным обязательствам в отношении детей, 1956 г.; Конвенции о правах ребенка, 1989 г.; Рекомендации Комитета министров ЕС «В отношении детей против жестокого обращения»).

Право, которое может применяться к проблеме установления и оспаривания отцовства и материнства, закрепляется в ст. 162 СК РФ. Ключевая коллизионная привязка – это закон гражданства ребенка по рождению. Установление (оспаривание) отцовства (материнства) на территории России предполагает применение законодательства Российской Федерации. Законодательством России предусмотрено право российских граждан за пределами государства обращаться в дипломатические и консульские представительства России по поводу решения обозначенных вопросов.

Таким образом, основные права и обязательства родителей и детей регулируются ст. 163 СК РФ. Ключевая коллизионная привязка – это закон совместного проживания родителей и детей. Если совместного проживания не было, то применяется законодательство гражданства ребенка. Алиментные обязательства и прочие правоотношения предполагают субсидиарное применение законодательства места постоянного проживания ребенка. Алиментные обязательства совершеннолетних детей и иных членов семьи определяются по закону совместного проживания (ст. 164 СК РФ). При отсутствии совместного места жительства применяется право государства, гражданином которого является лицо, претендующее на получение алиментов.

Библиографический список:

1. Гетьман-Павлова И. В. Международное частное право. – М. : Юрайт, 2015. – 345 с.
2. Ермолаева Т. А. Возможность и целесообразность применения опыта зарубежных стран в регулировании имущественных отношений супругов, осложненных иностранным элементом // Правовая культура. – 2018. – № 46. – С. 67 – 78.
3. Семейный кодекс Российской Федерации от 29.12.1995 № 223-ФЗ (ред. от 03.08.2018) // «Российская газета», № 17, 27.01.1996.

УДК 330.564.2:330.59(470.345)

Федонина О. В., к.э.н., доцент, доцент кафедры теоретической экономики и экономической безопасности Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва»

СТРУКТУРА ДОХОДОВ И РАСХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ КАК КЛЮЧЕВАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА УРОВНЯ ЖИЗНИ В РЕГИОНЕ С ПОЗИЦИИ ЕГО УСТОЙЧИВОГО И БЕЗОПАСНОГО РАЗВИТИЯ

Аннотация: В настоящее время явно прослеживается тенденция влияние структуры доходов и расходов населения на развитие регионов. Важно рассмотреть динамику доходов по источникам ее образования и использования. Поэтому в статье проанализирована динамика и структура доходов и расходов населения Мордовии. Определены угрозы, обозначены механизмы их нейтрализации такие как снижение налоговой нагрузки, введение прогрессивной ставки налогообложения и маргинального налога, поддержка развития малого и среднего предпринимательства региона.

Ключевые слова: уровень жизни, доходы населения, расходы населения, прогрессивная шкала налогообложения, маргинальный налог, бедность.

*Fedonina O. V., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Chair of Theoretical Economics and Economic Security Federal State Budget
Educational Institution of Higher Education «National Research Mordovian State
University named after. N.P. Ogaryova»*

REVENUE INCOME AND POPULATION EXPENSES AS KEY CHARACTERISTIC OF THE STANDARD OF LIVING IN THE REGION FROM A POSITION OF ITS SUSTAINABLE AND SAFE DEVELOPMENT

Abstract: Now the trend influence I revenue breakdown and expenses of the population on development of regions is obviously traced. It is important to consider dynamics of income on sources of its education and use. Therefore in article

dynamics and revenue breakdown and expenses of the population of Mordovia is analyzed. Threats are defined, mechanisms of their neutralization such as decrease in tax burden, introduction of a progressive tax rate and marginal tax, support of development of small and average business of the region are designated.

Key words: standard of living, income of the population, population expenses, ascending scale of a taxation, marginal tax, poverty.

Уровень и качество жизни – ключевые аспекты устойчивого и безопасного развития региона [2,5]. Доходы и расходы населения субъектов РФ – важнейший показатель уровня жизни населения. При этом важно рассмотреть динамику доходов по источникам ее образования и использования.

Для оценки экономического развития следует рассмотреть доходы населения Республики Мордовия, а в целях оценки экономической безопасности соотношение среднедушевых денежных доходов и величины прожиточного минимума [1].

Уровень доходов населения Республики Мордовия в 2017 г. увеличился на 23,9 % по сравнению с 2013 г., что представлено в таблице 1.

Важно отметить также увеличение расходов на покупку товаров и оплату услуг, которое характеризуется большим показателем по сравнению с показателем доходов – на 35,2 % в 2017 г. по сравнению с 2013 г.

Таблица 1 – Денежные доходы и расходы населения Республики Мордовия, млн. руб.

Показатели	2013	2014	2015	2016	2017	Абс. отклон.	Темп прироста, %
Доходы	141215	156920	173157,7	171602,6	174979,5	33764,5	23,9
Расходы на покупку товаров и оплату услуг	86961,8	98620,2	105527,5	111227,2	117602,3	30640,5	35,2
Оплата обязательных платежей и разнообразные взносы	16498,5	18287,4	20273,4	20216,6	20978,7	4480,2	27,2
Сбережения во вкладах и ценных бумагах	6847,6	5497,9	9455,2	8255,7	7665,3	817,7	11,9

Кроме этого, наблюдается увеличение объема оплаты обязательных платежей и разнообразные взносы на 27,2 % или на 4480,2 млн. руб[6].

Не такими большими темпами росли сбережения населения. Это можно объяснить низким уровнем дохода, отсутствием мотивации к хранению денег.

Показатель среднедушевых доходов увеличился с 2013 г. по 2016 г. на 22,6 %, в то время как показатель прожиточного минимума – увеличился на 27,5 %, что представлено на рисунке 1.



Рисунок 1 – Показатели среднедушевых денежных доходов и величины прожиточного минимума Республики Мордовия

Для оценки текущих и потенциальных угроз целесообразно рассмотреть более детализированные показатели основных процессов социально-экономического развития, а также проследить их взаимосвязь.

Так, целесообразно рассмотреть распределение населения по величине среднедушевых денежных доходов (таблица 2).

Таблица 2 – Распределение населения по величине среднедушевых денежных доходов, %

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017
Все население	100	100	100	100	100
в том числе со среднедушевыми денежными доходами, руб, в месяц:					
до 1500,0	0,1	0,1	-	-	-
1500,1-2500,0	1,1	0,7	0,4	0,4	0,3
2500,1-3500,0	2,8	2,0	1,2	1,3	1,1
3500,1-4500,0	4,4	3,4	2,3	2,4	2,2
4500,1-6000,0	8,6	7,1	5,3	5,6	5,2
6000,1-8000,0	12,8	11,2	9,5	9,6	9,3
8000,1-12000,0	22,9	21,7	20,5	20,5	20,3
свыше 12000,0	47,3	53,8	60,8	60,2	61,6

Из данных таблицы следует, что по итогам 2017 года 61,6 % населения имели доход свыше 12 тыс. руб. Данный показатель в 2013 г. составлял 47,3 %, что свидетельствует о том, что в 2017 году наблюдается увеличение групп населения, доходы которых, возросли. Однако, вместе с этим стоит отметить, что 18,1 % получают доход в размере 1500-8000 руб., что является ниже величины прожиточного минимума, что свидетельствует об угрозе усиливающейся бедности населения региона[6].

Структура использования денежных доходов представлена на рисунке 2. Так, наблюдается увеличение расходов на покупку продуктов для домашнего питания, которые имеют наибольший удельный вес по итогам 2017 г. На втором месте находятся расходы на покупку непродовольственных товаров – 34,9 %. Оплата услуг занимает 21,8 % в общей структуре расходов населения, из них почти половина – 9,5 % направляется на оплату жилищно-коммунальных услуг.



Рисунок 2 – Структура использования денежных доходов населения, %

Если сравнивать с 2013 годом, то структура использования денежных доходов населения показывает, что произошло изменение в структуре использования денежных доходов[7]. Это говорит об угрозе ухудшения

покупательской способности населения в связи с ростом цен на продовольственные и промышленные товары, увеличением тарифов на жилищно-коммунальные услуги и услуги связи.

Фактически население тратит денежные доходы на покупку еды, что обусловлено значительным удорожанием продуктов питания ввиду увеличения курса доллара, а также ряда санкций, введенных против России. Следует отметить, если в 2013 г. население основную долю доходов направляло на покупку непродовольственных товаров – 41,7 %, то в 2017 г. данный показатель составляет 39,7 % [6].

По итогам проведенной оценки можно сделать вывод, что приоритетной проблемой в области обеспечения экономической безопасности Республики Мордовия стоит отметить повышение уровня жизни населения. Нейтрализация данной угрозы состоит в разработке комплекса мероприятий по повышению доходов населения региона.

Важно в первую очередь как на уровне Республики Мордовия, так и на федеральном уровне рассмотреть вопрос о снижении налоговой нагрузки на население, а также введение прогрессивной ставки налогообложения. Являясь основным трудовым ресурсом в регионе, не имея достаточного уровня дохода трудоспособное население фактически не может исполнять свою трудовую функцию[4].

В связи с тем, что значительная часть населения региона имеет доходы ниже прожиточного минимума целесообразно на региональном уровне рассмотреть снижение ставки налогообложения, а именно налога на доходы физических лиц с 13 % до 7 % для такой группы населения.

Кроме этого, рекомендуется рассмотреть на федеральном уровне вопрос о применении прогрессивной ставки налогообложения, ввиду того, что 13 % для человека, получающего доход, например, в 50 тыс. руб. и 12 тыс. руб. значительно отличаются.

Введение прогрессивной ставки налогообложения направлено на ликвидацию угрозы дифференциации населения по размеру доходов.

Одним из способов решения данной проблемы является введение маргинального налога для богатых, что способствует получению Республикой Мордовия большего количества денег в региональный бюджет. Если доходы определенного экономического субъекта просто повышаются, это уже увеличивает налоговые поступления от него, поскольку процентная ставка не уменьшается. Если же доходы достигают отметки, с которой происходит запуск маргинального налога, ставка налога повышается, и доходы бюджета увеличиваются в еще большей степени.

Кроме этого, маргинальный налог часто способствует снижению расслоения общества. Иными словами, введение маргинального налога является способом «уравнивания» различных классов общества[3]: дополнительные доходы, которые получает регион в форме налогов будут направлены на поддержание бедных слоев населения или представителей среднего класса.

Важно также отметить, что с учетом принятого на федеральном уровне закона о повышении пенсионного возраста риск снижения доходов трудоспособного населения увеличивается, в том смысле, что низкий уровень пенсионного обеспечения по старости вынуждает население, старше трудоспособного возраста, «демпинговать» на рынке труда, что способствует снижению среднего размера начисленной заработной платы. Фактически ликвидация данной угрозы состоит в снижении пенсионного возраста.

Таким образом, основными рекомендациями по нейтрализации угроз Республики Мордовия как объекта обеспечения экономической безопасности являются снижение налоговой нагрузки на бедные слои населения, введение прогрессивной ставки налогообложения и маргинального налога, поддержке развития малого и среднего предпринимательства региона.

Библиографический список

1. Концепция долгосрочного социально- экономического развития Российской Федерации до 2020 года [Электронный ресурс] : распоряжение

Правительства Рос. Федерации № 1662-р от 17 ноября 2008 г. – Доступ из справ.-правовой системы «Консультант-Плюс».

2. Кормишкина Л. А. Развитие теории и методологии исследования и обеспечения экономического роста в России в контексте неоиндустриальной парадигмы: монография / Л. А. Кормишкина, Е. Д. Кормишкин, Д. А. Колосков.– Саранск, 2015. – 292 с.

3. Леонидова Г. В. Проблемы эффективности государственного управления. Человеческий капитал территорий: проблемы формирования и использования : монография / Г. В. Леонидова ; РАН, Ин-т соц.-экон. развития территорий. Вологда : [ИСЭРТ РАН], 2013. – 184 с.

4. Стратегия социально-экономического развития Республики Мордовия до 2025 года [Электронный ресурс]: закон РМ от 1 октября 2008. №94-З – Доступ из справ.-правовой системы «Консультант-Плюс».

5. Стратегия экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 г. [Электронный ресурс] : указ Президента Рос. Федерации от 13 мая 2017 г. № 208. – Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».

6. Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>.

7. Федонина О. В., Колосков Д. А. Анализ потенциала экономического роста региона (Республика Мордовия и регионы Приволжского федерального округа) /О. В. Федонина, Д. А. Колосков // Фундаментальные исследования. – 2015. – №6-3. – С. 632-636.

Зотович Ирина Георгиевна, студентка

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

e-mail: irunchikz13071996@mail.ru

УПРАВЛЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫМ ДОЛГОМ ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация: В статье анализируется государственный долг Тамбовской области, а также рассмотрены цели, задачи и принципы управления государственным долгом в регионе. Уделено внимание динамике изменения объема государственного долга Тамбовской области в 2010-2017 годах и структуре долга. Оценены расходы областного бюджета на обслуживание государственного долга Тамбовской области. А также формулированы выводы о регулировании государственного долга региона на основании государственной программы «Управление государственными финансами и регулирование финансовых рынков».

Ключевые слова: государственный долг; управление государственным долгом; расходы на обслуживание государственного долга; долговая устойчивость; государственная долговая политика.

Annotation: The article analyzes the public debt of the Tambov region, as well as the goals, objectives and principles of public debt management in the region. Attention is paid to the dynamics of changes in the volume of public debt of the Tambov region in 2010-2017 and the debt structure. The expenses of the regional budget for servicing the public debt of the Tambov region are estimated. As well as the conclusions on the regulation of public debt in the region on the basis of the state program "Management of public finances and regulation of financial markets".

Keywords: public debt; public debt management; the cost of servicing the public debt; debt sustainability; state debt policy.

Согласно статье 6 Бюджетного кодекса Российской Федерации, государственный или муниципальный долг - обязательства, возникающие из государственных или муниципальных заимствований, гарантий по обязательствам третьих лиц, другие обязательства в соответствии с видами долговых обязательств, принятые на себя Российской Федерации, субъектом Российской Федерации или муниципальным образованием.

Государственный долг сказывается на политической и социально-экономической обстановке в стране. Наличие государственного долга, безусловно, означает, что перед государством встает задача по созданию и проведению комплекса мероприятий по его управлению. Посредством этого комплекса решается главная проблема – эффективное управление государственным и муниципальным долгом.

На сегодняшний день ни в мировой, ни в отечественной экономической литературе не сложилось единого определения понятия управления государственным долгом. Тем не менее, управление государственным долгом можно определить, как деятельность уполномоченных органов государственной власти, направленную на обеспечение потребностей публично-правового образования в заемном финансировании, своевременное и полное исполнение долговых обязательств при минимизации расходов по долгу.

В широком смысле управление государственным долгом – это процесс выработки и реализации комплекса мер, направленных на привлечение необходимых для развития региона заемных ресурсов, при поддержании приемлемых уровней риска и стоимости заимствований.

Рассмотрим государственный долг Тамбовской области, который был выбран объектом исследования данной работы. Перейдем к рассмотрению динамики изменения объема государственного долга Тамбовской области в

2010-2017 годах. Для этого обратимся к рисунку 1.

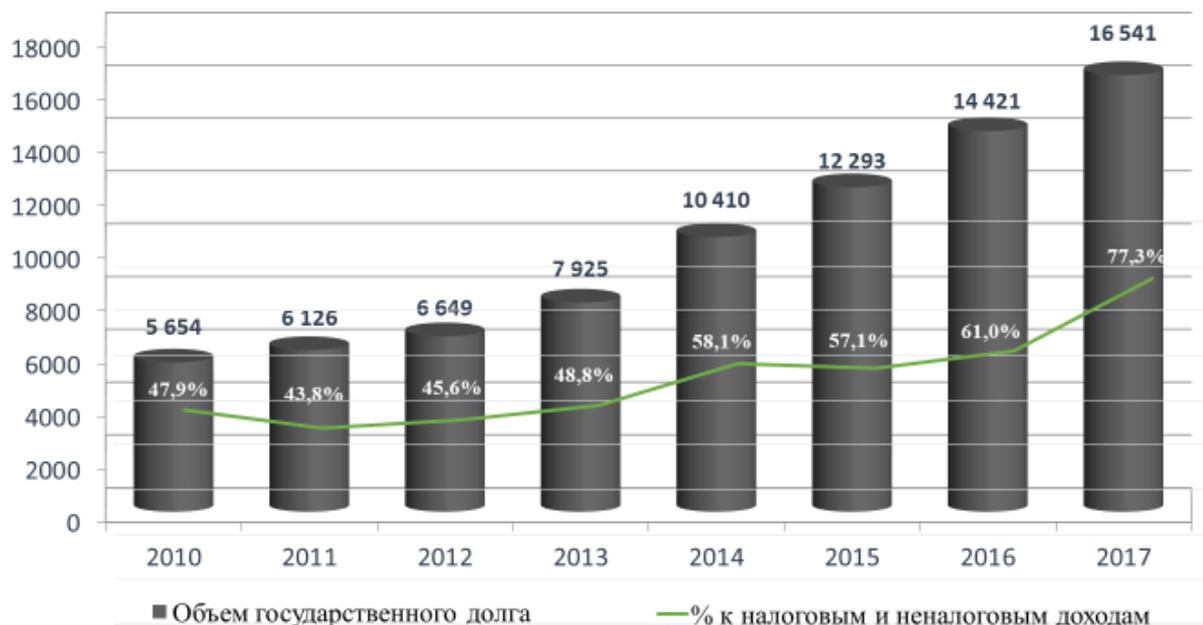


Рисунок 1. Динамика государственного долга Тамбовской области в 2010-2017 годах, млн. рублей.

Как видно, государственный долг Тамбовской области активно растет с 2010 года. При этом на графике виден значительный скачок в декабре 2013 года. Что касается отношения государственного долга к внутреннему региональному продукту, можно заметить с 2010 года по 2012 год спад с 3,9 % до 3,3%. Начиная с 2013 года и по сегодняшний день можно увидеть скачок данного показателя с 3,4 % до 5 % в 2017 году.

Государственный долг Тамбовской области полностью записан в объем внутреннего государственного долга. Структуру государственного долга Тамбовской области за 2013-2017 гг. представлена на Таблице 1.

Анализируя показатели представленные в данной таблицы, можно сделать выводы, что в структуре государственного долга Тамбовской области наибольшую долю до 2017 года занимали кредиты коммерческих банков - среднем 65 % от общего объема долговых обязательств региона. Бюджетные кредиты за весь анализируемый период составили в среднем 28 %. Ценные бумаги (облигации) стали отражаться в структуре долга только с 2016 года. Государственные гарантии Тамбовской области в период с 2013-2015 год

составляли в среднем 1% от общего объема государственного долга.

Виды долговых обязательств, млн. рублей	2013 год	Удельный вес в % к общей сумме долга	2014 год	Уд. вес в % к общей сумме долга	2015 год	Уд. вес в % к общей сумме долга	2016 год	Уд. вес в % к общей сумме долга	2017 год	Уд. вес в % к общей сумме долга
Кредиты коммерческих банков	4 982,10	62,87%	7 766,90	74,61%	8 325,20	67,72%	9 410,2	65,25%	4 300,0	26,00%
Ценные бумаги (облигации)	-	-	-	-	-	-	1 600,0	11,10%	8 100,0	48,97%
Бюджетные кредиты	2 846,60	35,92%	2 533,30	24,34%	3 898,30	31,71%	3 410,6	23,65%	4 140,9	25,03%
Государственные гарантии	96,3	1,22%	109,5	1,05%	69,3	0,56%	-	-	-	-
ИТОГО	7 925,00	100%	10 409,70	100%	12 292,80	100%	14 420,8	100%	16 540,9	100%
Объем госдолга Тамбовской области к НДС и НДС, %	48,8		58,1		57,1		61,0		77,3	

Таблица 1. Структура государственного долга Тамбовской области, млн. рублей.

В целях снижения долговой нагрузки и исключения рисков в отношении долговых обязательств с 2016 года в форме государственных гарантий Тамбовской областью введен мораторий на их предоставление.

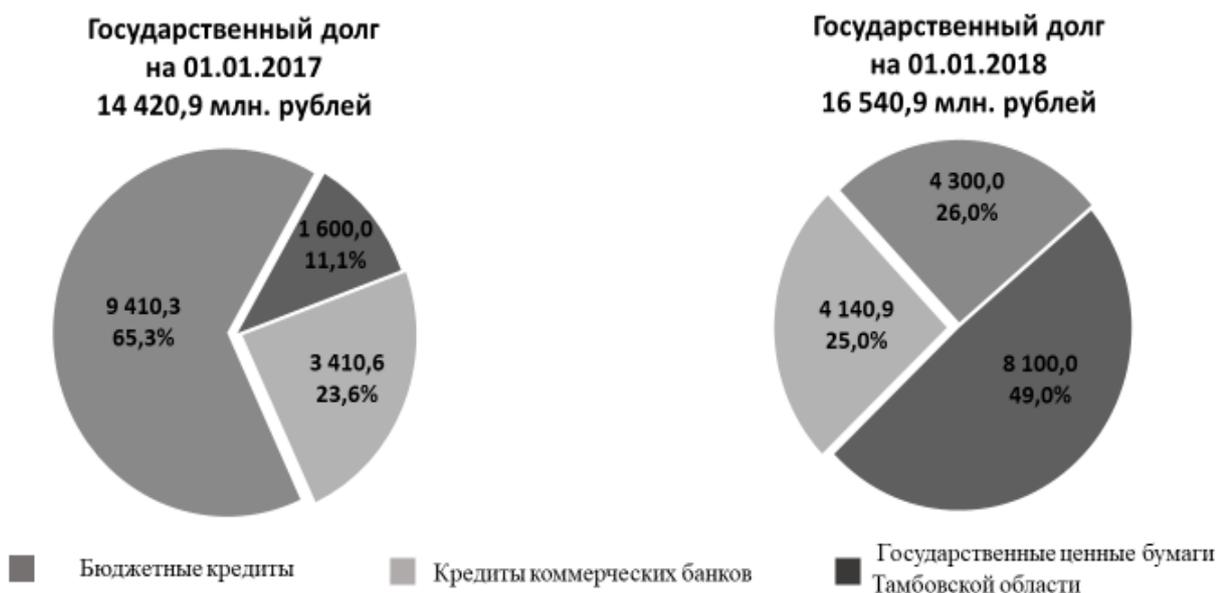


Рисунок 2. Структура государственного долга Тамбовской области в 2016 и 2017 годах.

В 2016 году основную долю в общем объеме государственного долга

Тамбовской области составили кредиты коммерческих банков 9 410,3 млн. рублей (65,3%). Бюджетные кредиты составили 23,6 %, а на долю государственных ценных бумаг Тамбовской области в 2016 году приходится 11,1 % от общего объема долговых обязательств.

За 2017 год доля обязательств по банковским кредитам сократилась с 65,2 до 26 процентов, а доля задолженности по ценным бумагам и бюджетным кредитам возросла соответственно с 11,1 до 49 процентов и с 23,7 до 25 процентов.

Для снижения рисков принятия необоснованных решений в ходе управления госдолгом, а также снижения неопределенности для инвесторов (кредиторов) относительно планов и будущих действий заемщика важно четко определить и публично сформулировать средне- и долгосрочные цели управления долгом. Отсутствие подобных целей нередко, особенно в периоды рыночной нестабильности, приводит к принятию ошибочных решений в рамках управления госдолгом, что увеличивает риски, связанные с неэффективной структурой обязательств, и повышает стоимость государственных заимствований.

Четкое формулирование целей, задач и инструментов долговой политики Тамбовской области можно найти в Постановлении администрации Тамбовской области от 19.09.2018 № 948 "Об утверждении основных направлений долговой политики Тамбовской области на 2019 год и плановый период 2020 и 2021 годов».

Постановление администрации Тамбовской области от 19.09.2018 № 948 "Об утверждении основных направлений долговой политики Тамбовской области на 2019 год и плановый период 2020 и 2021 годов» предполагает, что целью долговой политики Тамбовской области является обеспечение потребности в заемном финансировании, своевременное исполнение долговых обязательств при минимизации расходов на их обслуживание, поддержание объема и структуры государственного долга, исключая неисполнение долговых обязательств.

Принципами долговой политики Тамбовской области являются:

- соблюдение норм и ограничений, установленных Бюджетным кодексом Российской Федерации;
- выполнение условий, установленных Дополнительными соглашениями к Соглашениям от 21 сентября 2015 г. N 01-01-06/06-136 и от 25 декабря 2017 г. N 01-01-06/06-392 о предоставлении бюджету Тамбовской области из федерального бюджета бюджетных кредитов для частичного покрытия дефицита бюджета Тамбовской области, заключенными Тамбовской областью с Министерством финансов Российской Федерации 26 декабря 2017 г. и 29 декабря 2017 г.;
- своевременное и безусловное погашение и обслуживание долговых обязательств Тамбовской области;
- обеспечение своевременного учета долговых обязательств и полноты их отражения;
- открытость и прозрачность управления государственным долгом Тамбовской области.

Долговая политика на 2019 - 2021 годы будет реализовываться в рамках решения ключевых задач по поддержанию умеренной долговой нагрузки на бюджет Тамбовской области с учетом необходимости соблюдения условий реструктурированных в 2017 году бюджетных кредитов, полученных из федерального бюджета:

- обеспечение выполнения Программы оздоровления государственных финансов Тамбовской области на 2017 - 2020 годы, утвержденной постановлением администрации области от 30.03.2017 N 275;
- обеспечение поэтапного сокращения доли общего объема государственного долга Тамбовской области, в том числе доли общего объема долговых обязательств Тамбовской области по государственным ценным бумагам и кредитам, полученным от кредитных организаций;
- соблюдение показателей и индикаторов, установленных государственной программой "Эффективное управление финансами и

оптимизация государственного долга" на 2014 - 2020 годы;

- мониторинг и оценка состояния государственного долга Тамбовской области, его структуры и динамики в целях оптимизации структуры государственного долга и стоимости его обслуживания;

- обеспечение раскрытия информации о государственном долге Тамбовской области.

В 2017 году долговая политика Тамбовской области была ориентирована на решение таких ключевых задач как поддержание умеренной долговой нагрузки на бюджет Тамбовской области, сдерживание роста расходов на обслуживание государственного долга, соблюдение показателей и индикаторов, установленных государственной программой "Эффективное управление финансами и оптимизация государственного долга" на 2014 - 2020 годы.

На 01 января 2018 г. объем государственного долга Тамбовской области составил 16540,8 млн. рублей, или 77,3 процента к поступившим в 2017 году доходам бюджета Тамбовской области без учета безвозмездных поступлений, в том числе объем долга по рыночным долговым обязательствам составил 12399,9 млн. рублей, или 58 процентов от доходов бюджета Тамбовской области без учета безвозмездных поступлений.

Достигнутые параметры государственного долга Тамбовской области соответствуют требованиям, утвержденным Правительством Российской Федерации, и условиям Дополнительных соглашений, заключенных Тамбовской областью с Министерством финансов Российской Федерации 26 декабря 2017 г. и 29 декабря 2017 г. (не более 78 и 59 процентов соответственно).

Проводимая долговая политика в существенной степени способствовала снижению расходов на обслуживание государственного долга Тамбовской области. (Таблица 2)

	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год
Расходы	41 767,7	42 535,5	43 898,7	45 758,3	43 236,8
Субвенции	3 422,8	5 138,7	5 353,8	5 580,2	5 899,0
(Р-субв)*0,15	5 751,7	5 609,5	5 781,7	6 026,7	5 600,6
Расходы на обслуживание государственного (муниципального) долга	184,4	420,7	639,2	927,5	1 033,5

Таблица 2. Расходы на обслуживание долга Тамбовской области, млн. рублей.

На таблице 2 представлены показатели по расходам на обслуживание государственного долга Тамбовской области, а также расчеты данного показателя в соответствии со статьей 111 Бюджетного кодекса Российской Федерации. В 2013 году удельный вес расходов на обслуживание государственного долга составил 0,48 процента от общего объема расходов регионального бюджета за исключением расходов, осуществляемых за счет субвенций из федерального бюджета, при максимальном размере, установленном бюджетным законодательством Российской Федерации, в 15 процентов. В 2014 году этот показатель составил 1,12 процентов, в 2015 году 1,66 процентов, в 2016 году 2,31 %, а в 2017 году 2,77 %.

Исходя из данной таблицы, можно заметить, что задачи, поставленные долговой политикой Тамбовской области, по поддержанию умеренной долговой нагрузки на бюджет Тамбовской области и сдерживание роста расходов на обслуживание государственного долга Тамбовской области выполняются.

Аналитическое Кредитное Рейтинговое Агентство (АКРА) в июне 2018 года изменило прогноз по кредитному рейтингу Тамбовской области на "Позитивный" и подтвердило рейтинг ВВВ+(RU) области по выпуску облигаций.

Подводя итоги, можно сделать выводы, что необходимо стремиться к обоснованности уровня и темпов роста долга, созданию предпосылок для его

обслуживания при самых разных обстоятельствах, включая кризисные явления в экономике и на финансовых рынках, не отступая от обоснованных целевых установок в отношении стоимости и степени риска.

Тамбовская область выполняет свои долговые обязательства в полном объеме. Выработка и реализация комплекса мер, направленных на привлечение необходимых для развития региона заемных ресурсов, при поддержании приемлемых уровней риска и стоимости заимствований, проводимая долговая политика в сфере государственного долга Тамбовской области будет расцениваться как более ответственная, соответствующая лучшей мировой практике, а ее реализация – более эффективно способствовать социально-экономическому развитию Тамбовской области.

Библиографический список:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 N 145-ФЗ (ред. от 03.08.2018, с изм. от 11.10.2018).
2. Официальный сайт Министерства Финансов URL: <http://www.minfin.ru> - (Дата обращения 30.03.2019).
3. Постановление администрации Тамбовской области от 01.07.2016 № 714 «Об утверждении Генеральных условий эмиссии и обращения государственных облигаций Тамбовской области».
4. Постановление администрации Тамбовской области от 19.09.2018 № 948 "Об утверждении основных направлений долговой политики Тамбовской области на 2019 год и плановый период 2020 и 2021 годов».
5. Постановление Правительства Российской Федерации от 15.04.2014 № 320 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Управление государственными финансами и регулирование финансовых рынков».

Большакова Виктория Евгеньевна, студентка

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

e-mail: apollojunk@yandex.ru

Поздняков Константин Константинович, научный руководитель, доцент к/н,
декан факультета Международного туризма, спорта и гостиничного бизнеса

Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

e-mail: KKПozdnyakov@fa.ru

PROBLEMS AND PERSPECTIVES OF DESTINATION MARKETING IN THE RUSSIAN FEDERATION

Аннотация: Правильно разработанная маркетинговая стратегия играет ключевую роль в успешном продвижении дестинации. Однако не все регионы Российской Федерации умеют грамотно использовать маркетинговые инструменты. Для того, чтобы увеличить турпоток и улучшить туристский имидж территории, необходимо выявить и решить проблемы, распространенные в регионах.

Ключевые слова: маркетинг, дестинация, маркетинговые инструменты, продвижение, регион, проблемы.

Annotation: Properly developed marketing strategy plays a key role in the successful promotion of a destination. However, not all regions are able to use marketing tools in a right way. In order to increase the tourist flow and improve the tourist image of the territory, it is necessary to identify and solve the problems which often occur in the regions of the Russian Federation.

Key words: marketing, destination, marketing tools, promotion, region, problems.

There are a large number of marketing tools in the modern world which a tourist region can use successfully to promote itself. However, not all tools can be applied effectively, according to the current economic, social and political factors.

Effective strategic marketing planning of a tourist region can be successfully implemented considering a number of factors:

1. The presence of an organization that is responsible for the development and implementation of destination marketing. The most effective form of such an organization is a public-private partnership. In Russia, this model has not become widespread, but in many regions there are tourist information centers (TIC), which are most often created by the regional tourist administration;

2. Destination marketing is associated with numerous participants in the tourism industry — the regional administration, business, and the local population; therefore, individual goals should be connected with the overall strategic objectives of the regional marketing program;

3. The marketing strategy of the tourist region should be primarily a work plan of action. The plan should be understood by all its participants, including the local population, for effective implementation;

4. The tourist product of the region should be focused on the needs of the target audience, that's why it is necessary to analyze the market regularly.

Obviously, each tourist region creates the marketing strategy based on its own characteristics, capabilities and available resources, so it can face certain problems in the application of some marketing tools.

The first problem faced by the Russian regions is the inefficiency or lack of destination advertising. Currently there are a huge number of different ways of advertising. For example, billboards at the entrance of the city, advertising catalogs and event calendars that can be distributed through tour operators and travel agencies, as well as advertising on the Internet. It is necessary to understand that advertising should be clearly aimed at the target audience and contains information about the unique tourist products that the destination offers.

Another important problem is the lack of advertising and information signs of attractions and events that are held in the region. Tourists traveling alone by car to the Russian tourist regions, often do not know how to get to a particular sight or event location. This problem can be solved by installing billboards with advertisements along the main roads leading to the cities of the region. It is also necessary to install signs which give information about the places of historical events of the region, to make them understandable and noticeable for tourists.

It is important for the region to have its own recognizable brand. The territory's branding is based on the creation of a unique distinctive image of the region and positive information. Currently, Russian regions spend a large amount of budget funds on brand development, which do not reflect the specific features of the territory and do not affect the tourist flow. As a rule, the tourism administration of the region signs a contract with a design studio to develop a brand. The design studio should analyze the target audience, identify key types of tourism for the region, summarize the experience of similar territories and eventually create and visualize the brand. So the development of the brand territory is carried out by people who often do not have a clue about the cultural and historical traditions in the region. Therefore, the results of the work do not satisfy the local population of the region and potential tourists, the brand isn't promoted, and budget funds are wasted. This problem can be solved by involving local residents, historians and cultural figures of the territory in the process of creating the brand, conducting surveys, organizing conferences and competitions.

One more problem among the Russian tourist regions is that marketing tools are not always able to create a positive public opinion about the destination. This happens due to a number of problems: the partial or complete deficit of tourist infrastructure, unskilled and impolite staff, poor-quality service and inflated prices. The solution of problems seems to be simple, but it requires a state to invest a large amount of budgetary funds in the development of regions, which is problematic in the current economic and political situation.

Moreover, it is necessary to fight corruption in the tourism industry at the regional level, because there are situations when the facilities that should have been

built as a part of the state program for the development of regional tourism were not put into operation, and the budget funds spent didn't return to the state. Therefore, first of all, the entrepreneurs should be responsible for creating a positive image of the destination. They must create unique tourist products, hire well-trained personnel and improve their skills, provide quality services and improve the tourist infrastructure in the region.

To increase the tourist flow in the region, tourist administrations together with businesses organize exhibitions, fairs, festivals and concerts. However, there are also problems in event tourism in Russia. Mostly problems with holding events are due to the lack of a sufficient number of places to accommodate tourists, a low level of organization and an ineffective advertising campaign. Also, tourist activities should be held in places with good transport accessibility, which is not always provided. The solution of these problems will be the right choice of the location for the event with a sufficient number of accommodation facilities, as well as the organization of an effective advertising campaign using the most popular channels for spreading information. In addition, if the region has problems with holding events, it is necessary to attract event-managers who can organize everything professionally.

To sum it up, considered the main problems of using marketing tools in the Russian tourist regions and suggested possible promising ways to solve them, the regions need to attract specialists in the field of destination marketing who could analyze the available resources and potential capabilities of the regions and find optimal solutions to problems. There is another problem here: there are very few marketing specialists in Russia who could be engaged in the promotion of tourist regions, as well as universities that train specialists in the tourism. That's why, in order to solve the problems of regional tourism in Russia, it is necessary to train young specialists in the tourism with marketing directions.

Библиографический список:

1. Pizam A., Wang. Y Destination Marketing and Management: Theories and Applications, - Издательство: CABI, 2011.

2. Destination think [Электронный ресурс]: The Four Ps of Marketing for destinations– 2016. – URL: <https://destinationthink.com>. – (Дата обращения: 03.04.2019).

3. Learning Russian [Электронный ресурс]: Regions and Travel Destinations in Russia. – 2019. – URL: <http://learningrussian.net>. – (Дата обращения: 04.04.2019).

4. Promodo [Электронный ресурс]: What is destination marketing? – 2018. – URL: <https://www.promodo.com>. – (Дата обращения: 03.04.2019).

5. The Place Brand Observer [Электронный ресурс]: Destination Marketing Explained: Meaning, Trends and Challenges. – 2017. – URL: <https://placebrandobserver.com>. – (Дата обращения: 03.04.2019).

6. Think with google [Электронный ресурс]: How micro-moments are reshaping the travel customer journey. – 2016. – URL: www.thinkwithgoogle.com. – (Дата обращения: 04.04.2019).

Содержание

Малышев А. А., Салмова А. В. Особенности разработки комплекса маркетинга на предприятиях сферы услуг на примере гостиницы «Вояж».....	2
Сидельникова Г. П., Понеева О. А. Отражение формирования прибыли в бухгалтерском учете экономического субъекта.....	17
Соловьева Н. В., Синякова С. И. Методические рекомендации для проведения занятий в воде со студентами элективного направления «Аквааэробика».....	24
Колмыков А. Н. Цифровая грамотность населения как ключевое условие развития цифровой экономики.....	30
Прокин А. А., Баландин И. А. Каждый может стать программистом.....	36
Фадеева В. В., Калинина В. А. Оценка тенденций развития торговли в Республике Мордовия.....	41
Сидельникова Г. П., Цапко П. А. Порядок организации и значение бухгалтерского учета затрат на оплату труда персонала.....	46
Шишова Л. И., Левина А. В. Зарубежный опыт учета расчетов организаций по налогам и сборам.....	51
Фадеева В. В., Виль Д. В. Особенности бухгалтерского учета в строительных организациях.....	55
Садова А. В., Макарова Л. В. Оценка уровня качества оказания услуги по проверке системы индивидуального контроля загазованности.....	60
Амирова Д. Р., Запорожец О. И. Интернет маркетинг как перспективный и востребованный метод продвижения продукции.....	66
Балыкина М. Е., Тарасов Р. В. Сравнительный анализ предприятий кондитерской промышленности (на примере продукции ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»).....	72
Курдова М., Трубникова Е. А. Современное состояние и перспективы развития денежного рынка РФ.....	78
Горин С. С., Паршина А. Ю., Мартынюк В. А., Гуляева Э. Ю. Комплекс мероприятий по предотвращению чрезвычайных ситуаций.....	86

Свитич О. Н. Товарищеская встреча по волейболу студентов со школьниками.....	93
Малышев А. А., Салмова А. В. Повышение результативности маркетинговой деятельности на основе инструментов маркетингового аудита.....	96
Кириллов Н. Н. Анализ налоговых доходов субъектов Приволжского федерального округа.....	105
Русин Д. С., Молокова Н. В. Управление программной моделью для обработки геофизических данных, снятых методом бесконечно длинного кабеля.....	111
Гайнуллина С. А., Стуколова Л. С. Психология допроса потерпевшей при изнасиловании.....	115
Амирова Д. Р., Храмова А. И. Маркетинговые коммуникации: теоретический аспект.....	120
Коробкова Н. А., Магина Э. Р. Управление коммерческой деятельностью в бюджетном учреждении.....	126
Гостев Я. С., Багауов Н. Д., Долгов С. Ф. Социальное обеспечение иностранцев в Российской Федерации.....	141
Ганчина Т. А., Дедина Д. М. Бухгалтерский учет и анализ заемных обязательств экономического субъекта.....	146
Фадеева В. В., Сернова О. О. Формирование финансовых результатов в отечественной и международной практике.....	151
Шафеев А. А., Шамсутдинов Ш. А. Формирование ценности здоровья у студентов.....	156
Курдова М. А., Асташкина Е. А. Дистанционное образование в России: теория и практика.....	161
Свитич О. Н. Развитие учреждений социального воспитания на этапе становления образовательной деятельности в Карелии.....	166
Давлетшин А. Р. Управление качеством на строительном предприятии.....	169
Красильникова Н. В., Алякшина А. А. Банкротство турагентств как глобальная проблема туристской индустрии.....	175

Рахронон Р. О., Махмурова Л. А., Долгов С. Ф. Понятие интеллектуальной собственности. Территориальный характер авторских прав.....	182
Лазарев М. А., Фадеев А. В. Государственное регулирование страховой деятельности.....	187
Дубровина К. В. Гипотеза развития миграционных процессов на Дальнем Востоке и предложения по планированию миграционных процессов в этом регионе.....	193
Шафеев А. А., Шамсутдинов Ш. А. Система оздоровительной физической культуры.....	199
Васильева К. А., Иванцова Г. А. Долевое строительство: вопросы и проблемы государственного регулирования.....	204
Ильинова А. В., Токарев И. Н. Влияние кормовой добавки Биовит - С на свиней при откорме.....	209
Солодовникова Е. Н., Филиппова Е. С. Стохастическая форма апостериорной плотности вероятности.....	212
Ишбирдина С. А., Кузнецова Е. Д., Долгов С. Ф. Личные имущественные и неимущественные отношения между супругами-иностранцами и между иностранцами-родителями и детьми.....	217
Федонина О. В. Структура доходов и расходов населения как ключевая характеристика уровня жизни в регионе с позиции его устойчивого и безопасного развития.....	223
Зотович И. Г. Управление государственным долгом Тамбовской области.....	230
Большакова В. Е., Поздняков К. К. Problems and perspectives of destination marketing in the Russian Federation.....	239