**РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ**
**КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ**
**БЕЛОРУССКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ**
**УНИВЕРСИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ**
**ЕВРОПЕЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ МОЛДОВЫ**
**МОЛДАВСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ АКАДЕМИЯ**
**ТАДЖИКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ КОММЕРЦИИ**
**КАРАГАНДИНСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КАЗПОТРЕБСОЮЗА**
**КОСТАНАЙСКИЙ ИНЖЕНЕРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ**
**УНИВЕРСИТЕТ ИМ. М. ДУЛАТОВА**
**СИБИРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ**
**ŞTEFAN CEL MARE UNIVERSITY OF SUCEAVA**

# КООПЕРАЦИЯ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

*Сборник научных трудов*
*международной конференции молодых ученых, аспирантов, студентов и учащихся*

**Казань**
**2017**

**УДК 33; 33.336; 009; 339.543; 620.2**
**ББК 65+65.052.2+6/8+65.428+65.422.5**

**Кооперация и предпринимательство: состояние, проблемы и перспективы:** сборник научных трудов международной конференции молодых ученых, аспирантов, студентов и учащихся – Казань, 2017. – 401 с.

В сборнике научных трудов ученых, аспирантов, студентов и учащихся представлены материалы по широкому спектру актуальных научно-исследовательских и научно-практических проблем: актуальные вопросы региональной экономики и эффективности функционирования организаций; современные тенденции и перспективы развития бухгалтерского учета и финансов; актуальные вопросы гуманитарного знания в современном обществе; инновационно-информационные решения в области сервиса, туризма и потребительской кооперации; технологические и экономические аспекты обеспечения качества товаров и продукции общественного питания; проблемы становления и перспективы развития евразийского экономического союза.

Сборник научных трудов конференции адресован широкому кругу читателей, интересующихся данными вопросами.

Статьи представлены в авторской редакции.

© Казанский кооперативный институт
АНОО ВО ЦС РФ «Российский
университет кооперации», 2017

СОДЕРЖАНИЕ


| | |
|---|---|
| **СЕКЦИЯ 1. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, ФИНАНСЫ И БИЗНЕС** | 15 |
| УЧЕТ ИЗДЕРЖЕК ОБРАЩЕНИЯ В ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ<br>*Белокуренко Н.С.* | 15 |
| СТРАХОВЫЕ КОМПАНИИ Г. ТЮМЕНИ - АНАЛИЗ ПО ЦЕЛЕВЫМ КЛИЕНТСКИМ СЕГМЕНТАМ<br>*Березина Е.Ф.* | 17 |
| АНАЛИЗ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ<br>*Галимарданова Н.М., Гимадиева Р.Р.* | 19 |
| НЕОБХОДИМОСТЬ РЕФОРМИРОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В РОССИИ<br>*Галимарданова Н.М., Гиззатулина А.Н.* | 20 |
| ФОРМИРОВАНИЕ ФАКТОРОВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА<br>*Ефанова Ю.В.* | 21 |
| ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИИ АУДИТОРСКИХ ФИРМ И ИНДИВИДУАЛЬНЫХ АУДИТОРОВ<br>*Загидова А.Ш.* | 23 |
| КОНЦЕПЦИЯ ДОСТОВЕРНОСТИ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЁТНОСТИ: МЕЖДУНАРОДНЫЙ И НАЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТЫ<br>*Калашникова Н. В.* | 26 |
| БУХГАЛТЕРИЯ И РОБОТИЗАЦИЯ<br>*Кончаков О.В.* | 28 |
| АНАЛИЗ ВНУТРИФИРМЕННОЙ ПОЛИТИКИ ОПЛАТЫ ТРУДА КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ АУДИТА СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ<br>*Лищук Е.Н., Жданова Е.В.* | 31 |
| *ОСОБЕННОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В СТАВРОПОЛЬСКОМ КРАЕ*<br>*Мараховская Г. С., Шхагапсоев И. Р.* | 33 |
| О ПЕРСПЕКТИВАХ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА МИКРОПРЕДПРИЯТИЙ<br>*Миннигалеева В.З., Ксенофонтова Т.С.* | 35 |
| ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА ОРГАНИЗАЦИИ И ИХ ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ<br>*Миннигалеева В.З., Зиятдинова Г.И.* | 37 |
| ОСНОВЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ЗАТРАТ НА ПРОДАЖУ ПРОДУКЦИИ<br>*Миннигалеева В.З., Яковлева А.* | 38 |
| ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕНЕЖНО – КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ<br>*Мулюкова Р.Р., Ибрагимова А.Р.* | 39 |
| РАЗВИТИЕ ФИНАНСОВОЙ И ДЕНЕЖНО - КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ ЦЕНТРОБАНКА<br>*Мусташкина Д.А., Шипшова А.В.* | 40 |
| РАЗВИТИЕ КРЕДИТНОЙ КООПЕРАЦИИ В РОССИИ<br>*Мусташкина Д.А., Шипшова В.В.* | 41 |
| ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ АГРОПРОМЫШЛЕННЫХ КОМПЛЕКСОВ | 43 |

| | |
|---|---|
| *Мусташкина Д.А., Задворнова М.Н.* | |
| АНАЛИЗ МАТЕРИАЛЬНЫХ ЗАТРАТ НА ПРЕДПРИЯТИИ<br>*Намаев Ф.Ж., Хайруллина А.А.* | 44 |
| ПРОБЛЕМЫ АВТОМАТИЗАЦИИ ПРОЦЕССА ФОРМИРОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЕТНОСТИ<br>*Наумова Е.А., Тен К.Ю.* | 45 |
| НАЛОГОВЫЙ МОНИТОРИНГ - СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ БИЗНЕСА<br>*Наумова Е.А., Горелова Ю.Н.* | 47 |
| ВОЗМОЖНОСТИ ВОЗДЕЙСТВИЯ ГОСУДАРСТВА НА СФЕРУ ФИНАН-СОВЫХ ОТНОШЕНИЙ<br>*Никитина Т.К., Никифорова Т.Г.,* | 49 |
| ВНЕДРЕНИЕ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА В РОССИЙСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ<br>*Никифорова О.В., Воробьёва А.А.* | 50 |
| ОНЛАЙН КАССЫ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ НОВОВВЕДЕНИЯ<br>*Никифорова О.В., Кабиров А.В.* | 51 |
| САМОРЕГУЛИРОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОЙ И АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ<br>*Никифорова О.В., Баева И.С.* | 53 |
| О РЕГУЛИРОВАНИИ ОПЕРАЦИЙ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ НА ФОНДОВОМ РЫНКЕ<br>*Рамазанов А.В.* | 54 |
| ПРИБЫЛЬ ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕЕ ПЛАНИРОВАНИЕ<br>*Рустемов О.Б.* | 56 |
| СОСТОЯНИЕ СТРАХОВОГО РЫНКА ТАТАРСТАНА<br>*Саитова Р.Г., Задворнова М.Н.* | 58 |
| ИЗМЕНЕНИЯ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ НА 2018 ГОД<br>*Саитова Р.Г., Никифорова Т.Г.* | 59 |
| ПЕРЕХОД ПРЕДПРИЯТИЙ НА «ОНЛАЙН КАССУ» В 2017-2018 ГОДУ<br>*Свечников К.Л., Барышкова Ю.С.* | 59 |
| ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ЗАТРАТ И ИСЧИСЛЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ НА КОНДИТЕРСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ<br>*Ситдикова Р.Д., Шакирова Г.А.* | 60 |
| АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ДЛЯ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ<br>*Сокольская Е.И., Иванова Е.П.* | 62 |
| ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ДОЛГОСРОЧНОГО БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН<br>*Талимова Л.А., Кзылова А.Е.* | 63 |
| ФИНАНСОВЫЕ АКТИВЫ: ПРОБЛЕМЫ ПРИЗНАНИЯ И ОЦЕНКИ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ<br>*Фокша М.* | 66 |
| ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ<br>*Черняков М.К., Чернякова* М.М., *Кущ А.А.* | 68 |
| СТРОИТЕЛЬНАЯ ОТРАСЛЬ И ЕЁ РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ ДОХОДОВ БЮДЖЕТОВ БЮДЖЕТНОЙ СИСТЕМЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ<br>*Шарафутдинова И.Р., Гарифуллина Э.А.* | 71 |
| НОВАЦИИ РЕГУЛИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КРЕДИТНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ КООПЕРАТИВОВ<br>*Шигапова Р.Р.,Зарипова М. И.* | 72 |

| | |
|---|---|
| АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ В ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ<br>*Яхина Л.Т., Каюмова А.Ф.* | 75 |
| ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ<br>*Яхина Л.Т., Серебрякова К.* | 76 |
| АНАЛИЗ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ<br>*Яхина Л.Т., Маннапова Л.* | 77 |
| ESTABLISHMENT AND USE OF FINANCIAL RESOURCES IN THE ENTERPRISES FROM THE REPUBLIC OF MOLDOVA<br>*Ganea O.,Andronic C., Sargu N.* | 77 |
| ОЦЕНКА РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ КАК ЧАСТИ ФИНАНСОВОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА, НАПРАВЛЕННОЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЕГО ФИНАНСОВОЙ СТАБИЛЬНОСТИ<br>*Толмачева И., Мазур Е.* | 86 |
| **СЕКЦИЯ 2. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГУМАНИТАРНЫХ НАУК В МИРЕ** | 93 |
| ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН<br>*Бугубаева Р.О., Ильясова З.Р.* | 93 |
| ПРОБЛЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ВЫСШИМ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ ОБРАЗОВАНИЕМ В КАЗАХСТАНЕ<br>*Бугубаева Р.О., Бегежанов Б.А.* | 95 |
| РОЛЬ СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ ДИСЦИПЛИН ПРИ ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ-ЮРИСТОВ В СИСТЕМЕ СПО<br>*Быховец М.В., Бучацкая Д.В.* | 97 |
| О ПРОБЛЕМЕ ЭФЕКТИВНОСТИ ПРИКАЗНОГО ПРОИЗВОДСТВО В ГРАЖДАНСКОМ ПРОЦЕССЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ<br>*Евдокименко О.М.* | 99 |
| КОМПАРАТИВИСТСКИЙ АНАЛИЗ ПРИКАЗНОГО ПРОИЗВОДСТВА В ГРАЖДАНСКОМ ПРОЦЕССЕ РОССИИ И СТРАН СНГ<br>*Евдокименко О.М.* | 101 |
| АНГЛИЙСКИЕ И РУССКИЕ ТРАДИЦИИ. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ.<br>*Гатауллина Д.Д.* | 103 |
| НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ СУЩНОСТИ ЦЕЛЕЙ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ В РФ<br>*Дадашев И.С.* | 105 |
| НРАВСТВЕННОСТЬ В КОНТЕКСТЕ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ОБЩЕСТВЕННЫХ БЛАГ<br>*Злотникова Л. М.* | 107 |
| FOREIGN LANGUAGE PROFICIENCY AS ONE OF THE MOST IMPORTANT CONDITIONS FOR OVERCOMING THE CONFLICT OF CULTURES<br>*Makarova D., Mazitova F.L.* | 108 |
| ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВОЗМЕЩЕНИЯ ВРЕДА, ПРИЧИНЕННОГО НЕНАДЛЕЖАЩИМ ОКАЗАНИЕМ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ<br>*Патрина В.Д.* | 109 |
| МИНИМАЛИЗМ: ПРЕИМУЩЕСТВА НУЛЯ<br>*Райнер Ю.С.* | 110 |
| СОЦИАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ ИНВАЛИДОВ<br>*Рахимкулова Д.Т.* | 112 |
| ПРАГМАТИКА ПРОЗВИЩ КАК СРЕДСТВ АДРЕСАЦИИ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ<br>*Ромазанова О.В., Сафина Д.Р.* | 113 |

| | |
|---|---|
| THE PROBLEMS AND PROSPECTS OF MANAGEMENT OF HOUSING AND COMMUNAL SERVICES<br>*Smagulova Sh.A., Ibagalieva A.Sh.* | 114 |
| НАСЛЕДОВАНИЕ ПО ЗАКОНУ: ПОНЯТИЕ, ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И ЕГО АКТУАЛЬНОСТЬ НА СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ<br>*Тихонова В.Ю.* | 117 |
| ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ АДАПТАЦИЯ СОТРУДНИКОВ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ<br>*Чердымова Е.И., Борисова М. О.,Перемышлина Е. С., Пешнова Е. И.* | 118 |
| **СЕКЦИЯ 3. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА** | 120 |
| ОРГАНИЗАЦИЯ ИГРОВОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ НАСТОЛЬНОГО ТЕНИСА<br>*Мифтахов Р. А., Шаяхметова З. Д.* | 120 |
| ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СФЕРЕ ИГРЫ «ВОЛЕЙБОЛ»<br>*Мифтахов Р. А. Валиева А. И.* | 122 |
| РАЗВИТИЕ ВОЛЕЙБОЛА В КАЗАНИ<br>*Смелкова Е. В., Прокаева А. Ю.* | 124 |
| ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА<br>*Смелкова А. С., Скокова А. С.* | 126 |
| БИЗНЕС В ОРГАНИЗАЦИИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА<br>*Мифтахов Р. А., Тимофеева А. А.* | 128 |
| ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СФЕРЕ ОКАЗАНИЯ ФИТНЕС-УСЛУГ<br>*Мифтахов Р. А., Шарапова Р. Р.* | 130 |
| ВОСТРЕБОВАННОСТЬ СПОРТИВНЫХ МАГАЗИНОВ «ДЕКАТЛОН» И «СПОРТМАСТЕР» В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН<br>*Шибакова Л.Ю., Уткина Н.А., Тарасова С.С.* | 132 |
| ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СПОРТА<br>*Илюшин О. В., Филлипов Д.С.* | 134 |
| ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ УСЛУГИ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА<br>*Ибрагимов И.Ф., Таланов К.А.* | 137 |
| ОСОБЕННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ СПОРТЕ<br>*Ивкина В. В., Свищева Е. С.* | 139 |
| СПОРТИВНЫЙ БИЗНЕС КАК ВИД ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ<br>*Калючева Г. Р., Гареева Г. А., Гайнутдинов А. А.* | 141 |
| ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ СЕКТОР В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И ТУРИЗМА<br>*Ибрагимов И. Ф., Газарян С. В.* | 143 |
| ИНТЕГРАЦИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И СПОРТА<br>*Баранова А. А., Власова А. В.* | 145 |
| СПОНСОРСТВО В СПОРТЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ<br>*Мисникова В. Ю., Андреев Н. М.* | 146 |
| ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СФЕРЕ ФИТНЕС УСЛУГ<br>*Петухов А. В., Ишмухаметова Л. Ф.* | 148 |
| **СЕКЦИЯ 4. РАЗВИТИЕ СЕРВИСА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ** | 149 |
| ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ДАГЕСТАН | 149 |

| | |
|---|---|
| *Алибеков Ш.И., Магомедова А.А.* | |
| ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ТРАНСПОРТНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ<br>*Асадуллин Э.З., Алексеев К.П.* | 153 |
| ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ СИСТЕМЫ АВТОСЕРВИСА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ<br>*Асадуллин Э.З., Исмунц А.Г.* | 155 |
| АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В РОССИИ<br>*Ахмадуллина Н.Н., Галимова Ч.Р., Гиматдинова Ф.В., Кулькова. В.Ю.* | 158 |
| НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РТ В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ ПО РАЗВИТИЮ СЕРВИСНЫХ УСЛУГ<br>*Биктимирова Х.С., Асадуллин Э.З.* | 161 |
| НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ СЕРВИСА ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ<br>*Биктимирова Х.С., Асадуллин Э.З.* | 163 |
| ОРГАНИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ СЛУЖБЫ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ СЕРВИСА ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ<br>*Биктимирова Х.С., Асадуллин Э.З.* | 167 |
| ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ<br>*Бойкова И.П., Сивуха К.Э.* | 171 |
| О НЕОБХОДИМОСТИ КОМПЛЕКСНОГО ПОДХОДА ПРИ ВНЕДРЕНИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА<br>*Вейбендер Т.Л., Важенина А.О.* | 174 |
| КАЧЕСТВЕННОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ И СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ ОБЩЕПИТА, КАК ФОРМУЛА УСПЕХА<br>*Вотякова Т.А.* | 176 |
| ВЛИЯНИЕ ГЕОГРАФИИ ТУКАЕВСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА НА РАЗВИТИЕ КООПЕРАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА И НАСЕЛЕНИЕ В РАЙОНЕ<br>*Гайсин Р.И., Гилазова К.Р.* | 179 |
| ЭКОЛОГО-ГЕОГРАФИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА КАК НРАВСТВЕННАЯ КУЛЬТУРА<br>*Гафурова В.В., Хаялеева А.Д.* | 182 |
| РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗВИТИЮ СЕРВИСА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ<br>*Зверев В.А., Давлетбаева Р.М.* | 184 |
| МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ СБАЛАНСИРОВАННОСТИ МНОГООТРАСЛЕВОЙ ЭКОНОМИКИ<br>*Закирова Т.С., Поташев А.В., Поташева Е.В.* | 185 |
| ПОПУЛЯЦИИ, КАК МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ ОБЪЕКТОВ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ<br>*Иванова А.А., Поташев А.В., Поташева Е.В.* | 187 |
| ФАКТОРЫ, ОКАЗЫВАЮЩИЕ ВЛИЯНИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ<br>*Козар Н.К., Козар А.Н., Москвитин Н.Г.* | 190 |
| КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ СЕРВИСА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ | 192 |

| | |
|---|---|
| *Любягина О.А.* | |
| СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КООПЕРАЦИИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ<br>*Мухамадеев И.М., Колесников Д.Н., Мухаметшина Ф.А.* | 195 |
| ИННОВАЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ<br>*Радаев А.В., Гайсин Р.И., Алексеев Д.И., Петрова А.А.* | 198 |
| РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН<br>*Сабатаева Б.О., Бекенова А.М.* | 199 |
| DEVELOPMENT OF INTERNAL TOURISM IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN IN MODERN CONDITIONS<br>*Sabatayeva B.O., Savetkanova G.S.* | 201 |
| КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД В ОБУЧЕНИИ ЭКОЛОГИИ<br>*Юсупова Р.Н., Гайсина Л.А., Мурзаева Г.В., Козаева Ф.Б., Щитковская Т.Р.* | 203 |
| НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КАЧЕСТВА УСЛУГ В РЕСТОРАНЕ «КОРОНА»<br>*Ирза Л.В., Андрианова Ю.Е., Шахнина И.З.* | 205 |
| **СЕКЦИЯ 5. КООПЕРАТИВНОЕ ДВИЖЕНИЕ: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ И ПРАВОВОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ** | 207 |
| ИЗМЕНЕНИЯ В ТАМОЖЕННОМ РЕГУЛИРОВАНИИ НА 2018 ГОД<br>*Воробьёва А.А., Короткова М.В.* | 207 |
| НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ СУЩНОСТИ ЦЕЛЕЙ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ<br>*Дадашев И.С.* | 208 |
| ОБНОВЛЕНИЕ ПРАВОВОЙ БАЗЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КООПЕРАЦИИ<br>*Евграфова К.Р.* | 210 |
| КОМПАРАТИВИСТСКИЙ АНАЛИЗ ПРИКАЗНОГО ПРОИЗВОДСТВА В ГРАЖДАНСКОМ ПРОЦЕССЕ РОССИИ И СТРАН СНГ<br>*Евдокименко О.М.* | 212 |
| О ПРОБЛЕМЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИКАЗНОГО ПРОИЗВОДСТВА В ГРАЖДАНСКОМ ПРОЦЕССЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ<br>*Евдокименко О.М.* | 214 |
| ОТНОШЕНИЕ ВЕДУЩИХ СТРАН ЕС К БРЕКСИТУ<br>*Жангабулова Ж.М.* | 216 |
| ТАМОЖЕННЫЙ КОДЕКС ЕАЭС: НОВЕЛЛЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТАМОЖЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ<br>*Загидуллина А.* | 218 |
| ВЫБОР ТАМОЖЕННОЙ ПРОЦЕДУРЫ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СУБЪЕКТАМИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ<br>*Закирова Т.С.* | 219 |
| ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН<br>*Ильясова З.Р., Бугубаева Р.О.* | 223 |
| ВНЕШНЕТОРГОВАЯ ПОЛИТИКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ<br>*Ишмухаметова Л.Ф.* | 230 |
| УПРАВЛЕНИЕ ТАМОЖЕННОЙ СИСТЕМОЙ В ПЕРИОД СТАНОВЛЕНИЯ СОВЕТСКОГО ГОСУДАРСТВА<br>*Ишмухаметова Л.Ф.* | 232 |
| ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРАВОНАРУШЕНИЙ В | 233 |

| | |
|---|---|
| ТАМОЖЕННОЙ СФЕРЕ<br>*Маланенкова М.П.* | |
| ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВОЗМЕЩЕНИЯ ВРЕДА, ПРИЧИНЕННОГО НЕНАДЛЕЖАЩИМ ОКАЗАНИЕМ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ<br>*Патрина В.Д.* | 234 |
| ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЕ ЭКСПОРТА<br>*Султанова Р.Р.* | 235 |
| НАСЛЕДОВАНИЕ ПО ЗАКОНУ: ПОНЯТИЕ, ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И ЕГО АКТУАЛЬНОСТЬ НА СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ<br>*Тихонова В.Ю.* | 236 |
| ПУТИ МИНИМИНИЗАЦИИ ТАМОЖЕННЫХ ПРАВОНАРУШЕНИЙ<br>*Улитина Е.А., Галимуллина А.Н.* | 237 |
| ПРАВОВОЙ СТАТУС ОРГАНИЗАЦИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ<br>*Шадрин С.А.* | 238 |
| ВВЕДЕНИЕ АДВОКАТСКОЙ МОНОПОЛИИ В ИНСТИТУТ ПРОЦЕССУАЛЬНОГО ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ. СРАВНИТЕЛЬНО ПРАВОВОЙ АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО И ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА<br>*Шелегова Е.А.* | 240 |
| **СЕКЦИЯ 6. КООПЕРАТИВНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИКЕ** | 242 |
| СПЕЦИФИКА КООПЕРИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ МОЛДОВА<br>*Кручереску К., Георгица М.* | 242 |
| ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА – КАТАЛИЗАТОР РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В РОССИИ<br>*Романова Т.Е.* | 244 |
| ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ КООПЕРАТИВОВ<br>*Дроздова М.И., Максудов Х.З.* | 246 |
| **СЕКЦИЯ 7. СОЛИДАРНАЯ ЭКОНОМИКА** | 248 |
| TRENDS AND CHALLENGES FOR THE OIL AND GAS INVESTMENTS IN THE WORLD<br>*Gimranova L.R., Abdikarimova A.T.* | 248 |
| ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА И ОЦЕНКИ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ<br>*Антонова А.В., Абрамская А.А.* | 251 |
| АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В РОССИИ<br>*Ахмадуллина Н.Н., Галимова Ч.Р., Гиматдинова Ф.В.* | 253 |
| ПОСЛЕДСТВИЯ ВСТУПЛЕНИЯ В ВТО: ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РОССИИ НА ПРИМЕРЕ ТОВАРНОЙ СТРУКТУРЫ ПО ОТРАСЛЯМ ЭКОНОМИКИ<br>*Салимзянов Н.Л., Антонова М.П.* | 256 |
| СРАВНЕНИЕ ТРУДОСБЕРЕГАЮЩЕГО И ЗЕМЛЕСБЕРЕГАЮЩЕГО СПОСОБОВ ПРОИЗВОДСТВА В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ<br>*Садыков Т.Ф.* | 257 |
| ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ<br>*Спиридонова Ю.А.* | 258 |
| СИСТЕМА ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ БАНКА | 259 |

| | |
|---|---|
| *Яруллина А.* | |
| РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГА НА МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН<br>*Асанова Т.А.* | 259 |
| АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ МАКРОСРЕДЫ РЫНКА МЯСА И МЯСОПРОДУКТОВ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН<br>*Асанова Т.А.* | 262 |
| ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В ОБЛАСТИ ЗАНЯТОСТИ<br>*Бакулина И.А., Бадретдинов Р.А.* | 264 |
| АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА НА КОСМЕТИЧЕСКИЕ КРЕМЫ<br>*Власова Е.Н., Гянис А.С.* | 266 |
| РАЗВИТИЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА В РЕСПУБЛИКЕ ДАГЕСТАН<br>*Гаджикеримова Э.А.* | 269 |
| ЭКОНОМИКО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ВАЛЮТНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА<br>*Гаджимагомедова А.А.* | 270 |
| КРЕДИТОВАНИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИИ<br>*Гараева Д.Ф.* | 273 |
| НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ СУЩНОСТИ ЦЕЛЕЙ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ В РФ<br>*Дадашев И.С.* | 275 |
| РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В ТАТАРСТАНЕ<br>*Иванова И.В.* | 277 |
| ПОНЯТИЕ И ТИПЫ КОБРЕНДИНГА<br>*Исаева Д.Н. , Шарафутдинова Н.С.* | 278 |
| РЕКЛАМНАЯ СТРАТЕГИЯ БРЕНДА – ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ<br>*Истаева А.А., Манап А.С.* | 280 |
| ЭКОНОМИКА СОВМЕСТНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ: ОБЩИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ<br>*Иштирякова Л.Х.* | 282 |
| ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ БЕЗРАБОТИЦЫ<br>*Камбулатов Ю.И.* | 283 |
| АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ В ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ<br>*Каюмова А.Ф.* | 285 |
| УРОВЕНЬ И КАЧЕСТВО ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ<br>*Магомедов А.Н.* | 286 |
| МЕТОД АНАЛИЗА ОБОРОТОВ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ПРЕДПРИЯТИЙ<br>*Магомедова З.М.* | 287 |
| МЕТОДОЛОГИЯ УЧЕТА АМОРТИЗАЦИИ ДОЛГОСРОЧНЫХ МАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН<br>*Мадиева К.С., Толпаков Ж.С.* | 290 |
| СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РЕШЕНИИ ОБЩЕСОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ<br>*Морева А.А.* | 292 |
| ОПЫТ РАЗВИТЫХ СТРАН ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И УСТОЙЧИВОСТИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЗЕРНА<br>*Разакова Д.И.* | 294 |
| СПЕЦИФИКА МЕЖДУНАРОДНОГО РАЗДЕЛЕНИЯ ТРУДА – СОВРЕМЕННЫЙ АСПЕКТ<br>*Хасанов А.Р., Макарова Д.Г.* | 296 |

| | |
|---|---|
| АНАЛИЗ РАСХОДОВ НА ОПЛАТУ ТРУДА ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ИХ РАЦИОНАЛЬНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ<br>*Хасанова Р.Р., Афанасьева А.С.* | 298 |
| ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ В СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИКЕ<br>*Савинова И.В., Идрисов И.Н.* | 300 |
| РАЗВИТИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ В СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИКЕ<br>*Масленкова Е.А., Николаев Р.Е.* | 301 |
| ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РОССИИ<br>*Шмырина А.А.* | 302 |
| ПОДБОР И ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ<br>*Биккулова Г.Р.* | 304 |
| ВНЕШНИЕ СВЯЗИ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ<br>*Вафина Д.А.* | 305 |
| ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ СТРАНЫ<br>*Галимуллина Г.И.* | 307 |
| ПРОБЛЕМА БЕЗРАБОТИЦЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ<br>*Селиверстова Ю.А.* | 309 |
| СТИЛЬ УПРАВЛЕНИЯ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ<br>*Тимескова Н.Н.* | 311 |
| ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ<br>*Ананьева Н.В.* | 312 |
| **СЕКЦИЯ 8. ВОПРОСЫ КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ ТОВАРОВ И УСЛУГ** | 314 |
| ИЗУЧЕНИЕ МОРФОЛОГИЧЕСКОГО СОСТАВА МИКРООРГАНИЗМОВ МОЛОЧНОКИСЛЫХ ПРОДУКТОВ<br>*Аблякулова С.Э., Нургалиева А.Р.* | 315 |
| БЕЗДРОЖЖЕВОЙ ХЛЕБ НА ХМЕЛЕВОЙ ЗАКВАСКЕ<br>*Ахмадиева Г.Ф., Биктагиров Б.* | 315 |
| ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ ПИТАНИЕ, КАК АЛЬТЕРНАТИВА МЕДИКАМЕНТОЗНОЙ ТЕРАПИИ<br>*Ахметзянова И.И., Каримова А.З.* | 316 |
| ПРОБЛЕМЫ СНИЖЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ, ПРЕДСТАВЛЕННЫХ НА СОВРЕМЕННОМ РЫНКЕ<br>*Ахметзянова И.И.* | 317 |
| ПОВЫШЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ПРОДУКЦИИ ПУТЕМ ПРИМЕНЕНИЯ РИСК –ОРИЕНТИРОВАННОГО ПОДХОДА ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ (НАДЗОРА) ЗА СОБЛЮДЕНИЕМ ТРЕБОВАНИЙ ТЕХНИЧЕСКИХ РЕГЛАМЕНТОВ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА<br>*Байхожаева Б.У., Жәйманова Ы.Т.* | 317 |
| ХЛЕБНЫЕ ТРАДИЦИИ СТРАН МИРА<br>*Байбатырова А., Сидорова П., Гайдай И.И.* | 320 |
| РАЗРАБОТКА РЕЦЕПТУР ТОМАТНЫХ СОУСОВ С ЗАДАННОЙ ВЯЗКОСТЬЮ<br>*Батталова А.Р., Степанова Г.С.* | 321 |
| ВОЗМОЖНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТИГРОВЫХ ОРЕХОВ ДЛЯ УВЕЛИЧЕНИЯ СРОКА ХРАНЕНИЯ МЯСНЫХ ПРОДУКТОВ | 322 |

| | |
|---|---|
| *Баюми А.А., Бобренева И.В.* | |
| САМООЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ»<br>*Бизилюк А.К., Дюдина О.В.* | 324 |
| РАСТИТЕЛЬНЫЕ ПОЛУФАБРИКАТЫ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ОБОГАЩЕННЫХ ЙОГУРТОВ<br>*Богрянцева И.Э., Палагина М.В., Понамарев В.В.* | 325 |
| ВЫЯВЛЕНИЕ ФАЛЬСИФИКАЦИИ ВИН ПО СОДЕРЖАНИЮ В НИХ МИНЕРАЛЬНЫХ ВЕЩЕСТВ<br>*Бурганова Г.А., Зорина И.Е., Гайфутдинова А.Ф.* | 327 |
| ИССЛЕДОВАНИЕ КАЧЕСТВА КОСМЕТИЧЕСКИХ КРЕМОВ<br>*Власова Е.Н., Воробьева Н.Н.* | 329 |
| ИССЛЕДОВАНИЕ СОДЕРЖАНИЯ НИТРАТОВ В ОВОЩНОЙ ПРОДУКЦИИ НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ<br>*Габелко С.В., Корпачева С.М., Госман Д.В.* | 331 |
| ФОРМИРОВАНИЕ КАЧЕСТВА И УЛУЧШЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ<br>*Гатауллина А.М., Залялиева В.З.* | 333 |
| СЫРНОЕ ПРОИЗВОДСТВО В ПЕРИОД ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО ЭМБАРГО<br>*Горелышева Д.В.* | 334 |
| ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ: ПИЩЕВАЯ ЦЕННОСТЬ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ<br>*Гумерова И.Р.* | 336 |
| СИСТЕМА ХАСПП И АНАЛИЗ ОПАСНЫХ ФАКТОРОВ НА ПТИЦЕФАБРИКЕ<br>*Димиева И.Н., Травина О.В.* | 336 |
| ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМЫ ХАСПП НА ПТИЦЕФАБРИКЕ<br>*Димиева И.Н., Травина О.В.* | 338 |
| ХРОМАТОГРАФИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КРЕПКИХ НАПИТКОВ ИЗ ЗЕРНОВОГО СЫРЬЯ<br>*Добрынин О.В, Герасимов М.К.* | 339 |
| ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ КАЗАХСТАНА<br>*Жамалова Д.Б.* | 341 |
| ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ, ПРЕДСТАВЛЕННЫХ НА СОВРЕМЕННОМ РЫНКЕ<br>*Ермакова К.В.* | 342 |
| ПРИМЕНЕНИЕ МЕХАНИЗМА САМООЦЕНКИ ДЛЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА В ОРГАНИЗАЦИИ<br>*Есенбаева Г.А., Карабаева А.Е.* | 343 |
| ТЕХНОЛОГИЯ ПРОИЗВОДСТВА ДИЕТИЧЕСКОГО, НАЦИОНАЛЬНОГО КОНДИТЕРСКОГО ИЗДЕЛИЯ «Жент»<br>*Есеева Г.К., Мадиева А.Б.* | 345 |
| ПРОБЛЕМЫ ОСВЕДОМЛЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ВОПРОСАХ КАЧЕСТВА ТОВАРОВ<br>*Журавлева Е.А.* | 348 |
| ТОВАРОВЕДНАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ТВЕРДЫХ СЫЧУЖНЫХ СЫРОВ ПРЕДСТАВЛЕННЫХ НА РЫНКЕ ГОРОДА ОМСКА<br>*Ивкова И.А., Мотовилова В.А., Прямушко О.В.* | 348 |
| ПРИГОТОВЛЕНИЕ ПИТАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ КУЛЬТИВИРОВАНИЯ БИФИДОБАКТЕРИЙ | 350 |

| | |
|---|---|
| *Комова Т.Н., Шиманская В.М., Уракова Е.В., Нургалиев Ф.М.* | |
| ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА: МЕТОДЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ<br>*Красикова И.Е.* | 352 |
| ФАКТОРЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ КАЧЕСТВО И БЕЗОПАСНОСТЬ ПРОДУКТОВ ВО ВРЕМЯ ХРАНЕНИЯ<br>*Латыпова Г.Д. , АбдуллинаЭ. И., ГабдукаеваЛ.З.* | 354 |
| ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ ТОВАРОВ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН<br>*Логинова О. А., Гимадиева А. А.* | 356 |
| СОВРЕМЕНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ<br>*Никитина Е.И.* | 359 |
| ВЛИЯНИЕ СОРТОВЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ ЯБЛОК НА КАЧЕСТВЕННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ СИДРА<br>*Охотникова Р.А.* | 359 |
| ПРОБЛЕМА ДОСТОВЕРНОСТИ ИНФОРМАЦИИ, ПРЕДОСТАВЛЕННОЙ ПОКУПАТЕЛЮ ПРОДАВЦОМ В ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАХ<br>*Пинчук Т.В., Щукина А.Н., Михалкина Ю.А.* | 360 |
| ОПРЕДЕЛЕНИЕ АНТИБИОТИКОЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ МИКРООРГАНИЗМОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ ИЗ КИСЛОМОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ<br>*Плеханова Е.П., Гузенко В.П., Стариков В.В., Нургалиев Ф.М., Магдеева Э.А.* | 362 |
| СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ<br>*Салихова Р.Р.* | 364 |
| ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЖЕНСКОЙ ОБУВИ, РЕАЛИЗУЕМОЙ В ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ (НА МАТЕРИАЛАХ ИП ЮСУПОВА Г.В.)<br>*Салихова Р.Р* | 367 |
| ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ<br>*Сайдашева В.А., Насырова Р.М.* | 369 |
| ПОДТВЕРЖДЕНИЕ СООТВЕТСТВИЯ КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ<br>*Сидорова П., Байбатырова А., Гайдай И.И.* | 372 |
| ВОПРОСЫ КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ МЯСА И МЯСНЫХ ПРОДУКТОВ<br>*Семенова А.Н., Габдукаева Л.З.* | 374 |
| СТАНДАРТИЗАЦИЯ КАК ОСНОВА КАЧЕСТВА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ<br>*Сыцко В.Е., Сташкевич В.В.* | 376 |
| К ВОПРОСУ КОНТРОЛЯ КАЧЕТСВА ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ<br>*Сыцко В.Е., Щавелева Е.Н.* | 378 |
| КИСЛОТНЫЙ СОСТАВ БЕЛОГО СУХОГО ВИНА «ШАРДОНЕ»<br>*Ханина А.Е., Докучаева И.С.* | 381 |
| РОЛЬ ЯБЛОЧНО-МОЛОЧНОКИСЛОГО БРОЖЕНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ КАЧЕСТВА СТОЛОВЫХ ВИН<br>*Ханина А.Е., Докучаева И.С.* | 383 |
| РАЗРАБОТКА ДОКУМЕНТАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ СМК И ЕЕ СЕРТИФИКАЦИЯ В СООТВЕСТВИИ СО СТАНДАРТОМ ИСО 9001-2015 НА ЛАИШЕВСКОМ МОЛОЧНОМ ЗАВОДЕ, ООО «ИСТОЧНИК ЗДОРОВЬЯ»<br>*Хамитова А.Р., Травина О.В.* | 385 |
| РАЗРАБОТКА КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ МОДЕЛИ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА В СООТВЕСТВИИ СО СТАНДАРТОМ ИСО 900-2015 НА | 387 |

| | |
|---|---|
| ЛАИШЕВСКОМ МОЛОЧНОМ ЗАВОДЕ, ООО « ИСТОЧНИК ЗДОРОВЬЯ».<br>*Хамитова А.Р., Травина О.В.* | |
| РОЛЬ МАРКИРОВКИ В ИДЕНТИФИКАЦИИ ТРИКОТАЖНЫХ ИЗДЕЛИЙ<br>*Цыбранкова Т.И., Тихоненко О.В.* | 389 |
| МЕТОДЫ ИЗМЕРЕНИЯ ВЯЗКОСТИ КЕТЧУПОВ<br>*Шагидуллина А.З., Степанова Г.С.* | 391 |
| PACKAGING CRITERIA AND TRANSPORT CONDITIONS OF ENAMEL PF-115 (ACCORDING TO GOST)<br>*Cernavca O.* | 391 |
| ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СВЯЗАНЫ С НАТУРАЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ (ECONOMIC AND ENVIRONMENTAL PROBLEMS ARE ASSOCIATED WITH NATURAL RESOURCES)<br>*Шаргу Л., Идричяну К.И.* | 396 |

## СЕКЦИЯ 1. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, ФИНАНСЫ И БИЗНЕС

# УЧЕТ ИЗДЕРЖЕК ОБРАЩЕНИЯ В ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

***Белокуренко Н.С.,***
старший преподаватель Алтайского государственного аграрного университета,
г. Барнаул

Издержки обращения – один из основных экономических показателей деятельности торгового предприятия. В торговле издержки обращения – финансовые затраты, связанные с доведением товаров от производителя до потребителя. Учет в потребительских обществах и кооперативах имеет свои специфические особенности.

Цель исследования - обобщение теоретических и разработка организационно-методических положений и практических рекомендаций по учету издержек обращения для решения прикладных задач, направленных на стабилизацию и повышение эффективности деятельности кооперативов.

В настоящее время следует различать потребительскую кооперацию как систему организаций потребительской кооперации Центросоюза РФ, созданных в целях удовлетворения материальных и иных потребностей их членов, и потребительскую кооперацию как часть сельскохозяйственной кооперации. Деятельность первой регламентируется Законом «О потребительской кооперации в Российской Федерации», второй – Законом «О сельскохозяйственной кооперации».

Одной из основных задач потребительских обществ является [1]: создание и развитие организаций торговли для обеспечения членов потребительских обществ товарами.

Таким образом, потребительская кооперация в составе Центросоюза РФ занимается в том числе и торговой деятельностью. Потребительские общества играть очень важную роль, это скорее не кооперативы, а работающие в сельской местности специфические торговые организации, выполняющие, в том числе социальные функции обеспечения товарами первой необходимости жителей отдаленных сел.

В составе сельскохозяйственных потребительских кооперативов в зависимости от вида их деятельности выделяют сбытовые (торговые) кооперативы.

Проведенные нами исследования позволили обозначить границы формирования и применения терминов «расходы», «затраты», «издержки» и определить их соотношение в учете.

Понятия «затраты» и «издержки» равны по своей сущности: издержки – это денежное выражение затрат ресурсов (природных, трудовых, материальных, информационных) для осуществления организацией своей деятельности [2]. В учете речь идет об издержках, когда имеют в виду суммовое выражение затрат. Автором предложено ограничить применение понятия «затраты» в промышленности и сельском хозяйстве, а понятие «издержки» - в торговле и сфере услуг.

В бухгалтерском учете в момент признания доходов часть затрат (издержек) может быть признана расходами. Расходы – это часть затрат (издержек), понесенных предприятием в связи с получением дохода. По мнению автора, часть издержек обращения признается расходами на продажу.

Информация об издержках обращения обобщается на счете 44 «Расходы на продажу». По дебету счета накапливаются суммы произведенных издержек, связанных с продажей товаров (работ, услуг), а по кредиту счета осуществляется их списание.

Исходя из правил нормативных документов по бухгалтерскому учету, розничные торговые предприятия имеют право самостоятельно решать вопрос о расчете издержек обращения на остаток товаров, указав на это в учетной политике.

Розничные торговые предприятия при частичном распределении издержек обращения учтенные в их составе расходы на транспортировку распределяют между проданным товаром и остатком товара на конец каждого месяца. Все другие издержки, учтенные на счете 44 «Расходы на продажу», относятся полностью на себестоимость продаж (в дебет счета 90 «Продажи», субсчета «Себестоимость продаж»).

Вместе с тем, согласно ПБУ 10/99 «Расходы организации» [3], все коммерческие расходы, под которыми понимаются расходы на продажу, могут полностью признаваться в себестоимости проданных товаров, т.е. по окончании месяца все издержки, собранные на счете 44 «Расходы на продажу», могут списываться на дебет счета 90 «Продажи», и в этом случае счет 44 «Расходы на продажу» не будет иметь сальдо на конец месяца.

В ходе проведенных исследований обнаружено несовершенство учета издержек обращения в торговых предприятиях потребительской кооперации. Это касается организации аналитического учета и системы регистров по учету издержек обращения. Анализируя недостатки в учете издержек обращения, автором предлагается следующее.

Организацию аналитического учета издержек обращения каждое предприятие выбирает самостоятельно. Это могут быть многографные карты или ведомости. Так, при мемориально-ордерной форме учета ведется Книга по счету № 44 «Издержки обращения» (ф. № К-22) в разрезе статей издержек, открываемая на год.

Целесообразно разукрупнить, детализировать статьи издержек обращения, отражаемые в Книге по счету № 44 «Издержки обращения» (ф. № К-22). Это позволит выявлять конкретные факторы, влияющие на издержки обращения. Для этого предлагается на каждый отчетный период (месяц) составлять «Лист-расшифровку по комплексным статьям издержек обращения» и прикладывать его к соответствующему отчетному периоду (месяцу) в Книге (ф. № К-22). Торговыми предприятиями (потребительскими обществами) составляется расшифровка прочих расходов в разрезе 18 статей (командировочные, канцелярские, почтовые, представительские расходы; расходы на ГСМ, на лицензирование; расходы на оплату консультационных, рекламно-информационных, медицинских услуг, услуг связи, и др.). По мнению автора раскрытию подлежат следующие статьи издержек обращения: «Расходы на аренду и содержание зданий, сооружений, помещений, оборудования, инвентаря и легкового автотранспорта» (10 статей); «Расходы на хранение, подработку, подсортировку и упаковку товаров» (8 статей); «Потери товаров и технологические отходы»; «Прочие расходы» (более 20 статей). Расширение номенклатуры издержек обращения дает возможность получать детальную информацию о формировании общей суммы издержек, что способствует более эффективному учету, контролю и анализу.

Необходимо организовать аналитический учет издержек обращения в разрезе торговых точек в целях выявления результатов работы каждой из них. В торговых предприятиях, где предусмотрена отчетность торговых точек, предлагается применять «Отчет по издержкам обращения» за отчетный месяц. Отчет включает статьи издержек обращения в соответствии с Книгой (ф. № К-22). Для комплексных статей предусмотрены свободные строки. Центральной бухгалтерией необходимо составлять отчет по общеторговым издержкам обращения, используя данную форму.

На основании Отчетов по всем торговым точкам и по общеторговым издержкам, собранным за месяц следует заполнять Книгу (ф. № К-22) в разрезе статей издержек обращения.

Также предлагается отражать в отчете по издержкам обращения не только стоимостные показатели, но и натуральные. При этом расшифровку в натуральном выражении можно представлять по следующим статьям: «Расходы по транспортировке товаров» (например, количество грузов, средний пробег, грузооборот); «Расходы на аренду и содержание зданий, сооружений, помещений, оборудования, инвентаря и легкового автотранспорта» (например, размер площади, в том числе арендуемой). Эти данные необходимы для проведения анализа и контроля за издержками. Натуральные

показатели представительских расходов и расходы на ремонт основных средств для целей анализа и контроля необходимо отслеживать в сметах данных расходов.

Предложенные организационно-методические подходы к формированию информации об издержках обращения в учете и учетных регистрах реализуют аналитическую функцию учета.

Список литературы

1. Закон РФ от 19.06.1992 № 3085-1 (ред. от 02.07.2013) «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» [Электронный ресурс] / URL: http://www.consultant.ru/

2. Большой экономический словарь [Электронный ресурс] / URL: http://big_economic_dictionary.academic.ru/

Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации». ПБУ 10/99. Утверждено приказом Министерства финансов Российской Федерации

## СТРАХОВЫЕ КОМПАНИИ Г. ТЮМЕНИ - АНАЛИЗ ПО ЦЕЛЕВЫМ КЛИЕНТСКИМ СЕГМЕНТАМ

***Березина Е.Ф.,***
преподаватель ЧПОУ ТОСПО «ТюмКЭУП», г. Тюмень

Понимание факта, что любой человек, любые предприятие или организация не свободны от столкновений со случайными негативными событиями, которые наносят значительные людские и имущественные потери. Поэтому осознание того, что эффективным способом защиты от таких последствий является страхование – это актуально и важно. Основной проблемой страхового рынка Российской Федерации является незаинтересованность граждан и юридических лиц в страховании. Для того чтобы осознать эти интересы, а также возможности страхования, необходимо понимать, что ничто в жизни не даётся без труда, поэтому все наше население должно быть финансово грамотным в области сферы страхования. Для повышения уровня финансовой и страховой грамотности населения был проведен анализ клиентов по целевым сегментам в страховании.

В виде аналитического примера будет способствовать анкета для физических лиц жителей города Тюмени. Анкетирование проходили люди в численности тридцати человек с разной возрастной категорией и разным образованием. Анкетирование прошли 30 человек. Из них 10 человек мужского пола и 20 человек женского пола. Так же была разная возрастная категория от 16 до 50 лет. Большинство людей были в возрасте от 28 до 37 лет. В анкетирование были заданы такие вопросы, как «Ваше образование?» и «Ваш социальный статус. Большинство страховых компаний предлагают страховые продукты такие, как добровольное медицинское страхование или страхование от несчастных случаев.

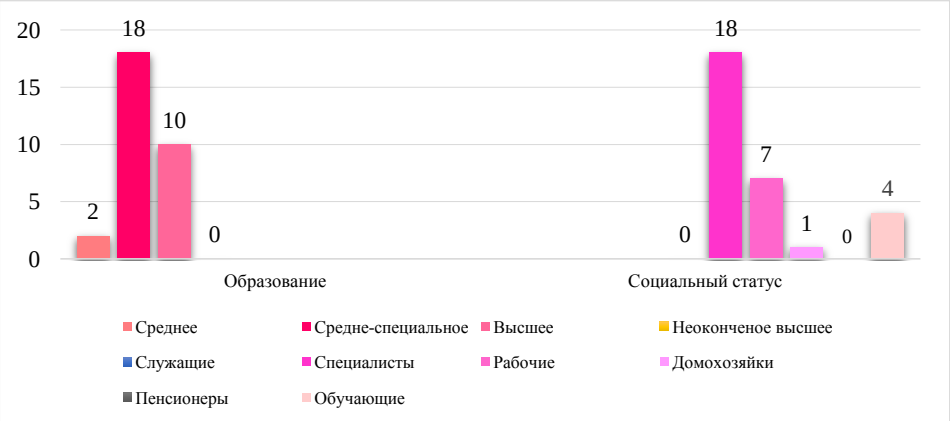


Рис.1 Анализ по образованию и социальному статусу опрашиваемых

Исходя из рисунка 1, можно сделать вывод, что большинство прошедших анкетирование со средним специальным образованием и состоят в статусе специалистов. Таким потенциальным клиентам можно предложить множество различных видов страхования: как имущественное страхование, добровольное медицинское страхование, автострахование, страхование от несчастных случаев и в настоящее время развивается такой вид страхования, как накопительное пенсионное страхование.

Для того, чтобы предложить клиенту, подходящий ему продукт, необходимо для специалиста знать его ежемесячный доход.

Исходя из рисунка 2 можно сделать вывод, что из количества опрашиваемых людей имеют средний ежемесячный доход.

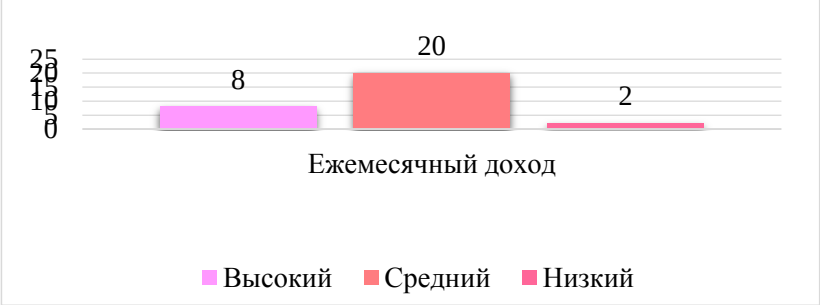



Рис. 2 Анализ ежемесячного дохода опрашиваемых

Так же необходимо знать, какой семейный статус имеет клиент для того, чтобы определить можно ли помимо основного страхового продукта предложить дополнительный страховой продукт.

Исходя из рис. 3 можно сделать вывод, что большинство опрашиваемых состоят в браке более 5 лет, соответственно, им можно предложить помимо основного продукта, какие-либо дополнительные страховые продукты. Дополнительными страховыми продуктами могут быть такие, как страхование от несчастных случаев, добровольное медицинское страхование, страхование грузов, автострахование или страхование жизни.

Для понимания грамотности в видах страховых продуктов, был задан вопрос для опрашиваемых о страховом портфеле компаний. Для того чтобы было страховому специалисту понятно, чем клиент интересуется и что желает получить в дальнейшем для своих благ.

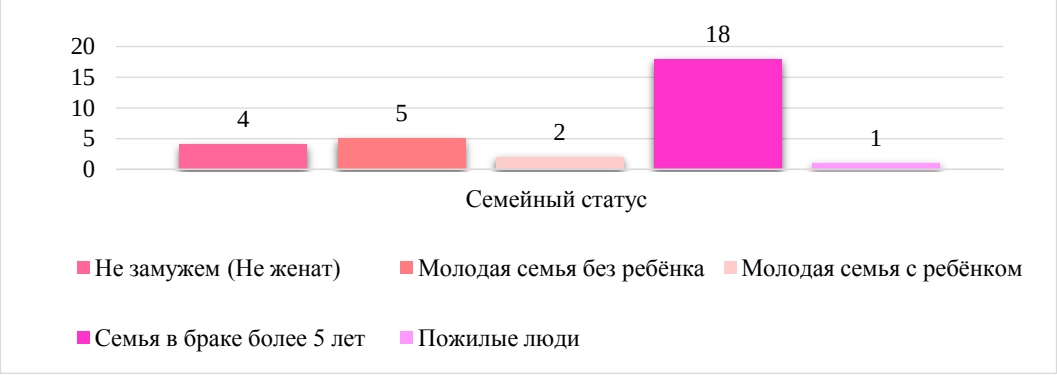



Рис. 3 Анализ по семейному статусу опрашиваемых

Исходя из рис. 4 можно сделать вывод, что из числа опрашиваемых, большинство заинтересованы в автострахование. По моему мнению, многие не знают все преимущества других страховых продуктов. Для того, чтобы росло число других страховых продуктов необходимы высококвалифицированные специалисты. Так же для личного интереса можно узнать какое мнение у числа опрашиваемых людей мнение о страховых компаниях.

Рис. 4 Анализ по страховому продукту для опрашиваемых

Исходя из рис. 5 видно, что большинство опрашиваемых людей пользуются розничным видом страхования и доверяют российской страховой компании.

Рис. 5 Анализ по виду страхования и страховой компании

Страхование в городе Тюмени ни чем не отличается от других городов, и начало его происходит «снизу» - как процесс построения отношений страхователя и страховщика. Качество оказания страховой услуги определяет выбор клиента страховой компании в заключении или пролонгации договора страхования. Таким образом, для повышения уровня доверия страхователей к страховщикам и к механизму страхования в целом необходимо к каждому клиенту необходимо подбирать и предлагать свои страховые продукты, так как у каждого свой ежемесячный доход, свои увлечения и свой социальный статус. Все эти характеристики позволят специалисту страхового дела подсказать, какой страховой продукт предложить клиенту, чтобы он не ушел в другую компанию, а остался именно у этого специалиста страхового дела своей страховой группы. Только при этом условии будет выполнена основная цель Стратегии - комплексное содействие развитию страховой отрасли, в частности превращению ее в стратегически значимый сектор экономики России.

## АНАЛИЗ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ

***Галимарданова Н.М.,***
доцент кафедры бухгалтерского учета и финансов, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Гимадиева Р.Р.,***
студентка, Казанский кооперативный институт, г.Казань

С распространением предпринимательства в РФ анализ финансовых результатов стал одним из значимых направлений в сфере бухгалтерского и управленческого учёта деятельности предприятия.

Чтоб эффективно управлять предприятием нужно знать, что и как и за счёт чего формируются финансовые ресурсы, а также какие факторы воздействуют на них. Одним из основных качественных показателей характеризующих финансовые результаты хозяйственной деятельности предприятий считается прибыль. Это разница между доходами фирмы и ее расходами[1].

В большой степени прибыль создаётся от реализации товаров и услуг, на которых специализируется предприятие.

Цель анализа предприятия заключается в выяснении причин, обусловивших изменение прибыли, определении резервов ее роста и подготовке управленческих решений по мобилизации выявленных резервов[2].

Главной целью предприятия является получение максимальной прибыли, что не может быть без эффективного управления капиталом.

В итоге можно сказать, что показатели прибыли являются важными в системе результативности и деловых качеств организации.

Анализ прибыли предприятия даёт возможность раскрыть огромное количество тенденций развития, призван указать руководящим лицам предприятия пути для дальнейшего успешного развития, помогает найти ошибки в хозяйственной деятельности, а также выявить резервы роста прибыли, что, в итоге, даёт возможность предприятию наиболее благополучно реализовывать свою деятельность.

Список литературы

1.Манин А.Е., Саитова Р.Г. Управление ликвидностью и платежеспособностью организации / А.Е. Манин, Р. Г .Саитова // Актуальные вопросы современного финансового менеджмента. Материалы Международной научно-практической конференции. Под редакцией И.Т. Насретдинова.- Казань.- 2014.- С. 68-69.

2.Яхина Л.Т., Миннигалеева В.З. Ряд особенностей учета финансовых результатов сельскохозяйственных организаций /Л.Т. Яхина, В.З. Миннигалеева // В сборнике: Инновационно-информационные решения в области интеграции сервиса, потребительской кооперации и агропромышленного комплекса сборник научных трудов второй международной научно-теоретической конференции. 2016. С. 25-28.

## НЕОБХОДИМОСТЬ РЕФОРМИРОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В РОССИИ

***Галимарданова Н.М.,***
доцент кафедры бухгалтерского учета и финансов, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Гиззатуллина А.Н.,***
студентка, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Реформирование бухгалтерского учета в России, связанное с приведением национальной системы учета в соответствие с требованиями рыночной экономики и международными стандартами финансовой отчетности (МСФО), потребовало уточнения действующих правил его ведения, в связи с чем, в России система бухгалтерского учета подвергается постоянным изменениям. Реформированием бухгалтерского учета в России называют процесс преобразований, который происходит в области бухгалтерского учета, а так же преобразование экономических реформ в Российской Федерации, включая изменения системы общественных отношений и гражданско-правовой среды.

В России программа реформирования отечественной системы бухгалтерского учета включает следующее: разработка положений (стандартов) по бухгалтерскому учету; пересмотр регистров, первичной учетной документации и плана счетов.

Согласно Постановлению Правительства РФ от 6 марта 1998 г. № 283 «Об утверждении программы реформирования бухгалтерского учета в соответствии с

международными стандартами финансовой отчетности» целью реформирования системы бухгалтерского учета является приведение отечественной системы бухгалтерского учета требованиям рыночной экономики и МСФО.

В настоящее время государство ставит следующие задачи реформирования: формирование отечественной системы стандартов учета и отчетности, необходимой для информирования пользователей, в первую очередь инвесторов; создание взаимосвязи реформирования отечественной системы бухгалтерского учета в России с основными тенденциями совершенствования стандартов на международном уровне; обеспечение методической помощью организаций в понимании и внедрении преобразованной модели бухгалтерского учета [1].

Направления реформирования российской системы бухгалтерского учета: модернизированные нормативного и правового регулирования; формирование нормативной базы (стандарты); разработка инструкций, методических указаний и комментарий к ним; организация международного сотрудничества. Одним из важнейших условий реформирования бухгалтерского учета в России является обеспечение эффективного контроля за внедрением бухгалтерских стандартов.

Список литературы

1.Миннигалеева В.З. Вопросы необходимости перехода на международные стандарты аудита / В.З. Миннигалеева // Научное обозрение. -2015.- №10 – 1.- С. 249. – 251.

## ФОРМИРОВАНИЕ ФАКТОРОВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА

***Ефанова Ю.В.,***
магистрант Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Краснодар

Конкурентоспособность современного торгового предприятия определяется с одной стороны факторами маркетинговой среды, а с другой стороны внутренними факторами, связанными с организацией своей рыночной деятельности. Выделим наиболее значимые факторы конкурентоспособности и опишем их дейсвие на примере сетевых торговых предприятий парфюмерно-косметического рынка.

Из факторов макромаркетинговой среды на функционирование предприятий данной сферы наибольшее воздействие оказывают социально-экономические факторы, связанные с динамикой денежных доходов населения, а также политические факторы, доставляющие трудности сетевым торговым предприятиям в поставках парфюмерно-косметической продукции из Европы в связи с выдвигаемыми санкциями.

В соответствии с таблицей 1 расходы потребителей на покупку товаров и услуг растут не такими быстрыми темпами, как их денежные доходы, и с учетом инфляции покупательная способность той суммы, которая выделяется на покупку парфюмерии и косметики неуклонно падает.

Таблица 1 - Динамика доходов населения и доля расходов на парфюмерно косметические товары в структуре расходов населения [4]

| Показатели | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|---|---|---|---|
| Среднемесячный доход, руб. | 25777 | 28788 | 31375 | 32672 |
| Потребительские расходы, руб. | 13706,7 | 14629,6 | 14712,7 | 16085,7 |
| Доля расходов на парфюмерно-косметические товары, % | 1,40 | 1,43 | 1,38 | 1,43 |
| Сумма среднемесячных расходов на парфюмерно-косметические | 191,9 | 209,2 | 203,0 | 230,0 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| товары, руб. | | | | |

Опираясь на статистические данные и потребительские настроения, в целях поддержания конкурентоспособности сетевые фирмы адаптируют структуру своего ассортимента под запросы потребителей, уделяя внимание частным недорогим торговым маркам, а также все активнее используя всевозможные инструменты снижения цены или стимулирования продаж.

Внутренние факторы конкурентоспособности связаны в первую очередь с комплексом маркетинга предприятия. Оценка маркетинговой активности организации позволяет определить наиболее важные экстенсивные и интенсивные факторы ее формирования, влияющие на размер экономического эффекта от активизации маркетинговой деятельности организации.

Одним из внутренних факторов формирования конкурентоспособности организации является конкурентоспособность товара, определяющая конкурентоспособность товарного портфеля в целом. Если один из продуктов оказывается неконкурентоспособным, конкурентоспособность организации в целом может быть обеспечена за счет других продуктов, составляющих товарный портфель организации.

Немаловажным фактором конкурентоспособности может явиться выбор предприятием сферы конкуренции, отличной от той, которую заняли конкуренты или объединение продукции смежных отраслей.

Так, торговая сеть «Иль де Ботэ» ранее дифференцировала свое предложение по ценовому сегменту «премиум» от своих ближайших конкурентов среднеценового сегмента «ЛЭтуаль» и «Рив Гош», однако в связи с неблагоприятными экономическими условиями вынуждена была сделать акцент на демократичной и недорогой марке SEPHORA.

Конкурентоспособность достигается исходя из того, как предприятие организует и выполняет отдельные виды деятельности. Посредством этой деятельности предприятия создают определенные ценности для покупателей. Предприятие получает конкурентное преимущество, разрабатывая новые способы выполнения деятельности, внедряя новые технологии.

В разных отраслях конкретные виды деятельности имеют разное значение для достижения конкуретного преимущества. Так, в сфере торговли косметикой и парфюмерией важное значение имеют программы лояльности и различные средства маркетинговых коммуникаций: стимулирование продаж (распродажи, подарочные карты, скидки по дисконтной программе лояльности), грамонтная работа консультантов в торговом зале, мобильный маркетинг, маркетинг в социальных сетях и т.д.

Компания «Иль дэ Ботэ», например, имеет свое мобильное приложение, размещает информацию на собственном сайте, делает информационные красочные рассылки своим клиентам при помощи программы Viber. Среди инструментов привлечения покупателей – розыгрыши билетов на зарубежные концерты, скидки 30-50% на определенные бренды в определенное время, «Черная пятница», школа визажа, вручение подарочных карт на 555 руб. при покупке от 2500 руб.

«Рив Гош» и «ЛЭтуаль» используют в основном информационные смс со ссылкой на сайт компании, снижение цен и частота распродаж практически аналогичны. Однако сеть «ЛЭтуаль» активно использует телевизионную рекламу и является организатором так называемой «Черной пятницы», а «Рив Гош» предоставляет информацию о текущих акциях в мобильном приложении «Едадил».

Таблица 2 - Сопоставление финансовых результатов деятельности сетевых торговых компаний парфюмерно-косметического рынка в относительсных величинах [5]

| | Иль де боте<br>АО «Иль де Ботэ» | Рив Гош<br>ООО «Аромалюкс» | ЛЭтуаль<br>ООО «Алькор и Ко» |
|---|---|---|---|
| Количество магазинов сети | 135 | более 200 | более 900 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Выручка 2016 года, тыс. руб. | 20 081 313 | 35 450 697 | 77 353 948 |
| Прирост выручки, % | 12,2 | 15,7 | 6,8 |
| Себестоимость продаж, % | 60,6 | 62,2 | 54,1 |
| Коммерческие расходы, % | 32,4 | 34,5 | 32,4 |
| Рентабельность продаж, % | 3,3 | 3,2 | 13,5 |
| Чистая прибыль | - 319 642 | 1 114 097 | 8 423 399 |

В соответсвии с таблицей 2 самым высоким конкурентным статусом из рассмотренных предприятий является сеть «ЛЭтуаль», организованная в форме ООО «Алькор и Ко». Именно это предприятие наиболее грамотно использует маркетинговые инструменты в своей деятельности: структура товарного ассортимента, ценовая политика и маркетинговые коммуникации фирмы четко таргетированы и высоко эффективны. Именно это торговая сеть парфюмерии и косметики продемонстрировала самые высокие суммы выручки и чистой прибыли, а также самый значительный показатель рентабельности продаж.

Отметим, что в то время, как расходы, связанные с продвижением предприятий и организацией продаж продукции сетовых предприятий, у всех конкурентов находятся на одном и том же уровне, сети «Рив Гош» удается обеспечивать более высокие суммы и темпы роста выручки. Однако деятельность компании «Рив Гош», представленной в России ООО «Аромалюкс», связана с самой высокой себестомсотью продаж и самой низкой рентабельностью. АО «Иль дэ Ботэ» в 2016 году зафиксировало чистый убыток, связанный с прочей деятельностью предприятия, хотя торговая деятельность приносит прибыль.

В целом максимальный учет факторов маркетинговой среды и тенденций в потребительских запросах позволяет предприятиям достойно выдерживать жесткую конкуренцию на рынке и оставаться конкурентоспособными.

Список литературы

1. Данилевская Е.Н., Абазян А.Г. Обзор методических подходов к содержанию мониторинга конкурентов как подфункции управления торгового предприятия // «Современный взгляд на будущее науки»: материалы IX Международной научно-практической конференции. – Казань: ООО «Аэтерна», 2017. С. 60-70.

2. Доходы населения РФ. Режим доступа: http://www.gks.ru

3. Дубинина М.А., Филимонова М.А. Развитие инновационных интернет-технологий в продвижении // Экономика устойчивого развития. – 2015. - №4. С. 64-73.

4. Структура потребительских расходов населения РФ на начало 2017г. Режим доступа: http://kanaev55.livejournal.com/802554.html.

5. Финансовая отчетность компаний АО «Иль де Ботэ», ООО «Аромалюкс», ООО «Алькор и Ко». Режим доступа: https://zachestnyibiznes.ru.

## ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИИ АУДИТОРСКИХ ФИРМ И ИНДИВИДУАЛЬНЫХ АУДИТОРОВ В ХОДЕ ВЫПОЛНЕНИЯ СВОИХ ОБЯЗАННОСТЕЙ

***Загидова А.Ш.,***
студентка Юридического колледжа Северо-Кавказского института ВГУЮ
(РПА Минюста России)

Указанный российский стандарт разработан на базе Международного стандарта аудита 240 "Ответственность аудитора по рассмотрению мошенничества и ошибок в ходе аудита финансовой отчетности". Как наблюдается в ПСАД N 13, при планировании, выполнении и отметке итогов аудиторских процедур, а также при подготовке аудиторского заключения аудитор обязан анализировать риск важнейших искажений финансовой отчетности, начинающихся в итоге недобросовестных действий.

ПСАД N 13 наряду с упомянутым Кодексом корпоративного поведения и Кодексом этики аудиторов России уже составляет часть правовой базы, нужной для профилактики и противодействия коррупции в РФ на стороне "предложения взяток". В связи с Указом Президента РФ в 2007 г. развитие соответственного правового поля продлится.

Понижению рисков возникновения коррупции и мошенничества в государственных и муниципальных органах и их подведомственных организациях содействуют хорошо организованные системы внутреннего контроля.

В соответствии с Руководством по Стандартам внутреннего контроля для общего сектора, изданным Интернациональной организацией высших органов финансового контроля (ИНТОСАИ) в 2004 г., внутренний контроль – это всеобъемлющий процесс, реализовываемый руководством и сотрудниками организации с целью обнаружения рисков и обеспечения рациональной твердости в том, что в ходе выполнения собственной миссии организация достигает следующих общественных целей:

- совершение упорядоченных, этичных, экономичных, результативных и эффективных операций;
- выполнение обязательств по предоставлению отчетных данных;
- соответствие деятельности используемым законодательным и регулирующим документам;
- защита ресурсов от потерь, злоупотреблений и повреждений.

Применение в организации значительных нравственных убеждений является одним из факторов, мешающих возникновению коррупции. Иметься в виду, что государственные и муниципальные служащие обязаны правдиво служить заинтересованностям общества и надлежащим образом распоряжаться порученными им финансовыми ресурсами. Граждане должны приобретать от страны услуги большого качества и в объеме, предусмотренном законодательством. Обеспечение соблюдения в организации нравственных взглядов является одной из задач системы внутреннего контроля.

Подразделение внутреннего аудита играет решающую роль как при обнаружении, так и при предотвращении фактов коррупции и жульничества в организации. Это самостоятельное, подчиняющееся напрямую руководителю подразделение в структуре организации, которое проявляет поддержку руководству путем рассмотрения, отметки и составления суждения о системе внутренней проверки и ее верности. Внутренний аудит - это функция и часть управленческой структуры организации.

Весьма часто неэффективное использование бюджетных средств напрямую объединено с фактами коррупции. Значительным элементом улучшения управления государственными финансовыми и вещественными ресурсами, профилактики возникновения коррупции является аудит эффективности. Он сконцентрирован на проблемах экономичности, результативности и эффективности бюджетных программ, занятия некоторых государственных органов и предприятий, проблемах управления. В конечном случае, скажем, могут анализироваться разнообразные проблемы, связанные с выполнением руководящими работниками своих долгов по стратегическому и иному планированию, осуществлению, проверке, отметке и принятию последующих мер.

Аудит эффективности, не подменяя и не упраздняя финансового аудита, разрешает приобрести более верную и глубокую информацию о конкретных итогах применения бюджетных средств. Поскольку финансовый аудит, или аудит правильности, в основном устремлен на отыскивание погрешностей, нарушений, отодвигание от законов и правил, контроль целевого применения бюджетных средств. В различие от финансового аудита, от

которого ждут конкретных результатов, аудит эффективности обширнее по собственному нраву и дает преимущественно потенциалов для истолкования и отметки. В данном случае аудитор имеет преимущественно свободы при определении предмета контроля.

Сегодня большинство федеральных органов исполнительной власти имеют планы по улучшению системы внутренней проверки и аудита. Тем не менее, пока у немногих из них выходит осуществить данные планы. Основания на то всевозможные, но одна из главных - нехватка квалифицированных кадров. Немаловажным условием для роста результативности систем внутреннего контроля и аудита в государственных органах и предприятиях является обучение, которое должно проводиться как среди знатоков в сфере финансового контроля и аудита, так и среди руководящего состава. В этой связи должны быть разработаны соответственные программы обучения, а также последовательность аттестации специалистов по государственному контролю и аудиту.

Наряду с этим, в касательстве с нехваткой среди государственных и муниципальных служащих квалифицированных кадров в области аудита понемногу начинает обсуждаться вопрос о потенциале привлечения самостоятельных экспертов-аудиторов или аудиторских компаний для экспертизы деятельности органов государственной власти и органов местного самоуправления.

По постановлению законодательного органа государственной власти субъекта РФ или представительного органа муниципального образования эту функцию могли бы осуществлять также самостоятельные аудиторские фирмы.

Задачи роста результативности управления государственными и муниципальными финансами делают нужным расширение функций независимой экспертизы в области расходования бюджетных средств путем подтверждения финансовой отчетности органов исполнительной власти с оборотом самостоятельного экспертного суждения сравнительно его достоверности, а также экспертизы систем внутреннего контроля и эффективности управления государственными и муниципальными финансами.

Нужно также разработать комплекс мер по обеспечению внедрения свободной экспертизы - определить полномочия независимых экспертов, разработать запросы к ним и процедуры отбора экспертов..."

Подводя результат сказанному, подметим, что проблемы коррупции, взяточничества в России сохраняют свою актуальность и представляют собой одну из наиболее обсуждаемых тем в нынешнем российском обществе. Взяточничество, по сути, обеспечивает близкую взаимосвязь между коррупцией внутри органов государственной власти и нарушениями в частном секторе.

Аудит является таким инструментом, который позволяет не только фиксировать факты коррупции, но и предупреждать их. Поэтому при разработке общегосударственной стратегии борьбы с коррупцией в РФ принципиальное значение имеют меры по увеличению аудита, как в частном, так и в государственном секторе. Значительную роль в сокращении предложения взяток должны сыграть прямо российские коммерческие компании.

Внедрение результативных систем финансового контроля и аудита послужит преградой для распространения взяточничества, увеличит степень осведомленности общества и работников компании о мерах по противодействию коррупции. Потребным условием преодоления коррупции в нашей стране является объективное информирование гражданского общества о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления.

В решении данной задачи существенное место отводится государственной и муниципальной проверке и аудиту, эффективную помощь которому могли бы оказать самостоятельные аудиторские компании и эксперты-аудиторы.

Оптимизация организационной структуры органов государственного и муниципального контроля и аудита, разработка единых стандартов проверки и аудита в государственном секторе с учетом наилучшей международной практики, улучшение

функций проверки не только в части регистрации, но и в части профилактики нарушений являются существенными аспектами результативной стратегии борьбы с коррупцией.

Подобает также отметить, что в рамках улучшения системы проверки и аудита, кроме прочего, должен быть разработан комплексный подход к подбору и расстановке соответствующих знатоков, их дальнейшей теоретической и практической профессиональной подготовке.

Увеличение роли контроля и аудита как со стороны "предложения взяток", так и со стороны "спроса на взятки" будет содействовать более результативному взаимодействию органов власти и общества и в конечном итоге проведению в РФ сбалансированной антикоррупционной политики. Более того, в аудиторской деятельности аудиторы и аудиторские организации должны соблюдать и нормы кодекса этики аудиторов. Кодекс профессиональной этики аудиторов – это совокупность этических норм по руководству поведения профессиональных аудиторов, где отражены важнейшие взгляды и правила, которые должны придерживаться профессиональными аудиторами для достижения общественных целей и задач. Он также включает отдельные рекомендации по практическому достижению целей и соблюдению фундаментальных убеждений в последовательности характерных ситуаций, наблюдающихся в аудиторской практике.

Список литературы

1. Международные стандарты аудита, введенные в действие на территории РФ приказами Минфина России от 24 октября 192н и от 9 ноября 2016 г.
2. Методические рекомендации по разработке и принятию организациями мер по предупреждению и противодействию коррупции, утвержденные Минтрудом России 8 ноября 2013 г.
3. Конвенция об уголовной ответственности за коррупцию от 27 января 1999 г.

## КОНЦЕПЦИЯ ДОСТОВЕРНОСТИ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЁТНОСТИ: МЕЖДУНАРОДНЫЙ И НАЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТЫ

***Калашникова Н. В.,***
студентка Молдавского государственного университета, г. Кишинёв

Информацию об эффективности деятельности любого предприятия предоставляет финансовая отчетность - система показателей, отражающих финансовое положение на отчетную дату и финансовые результаты деятельности за отчетный период предприятия, на базе которой как внешние, так и внутренние пользователи принимают экономически целесообразные решения, носящие зачастую стратегический характер. В этом контексте приобретает особое значение и бухгалтерский учет, призванный формировать эту отчетность и получивший название «язык бизнеса».

Сегодня признанным фактом является тот, что цель финансовой отчетности – это предоставление пользователям полезной информации, при принятии управленческих решений, а для этого она должна отвечать концепции достоверности, то есть давать пользователю уверенность в правильности суждения о том или ином событии, которая выражает определенную (достаточно высокую) степень знания. Следовательно, достоверность означает суждение о качестве раскрытия существующей действительности . Эта позиция в отношении финансовой отчетности четко закреплена в системе Международных Стандартах Финансовой отчетности (МСФО) [1].

В соответствии с системой МСФО основным условием соблюдения требования достоверности является смещение акцента с юридической трактовки на экономическую трактовку всех элементов финансовой отчетности и отсюда *базовый принцип приоритета содержания над формой, и концепция оценки по справедливой стоимости, и применение профессионального суждения бухгалтера и новая версия принципа осмотрительности – тестирование на предмет обесценения*. Раскроем действенность каждого из этих

принципов МСФО применительно к положениям Национальных Стандартов Бухгалтерского Учета Республики Молдова (НСБУ):

- *принцип приоритета экономического содержания над юридической формой*, согласно которому в отчетности необходимо отражать влияние экономического содержания события, а не правовой титул собственника**.** Следует отметить, что как в системе МСФО, так и НСБУ данный принцип четко соблюдается. Одним из примеров является порядок отражения в отчетности исполнения договора финансовой аренды: экономическая сущность этого договора заключается в том, что арендатор получает экономические выгоды от предоставленного ему права использовать актив, не являющегося его собственностью, на протяжении срока полезной эксплуатации в обмен на принятые обязательства уплатить за это право сумму, приблизительно равную справедливой стоимости актива и соответствующих затрат на финансирование [3].
- *соблюдение концепции справедливой стоимости* для оценки активов и обязательств. В системе МСФО переход на оценку по справедливой стоимости обозначен как основная тенденция, что проявляется в применении метода дисконтирования позволяющего учесть временную стоимость денег. Это связано с тем, что для инвесторов, которые являются пользователями отчетности по международным стандартам финансового учета, более важной и значимой является информация о текущей стоимости как отдельных активов и обязательств, так и компаний в целом. Одним из примеров в системе МСФО является порядок расчета обязательства при финансовом лизинге на базе дисконтирования минимальных арендных платежей, которое подразделяется на долгосрочное и текущее обязательство по аренде, и текущее обязательство по процентам, при этом действует разное налогообложение этих обязательств. В системе НСБУ процедура дисконтирования исключена с целью налогообложения, и оценка осуществляется на базе принципа номинальной стоимости денежных средств, что входит в противоречие между обозначенным принципом и принципом приоритета экономического содержания над формой, который предполагает применение экономической оценки.
- в продолжении выше обозначенной проблемы *отметим особое значение тестирования на обесценение долгосрочных активов* в системе МСФО, и которое рассматривается как новая версия принципа осмотрительности. В НСБУ отсутствует требование проведения тестирования долгосрочных активов на обесценение, в том порядке, которое изложено в МСФО 36 «Обесценение активов», и основанное на расчете ценности использования с учетом дисконтирования будущих денежных потоков, что в целом отвечает концепции оценки по справедливой стоимости. Тестирование активов на обесценение, предусмотренное МСФО 36, базируется на постулате, что балансовая стоимость активов не должна превышать будущие экономические выгоды, которые компания может получить от продажи или использования таких активов. В системе НСБУ отсутствует первый этап тестирования на обесценения, а именно сравнение ценности использования и справедливой стоимости за минусом затрат на продажу, что проведет к искажению информации в финансовой отчетности и снижению уровня ее достоверности (нарушается принцип достоверности информации), что, в свою очередь, может послужить причиной принятия необоснованных экономических решений. В этом контексте уместно подчеркнуть, что процедура дисконтирования является необходимым условием исполнения принципа экономической оценки, отсюда и широкое применение в системе МСФО процедуры дисконтирования для стоимостного измерения элементов финансовой отчетности, позволяющей учесть временную стоимость денег. Поскольку отчетность МСФО предназначена для инвесторов, вложения которых рассматриваются как некоторый инвестиционный проект, то применение дисконтирования является обязательным для удовлетворения их потребности в качественной финансовой информации. Как было уже подчеркнуто, в НСБУ дисконтирование не используется.

- *профессиональное суждение бухгалтера.* В системе МСФО роль профессионального суждения является определяющей во многих ситуациях, как например: оценка денежных потоков для расчета справедливой стоимости, ценности использования долгосрочных активов, выбор ставки дисконтирования для расчета приведенной стоимости в различных ситуациях, классификация договоров аренды, определения срока полезного использования, метода амортизации и др.

Важно подчеркнуть, что при превалирующем влиянии профессионального суждения допускается выбор любой формы отчётности, формирование формы отчётности под требования пользователей, в зависимости от характера деятельности организации. В отличие от МСФО в системе НСБУ основанием для записи в бухгалтерском учете является первичный документ [2], который имеет более высокую доказательную ценность, нежели профессиональное суждение бухгалтера, и каждая форма чётко закреплена законодательно, отступление от которой является нарушением. В этой ситуации, потребности таких пользователей как собственники (инвесторы и акционеры) не могут быть полностью удовлетворены, а соответственно, и принцип достоверности уже не будет соблюдаться, поскольку не будет учтено текущее финансовое положение организации на действующем рынке. Все это подтверждает тот факт, что в системе НСБУ юридическая форма при отражении операций в бухгалтерском учете преобладает над их экономической сущностью.

В рамках применения профессионального суждения бухгалтера в финансовой отчётности по МСФО отражению подлежат существенные статьи, а остальные могут составлять их компоненты. Например, в отчетности по МСФО нет необходимости отражать дебиторскую задолженность перед персоналом, если она не определяет принятие отношений в будущем, тогда как НСБУ требует чёткое разделение каждого вида дебиторской задолженности.

В заключение отметим, что это не единственные расхождения в принципах и подходах НСБУ и МСФО, которые следует изучать в дальнейшем. Возможно, такие различия связаны с тем, что информация, отражённая по НСБУ, направлена больше на таких пользователей как налоговые органы, чем на инвесторов, кредиторов и собственников.

Список литературы

1. Международные стандарты финансовой отчётности. [Электоронный ресурс]. - Режим доступа: http://mf.gov.md/ro/lex.

2. Национальные стандарты бухгалтерского учёта. [Электоронный ресурс]. - Режим доступа: http://mf.gov.md/ro/lex.

3. Голочалова И.Н. [Электоронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.ase.md/ro/facultatea/contabilitate/cercetare/conferinte-si-simpozioane.html

## БУХГАЛТЕРИЯ И РОБОТИЗАЦИЯ

***Кончаков О.В.,***
старший преподаватель кафедры бухгалтерского учета Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации, г. Гомель

Нарастание темпов научно-технического прогресса позволяет прогнозировать всё более широкое внедрение в бухгалтерский учет принципиально новых компьютерных технологий (AI-технологий и самоуправляемых роботизированных систем). При этом всё яснее проявляется тенденция к полному устранению из учета, а также из менеджмента в целом, человеческого фактора. В январе 2016 года Всемирный экономический форум (WEF) опубликовал отчет, где говорится, что к 2020 году новые технологии заменят 7,1 млн. человек — “белых воротничков”, занятых офисной и административной работой [1].

Нет никакой надежды на то, что всеобщая тенденция, наблюдаемая во всех сферах человеческой деятельности, — роботизация — вдруг обойдёт бухгалтерский учет. По данным рекрутинговых агентств к 2020 году потребность в таких сотрудниках, как кассиры, операционисты, делопроизводители и рядовые бухгалтеры, снизится примерно в три раза. Процесс уже идет: согласно данным Росстата, благодаря компьютеризации в финансовой сфере только за 2016 год было ликвидировано 174 тыс. рабочих мест, еще от 364 тыс. мест избавились торговля и бытовой сервис [5].

Таким образом, роботизированная или автоматическая форма учета [4, с.11] — это закономерное будущее нынешнего, уже основательно компьютеризированного и автоматизированного, учета.

Исследованием закономерностей перехода от ручного учёта к машинизированному в отечественной бухгалтерской практике начал заниматься ещё Гинодман Владимир Александрович, профессор Московского финансового института. В 1929 году вышла его книга "Машинизация учета". В дальнейшем вопросами механизации и автоматизации учета занимались такие известные учёные как Г.П. Евстигнеев, В.И. Исаков, В.С. Рожнов, В.И. Подольский, С.А. Харитонов, Д.В. Чистов, О.П. Ильина и другие. Не умаляя ценности работ названных авторов, следует заметить, что некоторые тенденции в развитии механизации и автоматизации учета остались не раскрытыми. Выявлению этих тенденций, особенно в условиях появления новых интеллектуальных технологий программирования, позволяющих реализовывать приёмы автоматического учета, посвящена настоящая статья.

Анализ опыта функционирования машинизированного учета позволяет определить автоматический (роботизированный) учёт, как деятельность по сбору, обработке, передаче, представлению экономических сведений, выполняемую машинами без участия человека.

Следует заметить, что развитие элементов автоматической формы учета идет не так, как развивалась автоматизированная форма бухгалтерского учета. Внедрение автоматизированных (т.е. человеко-машинных) систем учета опиралось и опирается на инициативу самих работников бухгалтерии. Часто только их энтузиазм спасает от провала проекты автоматизации учета. Автоматический (т.е. чисто машинный) учет по понятным причинам не рассчитывает на поддержку нынешних работников учета. Зачастую бухгалтерия просто принуждается к использованию определённых технологий (например, в РБ электронная отчетность внедрялась под давлением госорганов). Не редко внедрение элементов автоматического учета осуществляется незаметно для бухгалтерии (развитие интернет-банкинга и клиент-банковских систем).

К так или иначе, внедрённым элементам автоматического учета можно также отнести: интеллектуальные кассовые аппараты, электронное декларирование, облачную бухгалтерию. На более глубоком уровне элементы автоматического учета разрабатываются в рамках создания предприятий-автоматов, как часть их технологической (сенсорной) структуры.

Предприятие-автомат [2, с.339] — хозяйствующий субъект, осуществляющий свою деятельность без участия работников-людей, в том числе без бухгалтерских работников. Например, в Китае на заводе Cambridge Industries Group (Шанхай) проводятся работы по переходу от 70%-й автоматизации к 90%-й, а в перспективе планируется полностью заменить всех сотрудников роботами [7].

Пока полностью автоматических хозяйствующих субъектов, видимо, нет (хотя ничего гарантировать уже нельзя). Так, уже сейчас технические и программные средства позволяют создать полностью автоматическую систему — интернет-магазин, который будет сам находить и закупать в сети какие-нибудь электронные товары (например, программное обеспечение) и ими же торговать. Не будем делать совсем уж фантастических (пока) предположений, что такая система сама пройдёт государственную регистрацию, в качестве коммерческой организации, и сама встанет на налоговый учет.

Пусть это сделает человек — программист, разработавший систему. Его же будем считать собственником данной коммерческой организации.

Также этому человеку собственноручно придётся разместить своё детище на каком-либо сервере в сети Интернет, т.е. позаботиться о покупке хостинга. Но подобные ручные работы нужно будет произвести только один раз. В дальнейшем, автоматический интернет-магазин уже сам будет оплачивать хостинг, из своей электронной выручки. Теоретически, аналогичным образом, наш интернет-магазин смог бы рассчитываться и с государством по налогам, будь к тому готовы государственные структуры. Электронную отчетность он уже сейчас мог бы представлять без всяких проблем. Фактически наш интернет-магазин — робот, внутри которого включаются (или отключаются в нужный момент) определённые алгоритмы, в том числе бухгалтерские. Хотя на традиционный бухучёт они будут похожи мало. Учет полностью трансформируется машинной информационной технологией.

Те или иные экономические данные будут формироваться и использоваться не сообразно какой-то "методологии", а сообразно технологическому алгоритму функционирования хозяйствующего субъекта. Если люди не станут вмешиваться в работу экономики автоматических предприятий, то сами собой отомрут такие реликты учетной методологии как: документация, инвентаризация (материально ответственных лиц ведь не будет), баланс и отчетность, возможно — двойная запись. Основанные на них инструменты управления хозяйственной деятельностью и некому и незачем будет применять.

Однако фундаментальная основа бухгалтерского учета — моделирование фактов хозяйственной жизни — не исчезнет в экономике машин. А значит, не исчезнет и бухгалтерия. Машины ещё долго (если не всегда) будут отличаться ограниченной "сообразительностью", особенно сталкиваясь с чем-то новым. Экономика — слишком динамичная, непредсказуемая и беспорядочная ("аморфная", как назвал её Н.Винер [3, с.101]) сфера, где каждый день возникает что-то новое. Потому рядом с предприятием-автоматом всегда должен находиться человек-аналитик. И его задача, в первую очередь, будет состоять не в том, чтобы "выручать" конкретное предприятие-автомат в трудную минуту, а в том, чтобы формализовать новую экономическую ситуацию и заложить её модель во все действующие предприятия-автоматы. Уже сейчас многие бухгалтерские системы (например, 1С:Бухгалтерия) снабжаются специальными модулями позволяющими их модернизировать путём загрузки новой конфигурации извне [6].

Отражение и моделирование экономической действительности — суть работы бухгалтера, что в бухгалтерско-счетоводческой текучке как-то забывается.

Таким образом, только с переходом к автоматическим технологиям учета у бухгалтера наконец-то появится возможность по-настоящему заниматься своим делом.

Список литературы

1. Будущее рабочих мест. // Отчет Всемирного экономического форума (WEF), январь 2016 [Электронный ресурс] — Режим доступа : http: //www3.weforum.org/docs/WEF_FOJ_Executive_Summary_Jobs.pdf — Дата доступа: 26.11.2017.

2. Винер, Н. Я — математик: пер. с англ. / Н. Винер — М.: Наука, 1967. — 350 с.

3. Винер, Н. Творец и робот: пер. с англ. / Н. Винер — М.: Прогресс, 1966. — 103 с.

4. Кончаков, О.В. Компьютеризация бухгалтерского учета на производственных предприятиях : курс лекций / О. В. Кончаков. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2007. — 232 с.

5. Пахунов, К. Как умирают профессии. // Портал Эксперт-Online [Электронный ресурс] — Режим доступа : http: //expert.ru/expert/2017/46/kak-umirayut-professii — Дата доступа: 26.11.2017.

6. Смоленцева, Л. В. Моделирование управленческих ситуаций с помощью корпоративных информационных систем / Л. В. Смоленцева // Наука и образование:

проблемы и перспективы : Материалы Ежегодной научно-практической конференции с международным участием, посвященной 25-летию Университета управления «ТИСБИ» (Казань, 2 декабря 2016 г.) / Под ред. Н.М. Прусс, А.Н. Грязнова. – Казань: Университет управления «ТИСБИ», 2016. — С. 325-328.

7. Axe, D. This Shanghai Factory Plans to Replace All of Its Human Workers // MOTHERBOARD [Электронный ресурс] — Режим доступа: https: //motherboard.vice.com/en_us/article/534bqb/this-shanghai-factory-plans-to-replace-all-of-its-human-workers — Дата доступа: 26.11.2017.

## АНАЛИЗ ВНУТРИФИРМЕННОЙ ПОЛИТИКИ ОПЛАТЫ ТРУДА КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ АУДИТА СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ

***Лищук Е.Н.,***
кандидат экономических наук, доцент Сибирского университета потребительской кооперации, г. Новосибирск
***Жданова Е.В.,***
магистрант Сибирского университета потребительской кооперации, г. Новосибирск

*Данная публикация подготовлена в рамках исследования на тему: «Проблемы развития рынка труда в регионах Сибирского федерального округа», поддержанного грантом Правительства Новосибирской области молодым ученым в 2017 году.*

Построение эффективной политики оплаты труда – это постоянный поиск компромиссов между интересами работника и работодателя, который требует значительных усилий, является залогом успеха и процветания организации. Наилучших результатов достигают организации, которые в своей внутрифирменной политике успешно используют взаимосвязь между результатами работы каждого работника и его вознаграждением, а также умело увязывают общий результат с конкретным вкладом отдельного сотрудника. В этой связи считаем актуальным проведение анализа внутрифирменной политики организации.

В трудах зарубежных и отечественных ученых отражаются различные аспекты анализа внутрифирменной политики оплаты труда. Широкий спектр вопросов связанных с зарплатообразованием в зарубежных компаниях. Это нашло отражение в работах следующих авторов: М. Армстронг, Р.Беннет, Х. Грэхем, Р. Ноу, Э. Цандер, П. Чингос и др.

Исследованием экономического обоснования внутрифирменной политики оплаты труда и проблемами ее формирования занимались многие отечественные ученые, такие как: Л.П. Владимирова, Т.Н. Долинина, Л.Т. Сабирова, С.В. Савина, А.В. Тимофеев и другие авторов.

Однако, недостаточно проработанными вопросами внутрифирменной политики оплаты труда являются механизмы её формирования, оценки и управления.

Предложенные нами подходы анализа внутрифирменной политики оплаты труда апробированы на материалах образовательной организации ООО «ХХХ».

Начальным этапом анализа внутрифирменной политики оплаты труда является оценка факторов внешней и внутренней среды, которая осуществлена при помощи SWOT-анализа. Результаты данного анализа позволяют установить сильные и слабые стороны во внутренней среде, а также определить возможности и угрозы со стороны внешней среды (табл.1).

Таблица 1-Результаты SWOT-анализа политики оплаты труда ООО «ХХХ»

| н н я | Сильные стороны | Слабые стороны |
|---|---|---|

| | | |
|---|---|---|
| | - регулярная выплата заработной платы;<br>- минимальный оклад установлен на уровне прожиточного минимума;<br>- наличие квалифицированного персонала;<br>- обмен опытом;<br>- наличие необходимых внутренних локальных нормативных документов в области оплаты труда;<br>- наличие программы материального и морального поощрения;<br>- наличие взаимосвязи между нормой труда и нормой его оплаты;<br>- высокая эффективность труда;<br>- высокая эффективность управления;<br>- высокая заинтересованность сотрудников в развитии организации;<br>- заинтересованность персонала в карьерном росте. | - отсутствие периодической индексации окладов персонала;<br>- низкий уровень заработной платы в сравнении с аналогичными организациями;<br>- выполнение функций за пределами должностных обязанностей;<br>- возможное сокращение штата;<br>- отсутствие опыта молодых сотрудников. |
| Внешняя среда | Возможности | Угрозы |
| | - изменение законодательства в области труда;<br>- изменение норм труда; | - большое предложение на рыке труда квалифицированного персонала;<br>- текучесть персонала;<br>- более высокий уровень доходов у конкурентов; |

Далее следует оценить интересы работника и работодателя в вопросах оплаты труда с помощью социологических методов - интервью и анкетирование (табл. 2).

Таблица 2 -Основные интересы работника и работодателя в организации

| Интересы работодателя | Интересы работника |
|---|---|
| Соблюдение сторонами и их представителями трудового законодательства и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права | |
| Увеличение эффективности работы предприятия | Соответствие уровня квалификации, образования, опыта, вложенных усилий в работу, условиям, в которых выполняется работа уровню заработной платы |
| Повышение стимулирующего эффекта заработной платы | |
| Мотивация работников посредством других способов, не считая заработной платы | Превышение уровня роста заработной платы темпам роста инфляции |
| Сокращение уровня текучести | Соответствие уровня заработной платы за аналогичную работу уровню конкурентов |
| Сокращение расходов на оплату труда без ощутимых потерь кадров | Полнота и своевременность выплаты средств связанных с оплатой труда |
| | Осуществление законного права на отдых |
| | Нематериальное стимулирование |

Отметим, что с течением времени интересы работодателя и работника могут изменяться под влиянием различных факторов: вносимых поправок в законодательство в области оплаты труда, уровня заработной платы у конкурентов, инфляции и др. В этой связи необходим постоянный мониторинг в области оплаты труда как внутри организации, так и за ее пределами.

Следует учитывать, что действующие экономические законы также влияют на решения в области оплаты труда, а именно:

- закон стоимости;
- закон расширенного воспроизводства;
- закон убывающей отдачи;
- закон унификации;
- закон ритмичности;
- закон избыточности.

С учетом интересов работодателя и работника понимание данных законов может быть диаметрально противоположным, соответственно при принятии решений в области оплаты труда необходимо учитывать действия данных законов и находить компромиссы между работодателем и работником.

Формирование внутрифирменной политики оплаты труда зависит от стадии жизненного цикла организации (рис. 1).

Рис. 1 Стадии жизненного цикла организации

Каждая стадия развития имеет свои цели. На этапе интенсивного развития организации система вознаграждения тесно взаимосвязано с выполнением запланированных ключевых показателей эффективности, в ходе дальнейшего развития организации актуальным становится определение ценности должностей, а также внесение изменений в действующую систему вознаграждения персонала, что является значимым моментом при проведении анализа внутрифирменной политики оплаты труда.

Практическое использование предложенных рекомендаций по анализу внутрифирменной политики оплаты труда позволят организациям создать активную планомерную политику, которая способна не только удовлетворить интересы персонала в области оплаты труда, но и в целом, повысить эффективность ее работы.

Список литературы

1. Неклюдова, М.Ю. Особенности формирования эффективной политики оплаты труда/ М.Ю. Неклюдова // Российское предпринимательство.-2013.-Том 14.-№ 13.-С.68-77.

2. Болтенков, А.А. Факторная модель для определения размера оплаты труда/ А.А. Болтенков // Вестник Алтайского аграрного университета.-2011.-№6(80).-С.99-103.

## ОСОБЕННОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В СТАВРОПОЛЬСКОМ КРАЕ

***Мараховская Г. С.,***
кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента
***Шхагапсоев И. Р.,***
студент Северо-Кавказского федерального университета, г. Ставрополь

В современных экономических реалиях наиболее важным рычагом, регулирующим финансовые поступления в региональные бюджеты Российской Федерации, являются региональные налоги.

Региональными налогами называют налоги, которые устанавливаются Налоговым кодексом Российской Федерации (далее – НК РФ) и вводятся в действие законами субъектов Российской Федерации. Они являются общеобязательными к уплате на территории соответствующих субъектов Российской Федерации [1].

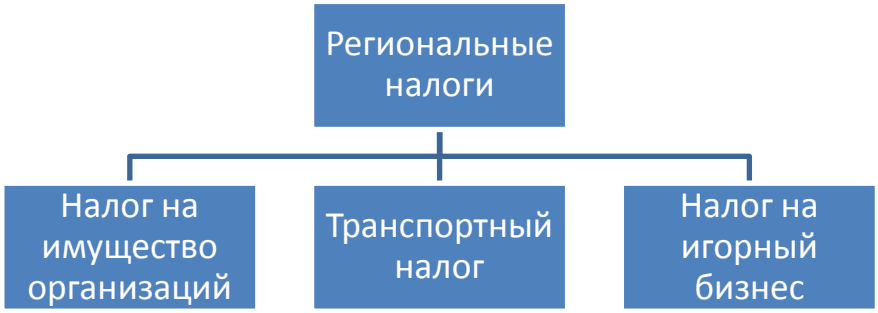



Рисунок 1- Виды региональных налогов в Российской Федерации.

На рисунке 1 представлены виды региональных налогов в Российской Федерации.

Подробно рассмотрим поступления региональных налогов в бюджет Ставропольского края по данным УФНС России по Ставропольскому краю за 2014-2016 гг. (таблица 1)

Таблица 1 – Структура поступлений региональных налогов в бюджет Ставропольского края по видам по материалам УФНС России по Ставропольскому краю

| Показатель | 2014г. млн. руб. | 2015г. млн. руб. | 2016г. млн. руб. | 2016г. в % к | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | 2014г. | 2015г. |
| Всего поступило, в т.ч. в %: | 7043,3 100% | 8102,2 100% | 8828,4 100% | 125,3 | 109 |
| Транспортный налог, в т.ч. в %: | 939,5 13,3% | 1490,1 18,3% | 1402,3 15,8% | 149,2 | 0,91 |
| Налог на имущество организаций, в т.ч. ы %: | 6107,7 86,7% | 6612,1 81,7% | 7412,1 84,2% | 121,3 | 113 |

За исследуемый период 2014-2016 гг. суммы поступивших региональных налогов в бюджет выросли больше чем на четверть, а именно на 25,3 %.

Важно отметить, что поступления с каждым годом увеличивались. Никаких колебаний не наблюдалось.

Так в 2014 году поступления по региональным налогам составили 7047,3 млн. руб., в 2015 году 8102,2 млн. руб., а в 2016 году 8828,4 млн. руб. [4]

Наибольшую долю в поступлениях среди региональных налогов имеет налог на имущество организаций (ежегодно более 80%), который имел тенденцию к уменьшению за исследуемый период на 2,5%.

В 2014 году поступило по данному налогу 6107,7 млн. руб., в 2015 году 6612,1 млн. руб., а в 2016 году поступления составили 7412,1 млн. руб.[3]

Вторым по поступлениям, среди региональных налогов является транспортный налог, выросший за исследуемый период почти наполовину. Его доли за исследуемый период колебалась в районе 15%.

Так, если в 2014 году в бюджет поступило 939,5 млн. руб., то в 2015 году 1409,1 млн. руб.

Помимо постоянных поступлений по налогам и сборам, ежегодно перед бюджетами всех уровней имеется задолженность.

Рассмотрим таблицу 2 и проанализируем задолженность по региональным налогам и сборам за период 2014-2016 гг.

По региональным налогам задолженность по налогам и сборам в сумме увеличилась более чем на 60%. Важно отметить, что в общей доле задолженности по налогам и сборам, задолженность по региональным налогам составляет ежегодно в среднем 35-40%, причем идет тенденция к увеличению доли.

Таблица 2 — Анализ задолженности по налогам и сборам, зачисляемым в консолидированный бюджет Ставропольского края, за 2014 - 2016 годы

| Виды платежей | Недоимка | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | по состоянию | | по состоянию на 01 января 2016 г. (млн. руб.) | изменение в 2016 г. по сравнению: | |
| | на 2014 г. (млн. руб.) | на 2015 г. (млн. руб.) | | с 2014г. (млн. руб.) | с 2015г. (млн. руб.) |
| Региональные налоги | 719 | 842 | 1147 | 428 | 305 |

Для ликвидации имеющихся недочетов регионального налогообложения необходимо выполнить следующее:

1) расширить полномочия налоговых органов власти субъектов, а также органов местного самоуправления;

2) сократить масштаб разделения поступлений по налогам и сборам между уровнями бюджетной системы Российской Федерации;

3) отказаться от практики централизации поступлений по региональным налогам в федеральный бюджет;

4) обеспечение уплаты налогов, поступающих в бюджеты субъектов Российской Федерации, по месту фактической деятельности организаций.

Данные предложения позволят увеличить бюджет, так как экономика в настоящее время не стабильна.

Если удастся снизить недоимки по региональным налогам хотя бы на 10%, это позволит увеличить доходы консолидированного бюджета Ставропольского края на 262,5 млн. рублей.

Однако существует противоречие данного предложения в силу увеличения налоговой нагрузки на физические лица.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (Части 1 и 2): Официальный текст. – М.: Издательство ЭЛИТ, 2016. – 792 с.

2. Федеральная налоговая служба. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nalog.ru/

3. Федеральная служба государственной статистики – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/

## О ПЕРСПЕКТИВАХ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА МИКРОПРЕДПРИЯТИЙ

***Миннигалеева В.З.,***
кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и финансов,
Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Ксенофонтова Т.С.,***
студентка, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Приобретение микропредприятиями нового институционального статуса ознаменовало дальнейший процесс дифференциации хозяйствующих субъектов в сфере малого предпринимательства и способствовало возникновению настоятельной потребности в разработке новых подходов к информационному обеспечению их системы

управления привел к усложнению порядка формирования бухгалтерской информации о рационально организованной системы бухгалтерского учета.

В настоящее время со стороны государства предпринимается ряд мер, направленных в значительной степени на упрощение действующих правил для данной категории хозяйствующих субъектов. Однако системный подход к формированию целостной системы бухгалтерского учета микробизнеса еще не сложился.

Так, например, кассовый метод признания доходов и расходов организаций, внедренный с целью сблизить бухгалтерский и налоговый учеты организаций, находящихся на упрощенной системе налогообложения, не обеспечил тождества данных двух видов учета, а также затратах.

Объекты бухгалтерского учета определены в Федеральном законе от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» [1]. Правила формирования в бухгалтерском учете и отчетности информации об объектах бухгалтерского учета содержатся в положениях по бухгалтерскому учету. Они, в свою очередь, рассчитаны на применение Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций [2], предполагающего ведение учета способом двойной записи.

Развитие системы бухгалтерского учета микробизнеса не должно происходить путем внедрения как можно большего количества невзаимосвязанных упрощающих норм.

Рационализация учетной деятельности микропредприятий должна опираться на определенные методологические решения, учитывающие уникальные особенности финансово-хозяйственной деятельности и учетной практики представителей микробизнеса. Поскольку микропредприятия особенно заинтересованы в снижении издержек на осуществление учетных функций, предлагаем при проектировании актуальной в современных условиях системы бухгалтерского учета микробизнеса ориентироваться на пользователей, не обладающих специальными профессиональными знаниями в сфере учета и отчетности, то есть на собственников и руководителей микробизнеса.

Федеральный учетный стандарт, адресованный микропредприятиям, должен включать в себя максимально упрощенные правила формирования информации обо всех типичных объектах бухгалтерского учета микробизнеса.

Это позволит систематизировать актуальные положения действующих нормативных документов в области учета и отчетности микропредприятий, а также адаптировать отдельные из них применительно к специфике микробизнеса.

Методика ведения бухгалтерского учета по простой системе, по нашему мнению, должна базироваться на системе кодов фактов хозяйственной жизни микропредприятий, представляющей собой своеобразный упрощенные аналог Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций [3].

Таким образом, если при ведении бухгалтерского учета способом двойной записи производится регистрация попарного изменения активов, обязательств, источников финансирования деятельности экономического субъекта, его доходов и расходов, то при ведении униграфической бухгалтерии предлагаем производить регистрацию фактов хозяйственной жизни. Показатели форм упрощенной бухгалтерской финансовой отчетности в таком случае рассчитываются с помощью формул, отражающих их зависимость от каждого типа фактов хозяйственной жизни.

Такая методика обеспечит формирование отчетности без дополнительных мероприятий по трансформации учетных данных, полученных способом простой записи, а также решит трудноразрешимую для неспециалистов в сфере учета проблему подбора правильной корреспонденции счетов, сделав доступным самостоятельное ведение бухгалтерского учета для всех без исключения руководителей микробизнеса.

Обозначенные в настоящей статье положения актуальной в современных условиях системы бухгалтерского учета микропредприятий служат цели снижения

административной нагрузки на микробизнес, возникающей в связи с обязанностью вести бухгалтерский учет и представлять бухгалтерскую финансовую отчетность.

Список литературы

1. Никифорова О.В. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» – основа для развития бухгалтерского учета в России / О.В. Никифорова// Актуальные вопросы экономических наук. -2012.- № 27.- С. 130-134.

2. Ахметзянова Э.И., Галимарданова Н.М. Проблемы налогообложения субъектов малого предпринимательства / Э.И. Ахметзянова, Н.М. Галимарданова // Направления совершенствования формирования учетно-аналитической информации в условиях решения современных проблем национальной экономики. Материалы Международной научно-практической конференции. Под редакцией Насретдинова И.Т. – Казань.- 2014.- С.10-11

3. Яхина Л.Т. Необходимость применения МСФО в Российской Федерации /Л.Т. Яхина// Научно-методический электронный журнал Концепт. 2017. Т. 31. С. 146-150.

## ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА ОРГАНИЗАЦИИ И ИХ ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ

***Миннигалеева В.З.,***
кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и финансов,
Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Зиятдинова Г.И.,***
студентка, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Главной целью любой организации является получение прибыли, поставленная цель достигается не только за счет наемной рабочей силы, оборота товарно-материальных ценностей, а главным образом, благодаря основным средствам, которые составляют главную часть материально-технической базы любой отрасли или организации.

Любая организация должна постоянно осуществлять контроль за наличием движением, эффективное использование основных средств[1]. Вся эта информация в совокупности позволит организации выявить пути и неиспользованные резервы повышения эффективности основных средств, а впоследствии своевременно выявить отклонения, которые в дальнейшем могут серьезно повлиять на деятельность организации.

Главной задачей контроля основных средств является заблаговременно, в ходе периодических плановых проверок, выявлять факты нарушения правил хранения, которые могут привести: к краже, недостаче, порче и другим потерям основных средств. Необходимо заблаговременное информирование руководителя предприятия для немедленного принятия мер по устранения упомянутых фактов.

Для эффективного проведения контроля основных средств требуется подобрать и укомплектовать инвентаризационные комиссии опытными специалистами, а именно по учету объектов основных средств (агрономами, инженерами, работниками бухгалтерской службы, представителями исполнительной власти).

Эффективность использования основных средств играет важное значение для развития деятельности предприятия:

– увеличивается экономический потенциал и возможности отрасли;

– повышается технический уровень деятельности;

– увеличиваются темпы роста производительности труда, улучшается качество услуг и других показателей.

Для решения задачи повышения эффективности использования основных средств и получения желаемых результатов в деятельности организации должны быть разработаны конкретные пути, направленные на улучшение использования основных

средств, практическое применение которых позволит использовать имеющиеся на предприятиях резервы повышения их эффективности, а также определить основные факторы, способствующие этому[2].

Направления повышения эффективности использования основных средств должны определяться существующим положением предприятия, обусловленным влиянием внешних и внутренних факторов среды его функционирования.

Повышение эффективности использования основных средств является важным резервом повышения эффективности деятельности самого предприятия, что способствует достижению наибольших результатов при соответствующем уровне развития.

Список литературы

1.Галимарданова Н.М. Инвентаризация и естественная убыль материально-производственных запасов / Н.М. Галимарданова // Ученые записки Казанской государственной академии ветеринарной медицины им. Н.Э. Баумана. -2012.- Т.211.- С.373-375.

2.Никифорова О.В. Выбытие основных средств: бухгалтерский и налоговый учет /О.В.Никифорова// Высшая школа. -2015.- № 11.- С. 10-11.

## ОСНОВЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ЗАТРАТ НА ПРОДАЖУ ПРОДУКЦИИ

***Миннигалеева В.З.,***
кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и финансов,
Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Яковлева А.,***
студентка, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Учет является одним из важнейших компонентов системы управления информацией торговых организаций. Его задача - работать с торговыми организациями, их имущественным статусом.

Учет затрат на продажу продукции ведется в соответствии с Федеральным Законом № 402 –ФЗ[2] и учетной политикой предприятия[3].

Кроме того, важной задачей бухгалтерского учета является организация контроля за использованием ресурсов предприятия, предотвращение отрицательных результатов экономической деятельности и выявление внутрихозяйственных резервов.

Расходы на продажу в торговле определяются планируемой организацией товарного обращения, что создает возможность развивать товарооборот с менее значительными текущими расходами. Доля торговли (затраты на дистрибуцию и торговая прибыль) в розничной цене весьма значительна

В расходах на торговлю расходы, связанные с подготовкой квалифицированного персонала, улучшением условий труда и защитой здоровья работников, становятся все более важными.

Расходы на продажи в торговле всегда выражались и будут выражать качество работы торговых организаций и предприятий. Относительное снижение себестоимости продукции наряду со снижением себестоимости продукции является экономическим условием снижения розничных цен, роста чистого торгового дохода, укрепления финансового состояния торговых организаций и предприятий[1].

Существуют объективные условия для рационального управления экономикой в национальном масштабе, устранения причин, порождающих расточительность материальных и трудовых ресурсов. Сокращение дополнительных расходов на оборот отражается в снижении себестоимости и стоимости товаров. В результате сокращения расходов на нетто-оборот, пропорции в первоначальном распределении продукта для

общества изменяются, доля продукта, направленного на восстановление такого рода расходов на распространение, уменьшается.

При организации счета на торговых предприятиях должна быть определена структура расходов, включенных в себестоимость услуг; Разработана учетная номенклатура статей расходов по продаже; Расходы на распределение между отчетными периодами, между оставшейся частью товаров и проданных товаров, а также места их происхождения указаны.

Не меньшее значение должно быть уделено правильной организации учета затрат на продажу и систем контроля на торговом предприятии.

Правильная организация учета затрат на продажу позволяет определить резервы для их сокращения. Бухгалтерский учет способствует строгому соблюдению бюджетной и финансовой дисциплины и режима экономики, внедрению и управлению домашними поселениями.

Список литературы

1.Маннапова Л.Р., Яхина Л.Т. Особенности формировании учетной политики в организациях /Л.Р. Маннапова, Л.Т. Яхина // В сборнике: Актуальные задачи управления качеством и конкурентоспособностью продукции в современных условиях материалы международной научно-практической конференции. Казанский кооперативный институт (филиал) АНО ОВО ЦС РФ «Российский университет кооперации»; Европейский университет Молдовы. 2016. С. 411-413.

2.Никифорова О.В. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» – основа для развития бухгалтерского учета в России / О.В. Никифорова// Актуальные вопросы экономических наук. -2012.- № 27.- С. 130-134.

3.Никифорова О.В., Макаров П.И. Учетная политика организации 2013/ О.В. Никифорова, П.И. Макаров// Ученые записки ИСГЗ.-2012. -№ 2 (10).- С. 79-85.

## ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕНЕЖНО – КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

***Мулюкова Р.Р.,***
кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и финансов,
Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Ибрагимова А.Р.,***
студентка, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Экономика любой страны — это сложный народно-хозяйственный комплекс, не все звенья и сектора которого развиваются равномерно и пропорционально. Это связано с тем, что потребности общества существенно изменяются с течением времени, и производство, естественно, стремится приспособиться к этим изменениям.

Политика денежно-кредитных отношений, показатели рынка ссудных капиталов и уровень процентных ставок и другое. Воздействие на состояние денежного обращения и кредита, ограничения роста денежной массы в обращении и ослаблении инфляционных процессов, заключается ее главной целью в регулировании экономики[1]. Контроль над инфляцией, поддержание стабильно низких темпов роста цен, способствует достижению более общих экономических целей, обеспечивающие устойчивые условия и сбалансированного экономического роста и поддержание финансовой устойчивости.

Взаимодействие между разными отраслями, секторами экономики обеспечивается за счет государственного регулирования, в первую очередь на основе перераспределения финансовых ресурсов, в результате чего создаются необходимые предпосылки для осуществления структурных сдвигов в экономике[3]. Расширенное воспроизводство предполагает непрерывное возобновление и расширение основных фондов производства,

рабочей силы[2], рост ВВП и национального дохода, что также связано с использованием товарно-денежных и финансово-кредитных отношений

Развитие финансовой и денежно - кредитной политики имеет важное значение для развития экономики страны. Государство во все времена в большей или меньшей степени оказывало воздействие на экономику и посредством этого на развитие общества в целом.

Список литературы

1.Мусташкина Д.А., Хаялеева Ч.С. Ханнанов М.М. «Финансовая помощь государства в развитии АПК России».// Italian Science Reeview 2015; 1 (22) С.18. РР18-19

2.Мусташкина Д.А., Аюпова В.К. Значимость развития кредитных кооперативов в финансировании сельскохозяйственного производства в России.Научное обозрение. 2016. № 24.

3. Никитина Т. К. Система показателей эффективности управления инновационной деятельностью // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 31

## РАЗВИТИЕ ФИНАНСОВОЙ И ДЕНЕЖНО - КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ ЦЕНТРОБАНКА

***Мусташкина Д.А.,***
кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и финансов,
Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Шипшова А.В.,***
студентка, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Развитие финансовой и денежно - кредитной политики имеет важное значение для развития экономики страны. Государство во все времена в большей или меньшей степени оказывало воздействие на экономику и посредством этого на развитие общества в целом

Неотъемлемой составной частью денежно-кредитной политики и всей финансовой политики является денежно-кредитное регулирование, благодаря которому государство получает возможность воздействовать на экономические процессы.

. Система развития социально-экономических процессов в современных условиях представляет собой достаточно сложный механизм, включающий множество компонентов, каждый из которых имеет определенное конкретное действие, направленное на достижение поставленных целей, и одновременно работающий как слаженная целостная система, выступающая инструментом реализации финансовой и денежно - кредитной политики.

Основными задачами предлагаемой денежно-кредитной политики является формирование благоприятных условий для роста инвестиций и производства, обеспечения устойчивого развития экономики в рамках соблюдения целевых ограничений по инфляции и курсу рубля. Это означает ориентацию на обеспечение комплекса финансовых и экономических показателей, но и процентных ставок, уровня валютного курса, волатильности валютного курса и др., которые в совокупности формируют благоприятные условия для расширения производства. Необходимым фактором также является рост уровня доверия рынка к регулятору, для чего необходимо четкое обозначение последним основных параметров и инструментов, которые регулятор будет формировать вследствие своих подходов.

Важной задачей является уменьшение зависимости денежно-кредитной политики от внешних факторов – таких как цены на нефть, внешние займы, доступ к внешним рынкам и др. Необходимо повысить устойчивость денежно-кредитной системы в условиях необходимости обеспечения макроэкономических эффектов России. Для этого необходимо повышение роли механизмов развития финансовых потоков на основе внутренних источников. Денежная база рубля должна формироваться, одним словом за

счет внутренних факторов, и не зависеть от внешнеэкономической конъюнктуры и динамики цен на энергоносители.

На основе вышеизложенного, можно представить денежно- кредитную политику и ее основные направления в макроэкономике России.

Осуществление денежно-кредитной политики Центробанка, определение целевого значения, изменения индекса потребительских цен. В качестве основной цели денежно-кредитной политики, деятельности Банком ставятся задачи снижения темпов прироста потребительских цен на ежемесячной основе, принятие решений связано с прогнозами инфляции и оценкой перспективных экономических ростов, а также динамики инфляционных ожиданий и особенности воздействуя на экономическую конъюнктуру, изменяя количество денег в обращении.

В анализ факторов необходимо включать, оценку рисков, со стороны совокупного спроса и предложения, со стороны денежного предложения, динамика которого определяет средне- и долгосрочную развитие инфляции.

На основе управления процентными ставками денежного рынка, денежно-кредитная политика проводиться с помощью инструментов предоставления и изъятия ликвидности. Пересматривая ставки Центробанк, по своим инструментам, регулирует денежно-кредитную политику, вызывая изменения краткосрочных рыночных ставок. Различные каналы трансмиссионного механизма изменяют влияние на средне- и долгосрочные процентные ставки, на уровень деловой активности и инфляционное давление в экономике.

В процессе реализации денежно-кредитной политики, процентная политика играет ключевую роль.

Центробанк страны, разрабатывает и реализует ее, действуя в русле проводимой правительством экономической политики. Предметами, регулирования являются денежная масса и связанные с ней параметры. Коммерческие банки и другие кредитно-финансовые учреждении выступают, главными субъектами денежно-кредитной политики. Центробанк влияет практически на каждое положение экономического субъекта, будь то государственное учреждение, фирма или домохозяйство.

От выбора инструментов денежно-кредитного регулирования зависит результативность монетарной политики. Выделяют различные их классификации. Которые разделяют на совместные**,** действующие на рынке ссудного капитала***, и*** селективные, предназначенные для регулировки конкретных форм кредита.

Список литературы

1.Мусташкина Д.А., Хаялеева Ч.С. Ханнанов М.М. «Финансовая помощь государства в развитии АПК России».// Italian Science Reeview 2015.

2. Устюжина О.Н., Мусташкина Д.А.Развитие малого и среднего предпринимательства в агропромышленном комплексе как ведущих сфер экономики Республики Татарстан. Научное обозрение. 2016. № 24.

3.Мулюкова Р.Р К вопросу о формировании социального капитала // Научное обозрение.- 2015.

## РАЗВИТИЕ КРЕДИТНОЙ КООПЕРАЦИИ В РОССИИ

***Мусташкина Д.А.,***
кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и финансов,
Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Шипшова В.В.,***
студентка, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Русский император Александр второй в 1865 году, отменивший крепостное право, утвердил устав первого в России ссудо-сберегательного товарищества, которое создали в

Костромской губернии, с. Рождественском, просветители и благотворители братья Святослав и Владимир Лугинины.

Согласно историческим данным ,кредитное кооперативное движение в России, столкнулось с определенными трудностями, одним из которых является экономической отсталостью в сельском хозяйстве, неодобрение царского правительства к земству. С каждым годом кредитная кооперация получало распространение на 1 июля 1913 года число кредитных кооперативов в России достигло 12225, в них ни много, ни мало на тот момент состояло 7649192 члена. По количеству кредитных кооперативов, Россию на то время опережала только Германия, по такому показателю как доля участников, в общей численности населения, отставала Россия от многих стран.

В середине первой половины 20 века при НЭПе в СССР кооперация получила своё дальнейшее развитие, основы которой главным образом основывались на дореволюционном опыте. В дальнейшем деятельность большинство негосударственных организаций, как и деятельность кредитных кооперативов в СССР к сожалению, была прекращена. Однако при предприятиях и учреждениях получили развитие кассы взаимопомощи, которые, являлись, по сути, кредитными кооперативами. В 1986 году в силу благоприятно сложившихся обстоятельств, в СССР был принят новый своевременный закон о потребительской кооперации. Повсеместно стали создаваться новые после распада Советского Союза 7 августа 2001 года вступил в действие новый закон «О кредитных потребительских кооперативах граждан».

В отличие от банковских услуг, деятельность кредитных кооперативов не лицензируется. Но в то же время они поднадзорны Банку России, который устанавливает порядок расчета финансовых нормативов, предусматривает дополнительные финансовые нормативы, порядок размещения средств резервного фонда и осуществляет другие контрольные полномочия в соответствии со ст. 5 Закона N 190-ФЗ.

Пайщикам кредитных кооперативов предоставляются льготы.[3с.10 ]

Членом кредитного кооператива может стать, тот, кому нужен заем с одной стороны и с другой стороны, тот, кто готов предоставить Процент по займу выше банковского, но ниже, чем предлагают микрофинансовые организации при получении быстрых кредитов. Есть и другая выгода — банки часто отказывают в кредитовании по той или иной причине. В кооперативе же заемные средства можно получит на основании хорошей репутации.

Одним из главных достоинств кредитных кооперативов это:

- возможность получать пассивный доход. При этом условия намного выгоднее банковских;

- реальный шанс финансировать собственные проекты, исключив бумажную волокиту;

- собрав единомышленников, желающих вложить средства под выгодный процент, можно получать доход от вложенного капитала и занимать деньги на развитие своего дела. В итоге улучшается финансовое состояние всех членов КПК;

- стать членом (пайщиком) кооператива очень легко.

Всего два несложных этапа: указать анкетные данные и сделать первоначальный взнос. Из обязательных документов необходимы лишь паспорт и ИНН.

Средства пайщиков страхуются, это обязательная процедура, обусловленная законодательством. Защита сбережений гарантируется страховыми компаниями. Каждый пайщик участвует в управлении кредитного кооператива, имеет возможность влиять на деятельность организации.

Прозрачность деятельности. Подобные кооперативы чаще всего организуются для того, чтоб финансировать конкретный бизнес, поэтому пайщикам известно, куда вложены деньги.

В деятельности кооператива есть определенные ограничения: запрет на торговлю и производство, выдача займов не членам кредитного кооператива.

Таким образом, чтобы кредитоваться в подобной организации, нужно быть членом кредитного кооператива и систематически оплачивать взносы.

Затраты на операции, не связанные с предоставлением займов членам кооператива, не должны составлять более 50 % от общей суммы, которую внесли его участники за год.

Распределение прибыли, заработанной кредитным кооперативом за год, проходит пропорционально внесенным взносам. Пайщик либо получает ее, либо включает в пай.

Кредитная кооперация необходима в целях большей эффективности усилий в отстаивании интересов фермеров, крестьянских подворий и сельскохозяйственных потребительских кооперативов, для каждого товаропроизводителя и отрасли в целом создания собственные денежные фонды, для удовлетворения их потребностей в кредите.

Список литературы

1. Мусташкина Д.А., Аюпова В.К.значимость развития кредитных кооперативов в финансировании сельскохозяйственного производства в России.

2. Никитина Т. К. Система показателей эффективности управления инновационной деятельностью // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017.

## ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ АГРОПРОМЫШЛЕННЫХ КОМПЛЕКСОВ

***Мусташкина Д.А.,***
кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и финансов,
Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Задворнова М.Н.,***
студентка, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Финансовая устойчивость считается ключевым компонентом устойчивости хозяйственной деятельности агропромышленных комплексов, поскольку взаимодействия всех составляющих системы финансовых отношений агропромышленных комплексов, складывается в процессе его операционной, инвестиций и финансовой деятельности. Большое значение связано с внедрением способов прогнозирования, более правильно отображающих становление экономического субъекта.

Агропромышленный комплекс должен обладать способностью противостоять внешним и внутренним негативным воздействиям, добиваясь реализации поставленных стратегических и тактических целей и задач.

Роль финансового прогнозирования в системе факторов обеспечения финансовой устойчивости хозяйствующего субъекта состоит в том, что на основе прогнозных оценок формулируются и принимаются аргументированные управленческие решения, касающиеся перспективного финансового становления предприятия[1]. Составленный предварительный прогноз системы финансовой устойчивости агропромышленных комплексов, несомненно, поможет улучшить экономическую политическому деятелю предприятий и тем самым обеспечивает повышение финансовой устойчивости агропромышленных комплексов.

Чтобы повысить эффективность деятельности агропромышленных комплексов, его управленческому аппарату следует выработать стратегию [2], которая обеспечивала бы повышение финансовой устойчивости и платежеспособности. Реализация стратегии будет зависеть от квалификации управляющих и эффективности системы управления финансами, направленных на то, чтобы получать балансовую прибыль и достигать такой уровень рентабельности производства, который позволял бы капитализировать часть прибыли.

Список литературы

1.Никитина Т. К.Экономическая эффективность применения средств защиты растений в Республике Татарстан // автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Российский аграрный заочный государственный университет. Балашиха 2000.

2.Мулюкова Р.Р К вопросу о формировании социального капитала // Научное обозрение.- 2015.

## АНАЛИЗ МАТЕРИАЛЬНЫХ ЗАТРАТ НА ПРЕДПРИЯТИИ

***Намаев Ф.Ж.,***
доцент кафедры бухгалтерского учета и финансов, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Хайруллина А.А.,***
студентка, Казанский кооперативный институт, г.Казань

В управленческом учете для организации производственного процесса большую роль играет анализ материальных затрат. Когда ведется анализ, можно выявить некоторые случаи не правильного и нецелеобразного использования материалов в производстве, на данных, которые будут получены в ходе анализа, будут приняты во внимание конкретные управленческие решения и меры, которые будут устранять отклонения от плана, что бы достичь положительных и высоких результатов[1].

При изучении факторов, которые влияют на общую сумму материальных затрат, можно выявить и составить анализ материальных затрат. Такими факторами, которые имеют влияние на сумму материальных затрат являются: объем производства продукции (VВП); средняя стоимость единицы материальных ресурсов (ЦМ); расход сырья и материалов на единицу продукции (УР).

Анализу материальных затрат приковано большое влияние из за того, что они занимают значительный удельный вес (до 40- 60% ) в себестоимости продукции. Анализ можно проводить следующим образом: на основании данных текущего года; в сравнении с предыдущим периодом; путем сравнения нормы расхода последнего периода с фактической нормой расхода.

Задачи анализа материальных затрат:1) выявление и измерение влияния отдельных групп факторов на отклонение затрат от плана или от уровня прошлого года; 2) выявление и измерение влияния результатов снижения материальных затрат[2].

От объема выпуска продукции, уровня и структуры материальных затрат в себестоимости отдельных изделий зависят материальные затраты.

Путем корректировки плановых материальны затрат на увеличение объема выпуски продукции можно понять, как изменяется материальные затраты за счет объема выпуска продукции. Сумма изменений материальных затрат можно определить за счет структурных сдвигов, то есть путем вычитания из плановых затрат, пересчитанных на фактический объем и структуру продукции, а так же затрат по плану и отклонений, который зависит от изменения объема выпуска продукции. Разницей между фактической суммой затрат и суммой затрат по плану, который пересчитывается на фактический выпуск и ассортимент продукции, можно понять, как изменяются материальные затраты за счет изменения их уровня себестоимости отдельных видов изделии.

Список литературы

1.Галимарданова Н.М. Инвентаризация и естественная убыль материально-производственных запасов / Н.М. Галимарданова // Ученые записки Казанской государственной академии ветеринарной медицины им. Н.Э. Баумана. -2012.- Т.211.- С.373-375.

2.Управленческий учет: Учеб. пособие / Под ред. В.М.Аньшина, А.А.Дагаева. – М.: Дело, 2008. – 528 с.

## ПРОБЛЕМЫ АВТОМАТИЗАЦИИ ПРОЦЕССА ФОРМИРОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЕТНОСТИ

***Наумова Е.А.,***
кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита Санкт-Петербургского государственного морского технического университета, г. Санкт-Петербург
***Тен К.Ю.,***
магистрант Санкт-Петербургского государственного морского технического университета, г. Санкт-Петербург

Закон "О бухгалтерском учете" устанавливает ответственность руководителя за организацию системы бухгалтерского учета на предприятии [1, статья 7]. Несмотря на то, что автоматизированный бухгалтерский учет сегодня является повседневной реальностью, далеко не всегда он организован эффективно. И если текущий учет хозяйственных операций как правило, автоматизирован на каждом предприятии, то степень автоматизации завершающей процедуры бухгалтерского учета - формирование бухгалтерской (финансово) отчетности - различна, от полной автоматизации до ручного составления форм отчетности. Анализу проблем автоматизации бухгалтерского учета и посвящена настоящая статья.

В настоящее время в мире существует более тысячи тиражируемых бухгалтерских пакетов различной мощности и стоимости, однако российские бухгалтеры и предприниматели предпочитают отечественные пакеты, как наиболее подходящие для условий российской экономики и быстрой смены законодательных актов, регулирующих порядок бухгалтерского учета.

Система «1С: Предприятие», разработанная фирмой "1С", на сегодняшний день является самым известным и продаваемым продуктом в России. Популярность этой программе обеспечили мощная реклама, развитая дилерская сеть, невысокая цена и грамотная маркетинговая стратегия. Основные возможности системы определяются схемой «проводка - главная книга - баланс».

Функционал данного программного обеспечения огромен, такая система способна облегчить учет во всех сферах работы предприятия, таких как: бухгалтерский и управленческий учет, маркетинг и менеджмент, торговля и склад, внутренний учет между менеджерами различных уровней. Однако, несмотря на огромный спектр возможностей автоматизированных информационных систем, организации, в большинстве случаев, автоматизируют только собственно бухгалтерский учет.

Бухгалтерская отчетность в программах «1С» составляется с помощью регламентированных отчетов. В отчетах предусмотрено автозаполнение показателей по данным бухгалтерского учета.

Практика сопровождения организаций, ведущих учет в программе «1С: Бухгалтерия» показывает, что при правильном заполнении всех необходимых реквизитов и последовательном выполнении регламентных операций в информационной базе, бухгалтерская (финансовая) отчетность формируется корректно. Однако если учет в программе ведется не по правилам, на которых базируются алгоритмы автозаполнения, то бухгалтерская отчетность может быть составлена некорректно. В этом случае, бухгалтеру перед формированием отчетности необходимо проанализировать состояние учета в программе и устранить ошибки. Для удобства это можно сделать с помощью отчета «Экспресс проверка ведения учета».

Также следует отметить, что методы проверки регламентированной отчетности в «1С: Бухгалтерия» соответствуют всем требованиям Федерального закона "О бухгалтерском учете" [1] и ПБУ 4/99 "Бухгалтерская отчетность организации" [2] . Поэтому при условии соблюдений всех рекомендаций и методических указаний бухгалтер может быть уверен, что бухгалтерская (финансовая) отчетность дает достоверное представление о финансовом положении организации на отчетную дату, финансовом результате ее деятельности и движении денежных средств за отчетный период, а также что на основании такой отчетности пользователи будут способны принять верные экономические решения.

Даже при качественно выполненной автоматизации, бухгалтер может столкнуться с ошибками при формировании отчетности, которые следуют из некорректного ведения учета в течение отчетного периода, такими как отсутствие аналитической информации по проводкам, дублирование объектов аналитического учета в справочниках, неполное или некорректное заполнение элементов учетной политики организации. Все это создает необходимость выполнения дополнительных (порой весьма трудоемких) бухгалтерских операций на стадии формирования отчетности.

На сегодняшний день организацию уровень автоматизации учета в бухгалтерских системах можно классифицировать следующим образом:

1. Ввод и учет первичных документов - все остальные операции ведут вручную (например в MS Excel);
2. Проведение регламентных операций (закрытие месяца, т.е. закрытие счетов и формирование финансового результата на конец месяца);
3. Формирование оборотно-сальдовой ведомости (ОСВ) в программе - далее отчетность формируется вручную;
4. Формирование бухгалтерской отчетности в программе с последующей выгрузкой в стороннее программное обеспечение (либо выгрузка в табличном виде в формате MS Ecxel/MS Word) для корректировки перед сдачей отчетности в контролирующие органы;
5. Формирование и сдача бухгалтерской отчетности через АИС (либо выгрузка в стороннее программное обеспечение для сдачи отчетности в контролирующие органы) без корректировок, т.е. формирование отчетности на основе введенных в программу первичных документов и учтенных хозяйственных операций.

Последний вариант использования АИС является идеальным, и далеко не каждая организация строит свой учет по такой схеме.

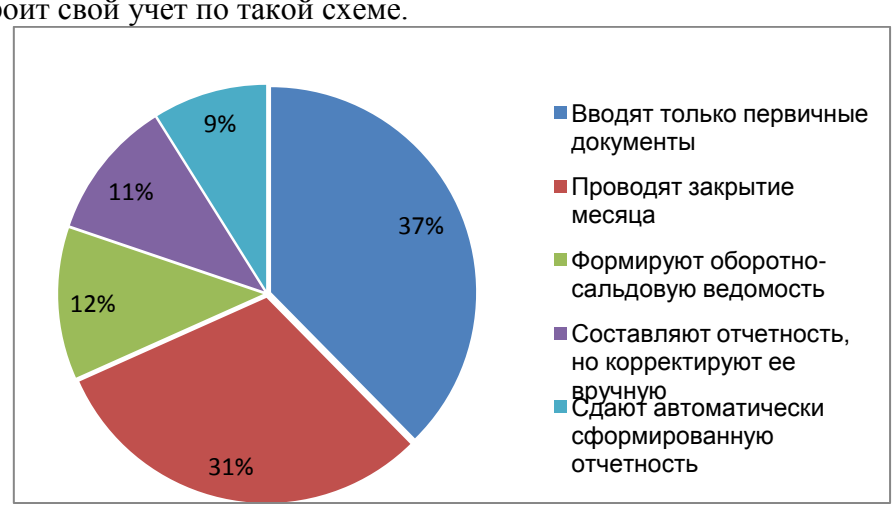



Рисунок 1 – Структура уровня автоматизации ведения учета и отчетности в РФ

На рис.1 можно увидеть, как на сегодняшний день выглядит ведение учета через АИС в России (количество предприятий представлено в %).

Судя по данной диаграмме, можно сделать вывод, что всего 9% из 100% российских предприятий ведут бухгалтерский учет в программе начиная от внесения первичных документов и заканчивая нажатием кнопки «сформировать отчет». Однако практика внедрения автоматизированных систем показывает, что все больше бухгалтеров и руководителей понимают необходимость перехода на автоматизированный учет, как с точки зрения повышения эффективности системы учета, так и с точки зрения необходимости представления достоверной отчетности внешним пользователям, принимающим важные управленческие решения.

Список литературы

1.Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 № 402-ФЗ;

2.Положение по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации", утв. Приказом Минфина РФ № 43н от 06.07.1999;

3.Брага В.В., Бубнова Н.Г. Автоматизированные информационные технологии в экономике/В.В. Брага, Н.Г. Бубнова//Компьютерные технологии – Москва: ЮНИТИ, 2016;

4.Осипов В.И., Шибилева О.В. Проблемы автоматизации учета / В. И. Осипов, О.В. Шибилева // Бухгалтерский учет-2015- №7- с.75-76

## НАЛОГОВЫЙ МОНИТОРИНГ - СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ БИЗНЕСА

***Наумова Е.А.,***

кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита Санкт-Петербургского государственного морского технического университета, г. Санкт-Петербург

***Горелова Ю.Н.,***

студентка Санкт-Петербургского государственного морского технического университета, г. Санкт-Петербург

Одним из инструментов совершенствования системы налогового контроля в Российской Федерации является институт налогового мониторинга. Первоначально он был введен в 2012 году в качестве эксперимента на примере нескольких крупных организаций (ОАО «ИнтерРАО ЕЭС», ОАО «РусГидро», ОАО «МТС», ОАО «Северсталь») и показал свою эффективность. С 1 января 2015 года вступил в силу соответствующий раздел Налогового Кодекса РФ [1, раздел V.2]. Современное состояние системы налогового мониторинга является предметом рассмотрения данной статьи.

Согласно Налоговому Кодексу [1, ст. 105.26, п.1] предметом налогового мониторинга является правильность исчисления, полнота и своевременность уплаты налогоплательщиком налогов и сборов. Причем контроль со стороны налоговых органов осуществляется в режиме реального времени, то есть в онлайн-режиме, посредством обеспечения налоговой службе доступа к первичным документам, бухгалтерским и налоговым регистрам, другой информации налогоплательщика, т.е. без традиционных выездных и камеральных проверок. Организация-налогоплательщик, в свою очередь, может своевременно исправлять допущенные ошибки, получив письменные рекомендации налоговой инспекции.

Согласно действующему порядку использование налогового мониторинга является добровольным. Организации должны подать соответствующее заявление до 01 июля года, предшествующего году проведения мониторинга. Срок проведения налогового мониторинга начинается с 1 января и оканчивается 1 октября следующего года. Право обратиться в инспекцию с соответствующим заявлением имеют организации, у которых одновременно выполняются следующие условия [1, ст. 105.26, п.3].

- совокупная сумма НДС, акцизов, налога на прибыль и налога на добычу полезных ископаемых, подлежащих уплате за год, предшествующий году подачи заявления, без учета налогов, уплаченных в связи с перемещением товаров через таможенную границу Таможенного союза, составляет не менее 300 млн. руб.;

- суммарный объем полученных доходов за предшествующий календарный год — не менее 3 млрд. руб.;

- совокупная стоимость активов на 31 декабря указанного года также не менее 3 млрд. руб.

В некоторых случаях проведение налогового мониторинга может быть прекращено. Это возможно, если, например, организация предоставляет в налоговые органы ложные сведения или пренебрегает обязательством направлять туда те или иные документы.

Закон предусматривает установление информационного взаимодействия между организацией-налогоплательщиком и налоговым органом посредством электронных коммуникаций. Регламент этого взаимодействия и формы необходимых документов утверждены в 2017 году приказом Федеральной налоговой службы [2]. Он включает в себя не только вопросы предоставления налоговому органу необходимых документов, но также порядок отражения организацией доходов, расходов и объектов налогообложения в регистрах бухгалтерского и налогового учета, а также информацию о системе внутреннего контроля организации.

При этом под системой внутреннего контроля за совершаемыми фактами хозяйственной жизни и правильностью исчисления и уплаты налогов понимается совокупность организационной структуры, методик и процедур, используемых организацией для эффективного ведения финансово-хозяйственной деятельности, выявления, исправления и предотвращения ошибок при исчислении налогов, сборов и страховых взносов, а также для своевременной подготовки бухгалтерской, налоговой и иной отчетности организации.

Состав предоставляемых организацией документов в налоговые органы достаточно обширен: это учетная политика организации для целей бухгалтерского и налогового учета; оборотно-сальдовые ведомости; регистры бухгалтерского учета, включая расширенные выписки по счетам с указанием наименования операции (документов), связанных с исчислением налогов, сборов и страховых взносов; аналитические регистры налогового учета; расшифровки показателей строк налоговых деклараций, финансовая отчетность.

Благодаря этому бизнес становится "прозрачен" для государства, что характеризует новый этап совершенствования механизма налогового контроля.

Дальнейшим этапом его развития является возможность разрешения споров и разногласий, связанных с порядком исчисления и уплатой налога, между налоговым органом и налогоплательщиком посредством мотивированного мнения. Если при проведении налогового мониторинга налоговым органом установлены факты налоговых нарушений со стороны налогоплательщика, то мотивированное мнение формируется по инициативе налогового органа. Если же у самого налогоплательщика имеются сомнения относительно правильности исчисления налогов по уже совершенной или только планируемой сделке, или другим фактам хозяйственной жизни организации, налогоплательщик обращается с соответствующим запросом к налоговому органу. В случае несогласия налогоплательщика с позицией налогового органа, последний инициирует проведение взаимосогласительной процедуры. По ее результатам налоговый орган уведомляет организацию об изменении мотивированного мнения, либо о том, что мотивированное мнение остается без изменения. По мнению юристов, такие возможности существенно сократят судебные разбирательства по налоговым спорам, сэкономив тем самым время и расходы как государства, так и налогоплательщика.

Количество организаций, применяющих налоговый мониторинг, пока не велико, однако постепенно возрастает. По данным налогового ведомства, в 2016 году из поданных заявлений на участие в налоговом мониторинге было одобрено шесть участников, в 2017 году - 14 участников [3].

В настоящее время, участниками налогового мониторинга являются, например, организации, осуществляющие деятельность в сфере:

- добычи нефти и производства нефтепродуктов (участники группы ПАО «Роснефть», ООО «Заполярнефть»);
- добычи природного газа (участники группы «Новатэк»);
- производства и торговли (ООО «Руссоль», ООО «Юнилевер Русь»);
- производства и передачи электрической энергии и тепловой энергии (ПАО «ИнтерРАО»);
- оказания услуг связи, вещания и телевидения (ПАО «Мегафон», ПАО «МТС»);
- осуществления финансовой деятельности (АО Банк «Национальный Клиринговый Центр», ООО «Эйч-эс-би-си Банк (РР)» и др.

Таким образом, налоговый мониторинг как принципиально новая форма взаимодействия налогоплательщиков и налоговых органов стал частью системы налогового контроля в РФ. Он включает в себя не только новые формы информационного взаимодействия между участниками налоговых отношений, но и новые процедуры по урегулированию возникающих противоречий в части правильности исчисления и уплаты налогов, сборов и страховых взносов. Его введение будет способствовать как повышению налоговой дисциплины организаций-налогоплательщиков, участвующих в налоговом мониторинге, снижению уровня налоговых рисков, так и повышению эффективности системы налогового контроля Российской Федерации в целом.

Список литературы

1) Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть 1. Федеральный закон РФ от 31.07.1998 № 146 - ФЗ;

2) Приказ ФНС России от 21.04.2017 № ММВ-7-15/323@ "Об утверждении форм документов, используемых при проведении налогового мониторинга, и требований к ним";

3) Электронный ресурс. Режим доступа: https://www.nalog.ru/rn77/news/activities_fts/6269176/

## ВОЗМОЖНОСТИ ВОЗДЕЙСТВИЯ ГОСУДАРСТВА НА СФЕРУ ФИНАНСОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

***Никитина Т.К.,***
кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и финансов,
Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Никифорова Т.Г.,***
студентка, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Для корректировки развития общественного производства в желаемом направлении применяется государственное финансовое регулирование. Система хозяйствования, существующий экономический строй формируют систему финансовых отношений, входящих в сферу регулирования государства и его органов.

Государство имеет возможность воздействовать на сферу финансовых отношений с помощью налоговой политики, регулирования финансового рынка, системы государственной поддержки. Помимо этого, свое воздействие на процесс воспроизводства государство осуществляет посредством финансирования отдельных предприятий и отраслей экономики, социальных мероприятий[2].

Сферой непосредственного государственного управления является лишь сфера государственных финансов, включающая те отношения, которые связаны с формированием части финансовых ресурсов, мобилизуемых государством в виде централизованных фондов денежных средств (бюджетных и внебюджетных), средств государственных предприятий. Государство, по сути дела, не управляет финансами, а воздействует через финансы на экономику в процессе реализации финансовой политики.

Развитие финансовой и денежно - кредитной политики имеет важное значение для развития экономики страны. Государство во все времена в большей или меньшей степени оказывало воздействие на экономику и посредством этого на развитие общества в целом.

Система развития социально-экономических процессов в современных условиях представляет собой достаточно сложный механизм, включающий множество компонентов, каждый из которых имеет определенное конкретное действие[1], направленное на достижение поставленных целей, и одновременно работающий как слаженная целостная система, выступающая инструментом реализации финансовой и денежно - кредитной политики.

Список литературы

1. Мулюкова Р.Р. Экономическая реализация собственности на рабочую силу / автореферат на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Казанский государственный технический университет им. А.Н. Туполева. Казань, 2005

2. Мусташкина Д.А. Ханнанов М.М. Развитие и поддержка малого бизнеса в сельском хозяйстве. // «Italian Science Reeview» ISSN: 2308-83X Issue №11 (32) November 2015

## ВНЕДРЕНИЕ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА В РОССИЙСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

***Никифорова О.В.,***
кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и финансов,
Казанский кооперативный институт, г.Казань
***ВоробьёваА.А.,***
студентка, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Развитие технологий не стоит на месте, а значит развиваются и бизнес-процессы. Так, постепенно различные компании, в том числе и государственные структуры, переходят от бумажного документооборота к электронному. Ни одна фирма сегодня не может существовать без работы в интернете это обусловлено тем ,что только так можно обеспечить качественную прямую и обратную связь: схема очевидна, всё, что можно оцифровать в этом контексте – подлежит оцифровке [1].

К главным плюсам электронного документооборота можно отнести:

структурированное, систематизированное и централизованное хранение документов в электронном архиве; сокращение затрат на печать, почтовую пересылку и хранение бумажных счетов-фактур[3]; дуальный подход к процедурам формирования и обработки документа;

При введении данной системы на крупных предприятиях необходимо определить, дает ли система возможность эффективного администрирования, обработки крупных объемов информации, интеграции с автоматизированными системами управления производством, масштабируемости, алгоритмичного внедрения, учета ГЕО распределенности, сложной организационной структуры т. д.[2]

К минусам электронного документооборота можно отнести:

— необходимость тщательной работы по обучению пользователей и прививание им навыков работы с системой электронного документооборота;

— недоверие пользователей к самой идее перехода на электронный документооборот.

Список литературы

1. Бушуева Е. Электронный документооборот в России: история и современное состояние дел // "Кадровик. Кадровое делопроизводство". -- 2012. - № 5.

2. Кабашов, С. Ю. Электронное правительство. Электронный документооборот : термины и определения : учеб. пособие / С. Ю. Кабашов. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 319 с.

3.Никифорова О.В. Первичные документы - основа бухгалтерского учета/О.В.Никифорова// Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. -2015.- № 33.- С. 119-123.

## ОНЛАЙН КАССЫ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ НОВОВВЕДЕНИЯ

***Никифорова О.В.,***
кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и финансов,
Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Кабиров А.В.,***
студент, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Бухгалтерский учет ведется в соответствии с Законом № 402-ФЗ « О бухгалтерском учете»[3].

15 июля 2016 года начал действовать закон об онлайн-кассах [1], который обязывает розничных продавцов применять онлайн-кассы при расчетах с покупателями. Закон перешел из категории законопроектов в состав действующих законов, и затронет практически весь бизнес – как крупный, так и малый. Главный смысл работы новых онлайн-касс заключается в том, что данные по пробитым чекам будет передаваться на сервер ИФНС.

Заметим, что некоторые организации и ИП уже протестировали онлайн кассы в рамках пилотного проекта в период с 1 августа 2014 года по 1 февраля 2015 года в четырех регионах РФ: Москве, Московской и Калужской областях и Татарстане, и налоговики сочли его эффективным. Кроме того, аналогичный опыт есть и в других странах удачным и посчитали, что внедрение онлайн-касс для магазинов по всей стране позволит вывести из тени продажи, которые продавцами никак не фиксируются и, как следствие, бюджет недополучает налоги.

Онлайн-кассы станут обязательными уже с 1 февраля 2017 года для некоторых категорий предпринимателей. Покупать новую кассу необязательно - ряд моделей старых касс можно модернизировать, установив новое программное обеспечение и фискальный накопитель. Зарегистрировать такую кассу можно в режиме онлайн без личного визита в налоговые органы.

Как выглядит мобильная онлайн-касса:

- Небольшая касса, которую можно носить с собой. Интернет подключается с помощью сим-карты.
- Подходит для микро-бизнеса, услуг, курьеров и предпринимателей, которые торгуют с машин.
- Подключается она к планшету или телефону.

Как выглядит стационарная онлайн-касса:

- Есть кассы, которые подходят для малого бизнеса — имеют минимум функций и медленно печатают чеки.
- Модели для среднего и большого бизнеса быстро печатают чеки и имеют расширенные функции.
- Подключается к компьютеру или терминалу.

Как работает онлайн –касса:

Каждая касса регистрируется в Фендеральной налоговой службе.

- Касса подключается к интернету через wi-fi, сим-карту, флешку-модем или провод.
- Когда открывается смена, ККТ отправляет отчет оператору.
- Во время оплаты каждый чек отправляется ОФД.
- Касса принимает подтверждение от ОФД о том, что чек пришел. Если нет интернета или данные не дошли до оператора, касса уведомляет об этом кассира и пытается отправить чек снова.
- Если покупатель предоставил номер телефона или адрес электронной почты, ККТ отправляет ему электронный чек: ссылку по SMS или на e-mail, в другом случае выдается обычный печатный чек.
- Когда закрывается смена, касса печатает отчет. В отчете можно увидеть сколько отправлено чеков, сколько документов не дошло до ОФД, и все ли в порядке с соединением. Электронная копия отчета тоже отправляется оператору фискальных данных.

Применение новой ККТ позволит снизить количество проверок налоговыми органами за счёт автоматизированного риск-анализа. Таким образом, участники рынка, которые платят налоги в полном объёме, окажутся в заведомо выигрышной ситуации – инициатива ФНС России и Минфина России создаёт предпосылки для создания здоровой конкурентной среды. Принятые изменения направлены на повышение ответственности предпринимателей рынка товаров и услуг, а также на снижение административной нагрузки и непроизводственных расходов бизнеса.

Каждая продажа будет фиксироваться так: как только продавец пробьет чек, онлайн-касса сформирует фискальный признак и отправит его на проверку оператору фискальных данных. Эту информацию оператор сохранит, а обратно продавцу передаст уникальный номер чека. Скорее всего, на это будет уходить не более 1,5 секунды. Без передачи данных оператору фискальных данных сформировать чек с номером будет попросту невозможно. Также оператор фискальных данных передаст информацию о совершенной продаже в ИФНС.

При этом продавец будет обязан пересылать электронный чек покупателю на его электронную почту или смартфон (по номеру телефона), если покупатель предоставит такие данные. Кроме этого, по требованию покупателя, продавец будет обязан выдавать бумажный чек с QR кодом. Получив чек, покупатель через Интернет, в частности, может проверить, были ли сведения о покупке переданы в ИФНС.

Переход на онлайн-кассы согласно письму Минфина РФ от 30 марта 2016 №03–01–15/17988 планируется провести в четыре этапа:

- 1 этап (с 15 июля 2016 года) – организации и ИП переходят на онлайн-кассы добровольно;
- 2 этап (с 1 февраля ПО 1 июля 2017 года) – налоговая служба перестает регистрировать кассы, не отвечающие новым требованиям. До 1 июля 2017 года можно продолжать применять обычные кассы, зарегистрированные до 1 февраля 2017 года;
- 3 этап (с 1 июля 2017 года) – организации и ИП, применяющие обычную контрольно-кассовую технику обязаны перейти на онлайн-кассы. Исключением являются: организации и ИП, уплачивающие ЕНВД, ИП, применяющие патентную систему, а также оказывающие услуги населению;
- 4 этап (с 1 июля 2018 года) – онлайн-кассы обязаны применять все организации в том числе: организации и ИП, уплачивающие ЕНВД, ИП, применяющие патентную систему, а также оказывающие услуги населению.

Таким образом, применение онлайн-касс как для контролирующих органов, так и для организаций и индивидуальных предпринимателей имеет такие положительные моменты как:

- упрощение процедуры контроля налоговой службой при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт;
- быстрота получения данных о ежедневной наличной выручке и уменьшение количества выездных налоговых проверок;
- одномоментное получение покупателями интернет-магазинов электронного кассового чека.

Для представителей малого бизнеса данное нововведение имеет и отрицательные моменты:

- значительные затраты на переоборудование контрольно-кассовой техники;
- плата за обслуживание онлайн-касс;
- обеспечение хорошей связи телекоммуникационных каналов;
- временные и денежные расходы на обучение персонала работе на онлайн-кассах [2];

В результате осуществления таких значительных затрат не исключается и вероятность закрытия некоторых небольших предприятий.

Список литературы

1.Федеральная Налоговая Служба [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.nalog.ru/rn56/

2.Федеральный закон от 22.05.2003 №54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов». - Режим доступа: http://www.consultant.ru/

3.Никифорова О.В. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» – основа для развития бухгалтерского учета в России / О.В. Никифорова// Актуальные вопросы экономических наук. -2012.- № 27.- С. 130-134.

## САМОРЕГУЛИРОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОЙ И АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

***Никифорова О.В.,***
кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и финансов,
Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Баева И.С.,***
студентка, Казанский кооперативный институт, г.Казань

В России порядок образования и деятельности саморегулируемых организаций (СРО), их основные цели и задачи регулируются Законом N 315-ФЗ от 1 декабря 2007 года «О саморегулируемых организациях», а также федеральными законами, регулирующими соответствующий вид деятельности.

Саморегулирование является одним из механизмов развития и совершенствования рыночных отношений. Оно охватывает почти все организации и осело в нашей финансовой жизни основательно.

В ФЗ «О бухгалтерском учете» отмечается, что важную роль в регулировании российского бухгалтерского учета и разработке его норм и правил, отвечающей рыночной экономической ситуации, могут сыграть СРО, заинтересованные в разработке федеральных и отраслевых стандартов по бухгалтерскому учету, являющихся обязательными к применению при формировании учетной и отчетной информации[2].

Саморегулируемым организациям (СРО) принадлежат такие функции как: реализация интересов предпринимательского и профессионального сообщества, принятие мер имущественной ответственности, а также они проводят проверку и экспертизу федеральных и отраслевых стандартов, разработывают методички и рекомендации[1].

Саморегулируемые организации должны работать в обязательном порядке, так как они официально включаются в систему регулирования аудиторской деятельности в

качестве ее неотъемлемого негосударственного компонента в двух проявлениях: в качестве функционирования самих СРО и в качестве вхождения их представителей в Совет по аудиторской деятельности при Минфине РФ.

Участники СРО могут получить от данной организации ряд преимуществ, а именно:

- вступление в СРО дает право на ведение аудиторской деятельности;
- обучение и повышение квалификации аудиторов и аудиторских организаций в СРО;
- могут продвигать интересы аудиторских организаций, создавая проекты федеральных стандартов аудиторской деятельности.

Но также в России существуют проблемы саморегулирования бухгалтерской и аудиторской деятельности, это:

- незащищенность членов СРО при ее распаде;
- невозможность или сложность отследить контролирующими органами истинные цели создания СРО;
-ненадлежащее качество предварительного, текущего и последующего контроля деятельности СРО.

Список литературы

1.Федеральный закон от 01.12.2007 N 315-ФЗ (ред. от 03.07.2016) "О саморегулируемых организациях".

2.Никифорова О.В. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» – основа для развития бухгалтерского учета в России / О.В. Никифорова// Актуальные вопросы экономических наук. -2012.- № 27.- С. 130-134.

## О РЕГУЛИРОВАНИИ ОПЕРАЦИЙ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ НА ФОНДОВОМ РЫНКЕ

***Рамазанов А.В. ,***
кандидат экономических наук, доцент Казанского (Приволжского) федерального университета, г.Казань

Стабильное развитие отечественной экономики невозможно без развитого финансового рынка. Значимым сегментом финансового рынка является рынок ценных бумаг. В последние годы участились случаи отзыва Центральным банком Российской Федерации банковских лицензий у коммерческих банков, что приводит к негативным последствиям для клиентов банков.

Как известно, основными профессиональными участниками рынка ценных бумаг в России являются коммерческие банки. В мировой практике известны негативные последствия участия банков на рынке ценных бумаг, например, мировые экономические кризисы 1929-1933 гг., кризис рынка государственных краткосрочных облигаций (ГКО) в России в 1998 году, 2008-2009 гг.

После мирового экономического кризиса 2008-2009 годов и фактически до настоящего времени часть российских коммерческих банков при совершении активных операций сместила акцент с операций кредитования на операции на фондовом рынке, подтверждением чего является рост доходов от операций с ценными бумагами по сравнению с доходами от кредитных операций банков.

В данной статье автором оценены текущие риски, возникающие при совершении банками операций на рынке ценных бумаг, рассмотрено законодательное регулирование инвестиционных операций банков.

На текущий момент не решены вопросы по минимизации рисков при совмещении банками классической и инвестиционной деятельности [1, с.36-39]. В

таблице 1 представлены риски, возникающие при деятельности банков на фондовом рынке.

Таблица 1 -Риски при деятельности коммерческих банков на фондовом рынке

| № п/п | Наименование события | Вид и особенности риска |
|---|---|---|
| 1 | Получение банком лицензии профессионального участника рынка ценных бумаг | Банк России учитывает собственный капитал профессионального участника рынка ценных бумаг в составе имеющегося собственного капитала банка, ранее учтенного при получении лицензии на совершение банковских операций |
| 2 | Инвестиционные операции банка на фондовом рынке | Не разграничиваются собственные, привлеченные и заемные средства |
| 3 | Преобладание операций на фондовом рынке над кредитными операциями | Увеличение спекулятивных операций с ценными бумагами при снижении кредитования реального сектора экономики |
| 4 | Приобретение акций промышленных предприятий и создание финансово-промышленных групп | Возможное кредитование аффилированных фирм, ценные бумаги которых приобретены банком. Увеличение кредитных рисков в связи с преобладанием кэптивного кредитования |

Представленные в таблице 1 события и соответствующие им риски [2] могут негативно отразиться на клиентах банка.

Нормативные документы Центрального банка Российской Федерации не устанавливают для коммерческих банков дополнительные требования к собственному капиталу при осуществлении ими профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг совместно с классической банковской деятельностью, в частности, в п.1. Указания Банка России от 21.07.2014 N 3329-У "О требованиях к собственным средствам профессиональных участников рынка ценных бумаг и управляющих компаний инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов и негосударственных пенсионных фондов" [3] сказано, что "требования настоящего Указания не распространяются на кредитные организации.". При этом в п.2.2.1 Положения о лицензионных требованиях [4] также исключены требования к кредитным организациям по соответствию собственных средств соискателя лицензии профессионального участника рынка ценных бумаг.

Используемые Банком России нормативы Н6, Н9.1, Н10.1, Н12 не позволяют предотвратить все негативные последствия от операций коммерческих банков на фондовом рынке [5].

Исходя из вышеизложенного, необходима разработка системы показателей для отслеживания и минимизации клиентских рисков в случае, если коммерческие банки помимо кредитных операций осуществляют сделки на рынке ценных бумаг.

Список литературы

1. Рамазанов А.В. К вопросу о финансовой устойчивости коммерческих банков // Финансы и кредит. 2012. №32 (512). С.36-39.

2. Инструкция Банка России от 13 сентября 2015 г. № 168-И «О порядке лицензирования Банком России профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг и порядке ведения реестра профессиональных участников рынка ценных бумаг».

3. О требованиях к собственным средствам профессиональных участников рынка ценных бумаг и управляющих компаний инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов и негосударственных пенсионных фондов: Указание Банка России от 21.07.2014 N 3329-У.

4. О лицензионных требованиях и условиях осуществления профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг, ограничениях на совмещение отдельных видов

профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг, а также о порядке и сроках представления в Банк России отчетов о прекращении обязательств, связанных с осуществлением профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг, в случае аннулирования лицензии профессионального участника рынка ценных бумаг: Положение Банка России от 27.07.2015 N 481-П.

5. Об обязательных нормативах банков: Инструкция Банка России от 03.12.2012 N 139-И.

## ПРИБЫЛЬ ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

***Рустемов О.Б.,***
магистрант Российского государственного гидрометеорологического университета, г. Санкт-Петербург

Главной целью создания и дальнейшего хозяйствования любого коммерческого предприятия, если ориентироваться на его учредительные документы, является прибыль. Постулат о необходимости максимизации прибыли рассматривается экономической теорией как непреложное условие оценки предпринимательской деятельности и ее результатов [1;113].

Цель данной работы – рассмотрение понятия прибыли, ее видов, условий и возможностей планирования финансового результата.

Информация для оценки результатов финансово-хозяйственной деятельности организации представляется всем заинтересованным пользователям бухгалтерской финансовой отчетностью. Прибыль, которая представлена в отчетности, есть разность между доходами, полученными организацией за соответствующий временной период, и расходами организации в том же периоде, которые связаны с получением этих доходов. Даже в отчетности приводятся несколько видов прибыли, которые позволяют представить финансовые результаты от деятельности, которую организация считает основной для себя, и от прочих операций. Это говорит о многозначности понятия прибыли и о необходимости разных алгоритмов расчета разных видов финансовых результатов, используемых для решения разных экономических задач.

Наиболее часто упоминаемые в литературе виды прибыли – это бухгалтерская и, в противоположность ей, экономическая прибыль.

Бухгалтерская прибыль-это простая разница между всеми доходами организации и расходами. Поскольку хозяйственные операции, которые совершаются за период, можно классифицировать по разным направлениям деятельности, то и бухгалтерская прибыль может быть разбита на составляющие ее финансовые результаты по фактам хозяйственной жизни, относящимся к этим различающимся направлениям деятельности. Чтобы определить финансовый результат по конкретному направлению, необходимо сравнить доходы по данному направлению с соответствующими им расходами. Вся необходимая для этого информация формируется в системе бухгалтерского финансового учета на основании документов, которые принимаются к учету, только если они соответствуют требованиям законодательства и являются допустимыми с точки зрения действующего законодательства.

Экономическая прибыль-это сумма, которая получается в результате вычета из бухгалтерской прибыли дополнительных расходов, часто называемых транзакционными, которые могут быть не оформлены документально, но должны быть приняты в учет при принятии экономических решений менеджерами.

Одним из широко используемых видов прибыли для планирования финансовых результатов является маржинальная прибыль или маржинальный доход. Возможность расчета данного вида прибыли для решения многих экономических задач связана с возможностью получения соответствующей информации из учетной системы

предприятия. Система учета затрат, позволяющая осуществить это, получила название «директ-костинг». Поскольку это относится к управленческому учету, ведение которого не является обязательным в соответствии с законодательством, то использовать преимущества маржинального анализа могут только те предприятия, которые ведут управленческий учет и разделяют свои затраты на переменные и постоянные.

Маржинальная прибыль рассчитывается как разность между выручкой от реализации и суммой переменных затрат на производство и реализацию продукции или товаров. Прибыль от реализации в этом случае будет рассчитываться как маржинальная прибыль, уменьшенная на сумму постоянных затрат. Данная модель содержит целый ряд ограничений и допущений, которые, однако, не снижают ее аналитической ценности. Расчет точки безубыточности при разных значениях цены за единицу реализованного блага и величине постоянных затрат позволяет моделировать разные варианты управленческих решений и рассчитывать ожидаемую прибыль от продаж при определенной цене и объеме реализации продукции или товара.

Кроме того, маржинальный анализ может быть использован и для ценообразования. Поскольку подразделение, ответственное за реализацию на предприятии, например, отдел маркетинга, обычно дает прогнозные значения объемов продаж при определенном уровне цены, которые для большинства товаров массового спроса зависят от цены, то маржинальный анализ позволяет рассчитать размер прибыли при конкретном уровне цены и объеме реализации. Эти данные очень полезны при принятии ценовых решений. Таким образом, маржинальный анализ позволяет управлять прибылью от реализации путем воздействия на такие факторы как цена и количество производимого и реализуемого блага. Моделируя различные альтернативные варианты управленческих решений, можно выбрать вариант, наиболее близкий к целям организации в краткосрочной перспективе.

Поскольку маржинальным анализом не ограничиваются возможности управленческого учета, можно организовать учет таким образом, чтобы получать информацию о финансовых результатах по видам продукции и подразделениям предприятия. Все более важным направлением деятельности предприятий становится природоохранная деятельность [2;140]. Она не находит отражения в бухгалтерской финансовой отчетности, но может быть оценена по данным управленческого учета.

Экологические мероприятия требуют затрат на свою реализацию, но в то же время осуществляются для достижения эффекта, который может быть оценен в денежном выражении, например, в случае снижения платы за загрязнение окружающей среды [4;385]. В ряде случаев можно говорить о финансовом результате от природоохранной деятельности и планировать его, имея информацию о затратах[3;38].

Таким образом, наиболее широкие возможности планирования прибыли предоставляет маржинальный анализ, информацией для которого являются данные системы «директ-костинг». Выявление финансовых результатов по различным сегментам бизнеса и планирование финансовых результатов для сегментов базируется на соответствующих данных системы управленческого учета. Полученная плановая информация будет способствовать повышению качества управления бизнесом.

Список литературы

1. Курочкина А.А., Чалганова А.А. Необходимость формирования системного подхода на принципах концепции устойчивого развития в подготовке управленческих кадров для экономики. /Курочкина А.А., Чалганова А.А. //Актуальные проблемы бизнес-образования : материалы XVI Междунар. науч.-практич. конф., 20–21 апр. 2017 г., Минск / Бел. гос. ун-т, Ин-т бизнеса и менеджмента технологий ; // сб. науч. ст. – Минск : Национальная библиотека Беларуси, 2017. – С. 111-114

2. Курочкина А.А., Чалганова А.А. Подходы к решению проблем ЖКХ на примере обращения твердых бытовых отходов. / Курочкина А.А., Чалганова А.А. //

Инновационная экономика и промышленная политика региона (ЭКОПРОМ-2016): труды международной научно-практической конференции / под ред. д.э.н., проф. А.В. Бабкина. – СПб: Изд-во Политехн. ун-та, 2016. – С.137-143.

3. Петрова Е.Е., Чалганова А.А. Дебиторская и кредиторская задолженность в отношении природоохранных мероприятий: сущность, учет и анализ / Петрова Е.Е., Чалганова А.А. // Наука и бизнес: пути развития. – М. – 2017.-№7(73). – С. 38-40

4. Чалганова А.А. Концепция устойчивого развития и проблема оценки в бухгалтерском учете./ Чалганова А.А. //«Экономика 21 века: угрозы, возможности и превентивное управление»: материалы международной научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава/ под ред. О.Н. Федонина, В.М. Сканцева, Е.И. Сорокиной, Е.А. Дергачевой, Н.А. Кулагиной.- Брянск: БГТУ, 2017. – С.384-387

## СОСТОЯНИЕ СТРАХОВОГО РЫНКА ТАТАРСТАНА

***Саитова Р.Г.,***
кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и финансов,
Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Задворнова М.Н.,***
студентка, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Статья посвящается изучению страхового рынка Республики Татарстан 2017 года. А также в статье анализируется сегодняшнее состояние рынка. Кроме того рассмотрим страховые премии в Татарстане за период 2017 года.

Цель исследования состоит в том, чтобы выяснить состояние страхового рынка, а именно Татарстана.

Результаты исследования показывали, что первое полугодие 2017 года для страхового рынка России сложилось в общих чертах неплохо — так отмечается рост объема страховых премий. [2]

В Татарстане премии растут, хотя и не такими быстрыми темпами. При этом же значимым движением роста остается страхование жизни, которое обеспечило значительную долю роста страхового рынка, а именно сместив с него лидировавшее долгое время ОСАГО.Татарстан поддерживает этот тренд. Страхование жизни и добровольное страхование имущества остаются для страховых компаний наиболее выгодными сегментами: объем собранных здесь премий в разы превышает объем выплат. [1]

Таким образом, можно сказать, что страховой рынок Республики Татарстан развивается стабильно, становясь более устойчивым. Принимая на себя важную роль предоставления страховой защиты населению и предпринимательским структурам[3]. Страховые организации должны располагать достаточными финансовыми средствами и знанием страховых технологий для того, чтобы обеспечить своевременные и достаточные для устранения наступивших убытков и потерь страховые выплаты. В 2017 году компания привлекла 10,2 млн рублей премий. При этом годом ранее компания являлась лидером рынка ДСАГО в Татарстане с показателем в 15,8 млн рублей — снижение, таким образом, составило 35,4%. Выплаты его, напротив, выросли — в 2,3 раза, с 10 до 23 млн рублей.

Список литературы

1.Базаров Р.Т., Саитова Р.Г., Вдовина С.Д., Рахимова Г.С. Этапы развития рынка страхования Республики Татарстан / Р.Т. Базаров, Р.Г. Саитова, С.Д. Вдовина, Г.С. Рахимова // Научно-методический электронный журнал Концепт.- 2015. -Т.- 13.- С. 1906-1910

2. Вахитов Д.Р., Саитова Р.Г. Роль страхования в развитии лизинговых сделок /Д.Р. Вахитов, Р.Г. Саитова // Научное обозрение. – 2015. - №23. –С.260-262
3. Гвозденко, А. А. Страхование / А. А. Гвозденко. - М.: Проспект, 2016. – 464с.

## ИЗМЕНЕНИЯ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ НА 2018 ГОД

***Саитова Р.Г.,***
кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и финансов,
Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Никифорова Т.Г.,***
студентка, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Статья посвящена изучению нововведений налогового законодательства. За последние полвека стабилизационная экономическая политика доказала свою эффективность. Ее результатом является отсутствие серьёзных макроэкономических дисбалансов, наблюдается снижающая зависимость от динамики цен на нефть, благодаря грамотной налоговой политики.

Цель данной статьи ознакомиться с предстоящими изменениями в налоговой политики.

Запланированные изменения на 2018 год [1]:

- изменяться процентные ставки по НДС (повышается налог, но снижаются страховые взносы);
- изменилась база по НДФЛ для облигаций;
- теперь можно включать расходы на образование, которые позволят снизить налоговую базу;
- для сотрудников и членов их семьи, если сумма путевки на одного не превышает 50 тыс. рублей, организация имеет возможность снизить налогооблагаемую базу;
- взносы учредителей в чистые активы частично учитываются в доходах организации;
- у организаций, ведущие свою деятельность на Дальнем Востоке и связанную с туризмом и санаторными мероприятиями будет право на 0 % ставку по налогу на прибыль;
- появляются два новых сбора: курортный налог (платить его обязаны отдыхающие следующих курортных зон: Крым, Краснодарский край, Ставропольский край и Алтай) и налог на дополнительные доходы;
- изменения в платёжном поручении;
- если критичная сумма достигнута в совокупности налоговых сборов и страховых взносов теперь могут завести уголовное дело;
- теперь бухгалтера бюджетных организации будут нести более тяжелую ответственность за ошибки, нежели сотрудники коммерческих фильм.

В данной статье мы рассмотрели актуальные изменения налогового законодательства на предстоящий год. Принятые меры помогут локализовать кризисные явления в период подстройки к новым реалям и создадут надежную и здоровую основу для восстановления темпов экономического роста.

Список литературы

1. http://minfin.ru/ru – официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации.

## ПЕРЕХОД ПРЕДПРИЯТИЙ НА «ОНЛАЙН КАССУ» В 2017-2018 ГОДУ

***Свечников К.Л.,***

кандидат педагогических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и финансов,
Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Барышкова Ю.С.,***
студентка, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Сегодня наиболее актуальной темой для предприятий розничной торговли на территории Российской федерации является переход на так называемые «онлайн кассы». Обязанность по поэтапному переходу к использованию онлайн касс установлена вступившим в силу 15 июля 2016 года Федеральным законом от 03.07.2016 года № 290 ФЗ, который внес существенные изменения в порядок применения контрольно-кассовой техники, установленный Федеральным законом от 22.05.2003 года № 54 ФЗ.

Новые поправки обязывают юридических лиц и индивидуальных предпринимателей применять новую контрольно-кассовую технику, которая в онлайн режиме будет передавать информацию о расчетах, осуществленных с использованием наличных денежных средств и электронных средств платежа в налоговые органы [1].

В 2017 году все крупные предприятия, осуществляющие розничную торговлю, находящие на общем режиме налогообложения уже перешли на использование онлайн касс с 1 июля 2017 года. Для предприятий и индивидуальных предпринимателей, кто находится на патентной системе налогообложения и ЕНВД, законодатели сделали послабление отодвинув срок перехода на новые кассы на 1 июля 2018 года [2].

Одна из важных целей, которую преследует государство, меняя правила и условия применения новых касс, это создание системы полного учета выручки, контроля за применением новой контрольно-кассовой техники и через эти механизмы сокращение «теневого» оборота денежных средств с которых не поступают налоги в казну государства.

Список литературы

1.Свечников К.Л. Роль современных информационных технологий в бухгалтерском учете и расчете заработной платы на предприятии / К.Л. Свечников // Экономика и менеджмент. Теория и практика. Материалы Международной научно-практической конференции 28 октября 2016 г.- Энгельс: Ред.-изд. Центр Поволжского кооперативного института, 2016.- С. 45-46.

2.Лалаева Т.М., Свечников К.Л. Бухгалтерский учет в розничной торговле /Т.М. Лалаева, К.Л. Свечников // Направления развития организации в условиях нестабильности экономики России. Материалы международной научно-практической конференции 23 апреля 2015 года 2016. – Казань: ООО «Печать-Сервис XXI век. - С. 197-198.

## ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ЗАТРАТ И ИСЧИСЛЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ НА КОНДИТЕРСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

***Ситдикова Р.Д.,***
преподаватель ФСПО, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Шакирова Г.А.,***
студентка ФСПО, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Кондитерские предприятия относятся к основной отрасли пищевой промышленности. В настоящее время эти предприятия выпускают продукцию с большим ассортиментом, а так же сопутствующие товары. В зависимости от технологического процесса кондитерские изделия подразделяются на две группы: сахаристые и мучные.

К сахаристым изделиям относятся шоколад, какао – порошок, конфеты, карамель, мармелад, пастила, халва, к мучным – печенье, вафли, торты, пирожное, галеты. В общем производстве доля мучных кондитерских изделий составляет более 50%.

Кондитерские изделия обладают большой калорийностью, легкой усвояемостью, приятным вкусом и привлекательным видом, что обуславливает их высокую пищевую ценность.

Построение учета производственных затрат и выбор методов калькулирования себестоимости продукции на данных предприятиях в большей степени зависит от вида и типа производства, технологического процесса и характера его организации, разнообразия производимой продукции, массовости выпуска, струкуры организации, объектов калькулирования и других условий.

Производственный процесс на кондитерских предприятиях состоит из следующих стадий: подготовка сырья и материалов, замес кондитерских масс, формование изделий, охлаждение, упаковка продукции.

Учет затрат можно организовать как по передельному, так и позаказному методу в зависимости от технологии и организации производственного процесса. Кондитерские изделия изготавливаются как правило, в течение одной смены, поэтому остатков незавершенного производства не остается.

Метод учета затрат и калькулирования себестоимости продукции выбирается организацией самостоятельно и закрепляется в учетной политике.

Метод, выбранный организацией должен обеспечить текущий контроль за затратами на производство и реализацию главного принципа управленческого учета – управления себестоимостью по отклонениям [1,с.18].

На кондитерских производствах затраты группируются по следующим статьям:

1)сырье, основные материалы и покупные полуфабрикаты;

2) полуфабрикаты собственного производства;

3) возвратные отходы (вычитаемые);

4) вспомогательные и упаковочные материалы;

5) топливо и энергия на технологические цели;

6) оплата труда производственных рабочих с отчислениями на социальные нужды;

7) расходы на научные исследования и опытно- конструкторские разработки;

8) расходы на эксплуатацию производственных машин и оборудования;

9) общепроизводственные (цеховые) расходы;

10) общехозяйственные (заводские) расходы;

11) прочие производственные расходы;

12) коммерческие расходы;

Итого полная себестоимость продукции.[2]

По статье «Сырье, основные материалы и покупные полуфабрикаты» отражается расход меда, сахара, патоки, фруктов, крахмала, молока , яиц, жиров, орехов,пищевых кислот и эссенций, пищевых красителейи др. Расход отражается в производственном отчете фактически и согласно нормам по рецептуре по видам кондитерских изделий. Списание таких затрат оформляют записью:

Дебет 20 «Основное производство» Кредит 10 «Материалы»

По статье « Полуфабрикаты собственного производства» отражают расход сахарных и фруктовых сиропов, желе, какао – полуфабрикатов и др., использованных не только для собственных нужд, но и реализованных на сторону. Их учитывают на счете 28 «Полуфабрикаты собственного производства».

По статье «Вспомогательные и упаковочные материалы» кондитерские предприятия отражают расход оберточной бумаги, фольги, этикеток, пакетов, целофана, бумажной ленты для оклейки коробок, коробки всех видов, тароупаковочные материалы.

В статью «Топливо и энергия на технологические цели» кондитерские предприятия включают стоимость топлива и энергии, израсходованные на производство кондитерских изделий. Затраты на топливо распределяют по видам кондитерских изделий пропорционально их массе и плановым нормам расхода топлива.

По статье «Оплата труда с отчислениями на социальные нужды производственных рабочих» отражается основная и дополнительная оплата труда производственных рабочих с отчислениями во внебюджетные фонды. Отражают записью: Дебет 20 «Основное производство» Кредит 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда», 69 «Расчеты по социальному страхованию и обеспечению».

В статью «Расходы на научные исследования и опытно- конструкторские разработки» кондитерские предприятия включают расходы на освоение новой продукции. Эти расходы распределяются пропорционально объему произведенной продукции ежемесячно, исходя из нормативного срока освоения.

В статью «Расходы по эксплуатации производственных машин и оборудования» включают амортизацию, начисленную по производственным машинам и оборудованию; затраты на текущий ремонт цехового транспорта и оборудования; износ инструментов и приспособлений. Эти расходы включаются в себестоимость выпускаемой продукции пропорционально плановым нормам их расхода на 1т изделий.

По статье « Общепроизводственные (цеховые) расходы» отражают расходы на содержание аппарата управления цехами и обслуживание производства. Их учитывают на счете 25 «Общепроизводственные расходы». Как правило, распределяют между видами выпускаемых кондитерских изделий пропорционально основной заработной плате производственных рабочих.

По статье «Общехозяйственные расходы» отражаются расходы, связанные с обслуживанием производства и управлением всей организации. Их учет ведется на счете 26«Общехозяйственные расходы». Распределяются эти расходы между видами кондитерских изделий аналогично общепроизводственным расходам.

В статью «Прочие производственные расходы» включаются расходы, не вошедшие в перечисленные выше статьи.

В статью «Расходы на продажу» включаются расходы, связанные с реализацией и сбытом продукции: реклама, обновление и оформление витрин; расходы, связанные с хранением; погрузкой и выгрузкой ит.п.

Учет расходов на продажу ведется на счете 44«Расходы на продажу». Распределяют расходы на продажу между выпускаемыми изделиями пропорционально их проихводственной себестоимости.

Учет затрат кондитерских предприятий ведется на счете 20 «Основное производство». Для учета выхода готовой продукции могут использовать счет 43 «Готовая продукция» и счет 40 «Выпуск продукции (работ, услуг)», если предприятие использует нормативную себестоимость.

Учет затрат нужно организовать таким образом, чтобы можно было контролировать затраты и анализировать себестоимость производимой продукции.

Список литературы

1. Глущенко А.В., Нелюбова Н.Н. Учет затрат, калькулирование и бюджетирование в АПК.:учеб.пособие.- М.: Магистр, 2008- 189с.

2. Керимов В.Э. Бухгалтерский учет на производственных предприятиях: учебник.- 2-е изд., изм.и доп.- М.:ИД «Дашков и К», 2002-368с.

3. Попова Л.В.Учет затрат, калькулирование и бюджетирование в отдельных отраслях производственной сферы: учеб.пособие/ Л.В.Попова, А.И.Маслова, С.А.Алимов, М.М.Коростелкин.- М.:Дело и Сервис., 2008-448с.

## АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ДЛЯ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

***Сокольская Е.И.,***
преподаватель ФСПО, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Иванова Е.П.,***

студентка ФСПО, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Анализ финансовой отчетности остается для предприятия одним из инструментов, с помощью которого происходит обоснование принимаемых управленческих решений и насколько такие решения будут эффективны. Сравнительная оценка полученной из финансовой отчетности информации и создание на её базе новой информации способствует принятию управленческих решений. Для интерпретации в анализе сформированных финансовых показателей отчетности используют общепринятые приемы, к которым в частности относят: чтение отчетности; вертикальный анализ; горизонтальный анализ; расчет финансовых показателей.

Информационное ознакомление с финансовым положением организации начинается с изучения взаимосвязи и взаимообусловленности показателей различных форм отчетности. В частности, анализируя изменения в составе имущества организации необходимо осуществлять увязку с изменением её деловой активности. При этом, информация формируемая в различных формах бухгалтерской отчетности может отражать различные тенденции. Разнонаправленность тенденций объясняется методикой составления отчетности.

Использование горизонтального и вертикального анализа позволяет дать всестороннюю оценку динамики показателей основных форм отчетности. Расчет финансовых показателей позволяет рассмотреть взаимосвязь между различными элементами отчетности. Являясь относительными величинами, финансовые коэффициенты позволяют сопоставить результаты деятельности предприятия за различные периоды времени.

Однако, не следует ограничиваться в анализе только одним из приемов, так как каждый отдельно взятый прием может не дать всей картины финансового состояния. Поэтому для достоверной и полной оценки финансового положения необходимо применение всей совокупности методов анализа, включая факторный анализ, что позволит обосновать принимаемые управленческие решения и избежать отрицательных результатов деятельности.

Список литературы

1. Вакуленко Т.Г., Фомина Л.Ф Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности для принятия управленческих решений. – СПб.: «Издательский дом Герда»,2010, 288с.

## ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ДОЛГОСРОЧНОГО БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

***Талимова Л.А.,***
д.э.н., профессор Карагандинского экономического университета Казпотребсоюза
***Кзылова А.Е.,***
магистр кафедры «Банковское дело» Карагандинского экономического университета Казпотребсоюза

Введение. Достижение высокой конкурентоспособности казахстанской экономики возможно через внедрение и развитие новых технологий, модернизацию реального сектора, повышение эффективности производства, уход от сырьевой экономической модели, форсированный рост капиталовложений и инновационный характер инвестиций. Успешная реализация этих задач требует вложения огромных финансово-кредитных ресурсов, которые в условиях ограниченности государственных финансовых средств, неразвитости фондового рынка, нехватки собственных средств предприятий для осуществления инвестиционной деятельности, могут быть предоставлены банковской системой, обладающей достаточным уровнем кредитно-инвестиционного потенциала.

Вместе с тем, для современного этапа характерны тенденции замедления экономической динамики банковской системы и объемов кредитования, в том числе и долгосрочного. В этой связи проблемы активизации инвестиционного участия банков второго уровня РК в реальном секторе экономики Казахстана имеют особую актуальность.

Целью исследования является выявление основных причин низкой активности банков в кредитном процессе на основе анализа современной ситуации в банковском секторе и определение дальнейших направлений развития долгосрочного банковского кредитования.

Результаты исследования и их обсуждение. В настоящее время объем инвестиций в основной капитал составляет 7719 млрд. тенге или 16,9% ВВП. Необходимо увеличение данного показателя до, как минимум, 35% ВВП или 17 трлн. тенге, что будет соответствовать уровню инвестиций в основной капитал развитых государств.

По состоянию на начало 2017 года доля банковского кредитования в финансировании инвестиций в основной капитал составила всего 5,8%.

В сравнении с развитыми странами, где указанная доля составляет 20-30%, можно сделать вывод, что в Казахстане участие банковского сектора в финансировании инвестиционных проектов весьма незначительно. В среднем на долю банковского кредитования за анализируемый период 2008-2016 гг. приходилось 4-5%. Данный факт свидетельствует о том, что казахстанские банки не удовлетворяют спрос на долгосрочные кредитные ресурсы в достаточной степени.

На фоне постепенного увеличения общей суммы банковских кредитов экономике в номинальном выражении, темпы их роста остаются незначительными (таблица 1). При этом удельный вес кредитов, выданных небанковским юридическим лицам, составил 66-73% за анализируемый период, то есть около 70% от общей суммы банковских кредитов предоставлено экономическим субъектам. Вместе с тем, в 2016 году объем кредитов небанковским юридическим лицам составил лишь 19,3% к ВВП, хотя в развитых странах данный показатель находится на уровне свыше 80%.

В структуре ссуд, выданных небанковским юридическим лицам, доля долгосрочных кредитов (свыше 1 года) составляет более 75%. Однако из них долгосрочные кредиты, предоставленные на приобретение основных фондов, составили на конец 2016 года всего 1180,5 млрд. тенге или 17% от суммы долгосрочных кредитов небанковским юридическим лицам. Остальная сумма была направлена на другие цели, не связанные с инвестированием.

Приведенные данные свидетельствуют об устойчивой тенденции снижения активности банков второго уровня РК в предоставлении инвестиционных кредитов. Следует учитывать и тот факт, что к долгосрочным кредитам отнесены все кредиты, предоставленные банками на срок свыше одного года. Поэтому при более детализированном анализе на основе показателей суммы кредитов, предоставленных на срок свыше 3-х лет, ситуация с долгосрочным кредитованием еще более критична.

Сложившееся состояние долгосрочного кредитования реального сектора экономики Казахстана обусловлено разными причинами и факторами макро- и микроэкономического характера. В их числе высокие ставки вознаграждения по кредитам.

Анализируя процентные ставки по банковским кредитам, можно отметить повышение ставок вознаграждения по долгосрочным кредитам небанковским юридическим лицам в тенге с 10,4 до 14,3% за период 2014-2016 гг. (рисунок 2). По результатам мониторинга, проведенного Национальным Банком Казахстана, приемлемые процентные ставки для предприятий реального сектора экономики составляют 7-8% годовых [1]. Следовательно, разрыв между фактической и приемлемой ставками вознаграждения по долгосрочным кредитам остается существенным. Возможно, снижение % ставок и смягчение неценовых условий по банковским кредитам вызовут соответствующий рост инвестиционного кредитования реального сектора экономики.

В свою очередь, банки отмечают отсутствие перспективных инвестиционных проектов, а также дефицит и высокую стоимость долгосрочного финансирования, высокие риски инвестиционных вложений в реальный сектор экономики [2].

Действительно, число убыточных предприятий остается довольно значительным. По данным Комитета по статистике МНЭ РК, по состоянию на конец 2016 года их доля в общем количестве предприятий реального сектора составила 32,3% или 1318 ед. [3].

В 2015 году данный показатель был еще выше – 38% или 1563 ед. При этом коэффициент финансовой независимости составил на конец 2016 года 38,4%, а показатель обеспеченности текущих активов величиной собственных оборотных средств отрицателен (-0,7), что увеличивает риск долгосрочного кредитования предприятий реального сектора экономики Казахстана.

Многие предприятия, нуждающиеся в банковском кредите, являются для банков непривлекательными с точки зрения надежности и кредитоспособности. Кредиты таким предприятиям классифицируются как сомнительные, что требует создания значительных по величине провизий на возможные потери по ссудам. Сохраняются проблемы недостоверной, несвоевременной или неполной отчетности о реальном производственном и финансовом состоянии заемщиков, нецелевого использования предприятиями долгосрочных кредитов и др.

Долгосрочные инвестиции всегда предполагают значительных объемов вложений. Вместе с тем, возможность долгосрочного финансирования инвестиций ограничена дефицитом долгосрочных ресурсов у самих банков. При рассмотрении структуры пассивов банковской системы можно отметить высокую долю краткосрочных привлеченных ресурсов, которые нецелесообразно использовать для долгосрочных кредитных вложений.

В соответствии с пруденциальными нормативами максимально допустимый уровень долга на одного заемщика или групп взаимосвязанных заемщиков ограничен суммой, не превышающей 25% капитала банка. В этих условиях многие казахстанские банки не имеют достаточных средств для инвестиционного кредитования.

Следовательно, повышение роли банковского сектора в финансировании инвестиций в основной капитал, реконструкцию и модернизацию производства возможно при увеличении собственного капитала банков второго уровня РК. На решение данной проблемы направлена Программа повышения финансовой устойчивости банковского сектора Казахстана [4].

Для выявления зависимости прироста инвестиций в основной капитал от прироста долгосрочных кредитов, предоставленных небанковским юридическим лицам, проведен регрессионный анализ за 2008-2016 гг. значение коэффициента детерминации, равное 0,9777, указывает на достаточно тесную связь между результативным и факторным показателями. Значение F-критерия подтверждает адекватность уравнения регрессии. Анализ коэффициента регрессии позволяет сделать вывод о том, что для прироста инвестиций в основной капитал на один тенге необходим прирост кредитов, предоставленных небанковским юридическим лицам на срок свыше 1 года, более чем 3 тенге. Вместе с тем, изменение параметров долгосрочного банковского кредитования не дает точного прогноза динамики инвестиционных кредитов в связи с влиянием на нее множества факторов.

Ключевыми направлениями развития инвестиционного кредитования казахстанских банков могут выступить:

- введение дифференцированного подхода к определению гарантированной государством величины вкладов в зависимости от сроков их размещения (с увеличением этой гарантируемой величины при долгосрочном размещении депозита);

- повышение привлекательности жилищных и образовательных сбережений путем повышения страховых гарантий и премий государства, ограничения на досрочное их изъятие, а также депозитных и сберегательных сертификатов;

- предусмотреть в законодательной базе налоговое стимулирование инвестиционных операций банков второго уровня, направленных на реконструкцию и модернизацию производства, приобретение нового оборудования и техники, а также банков, принимающих активное участие в государственных инвестиционных программах;

- предусмотреть государственные гарантии по долгосрочным кредитам предприятий инновационного сектора и субсидирование процентных ставок для повышения доступности банковских кредитов.

Заключение. Таким образом, для активизации долгосрочного кредитования необходимы эффективные механизмы регулирования и стимулирования инвестиционной деятельности банков второго уровня для увеличения объемов и качества их капитала, снижению кредитных рисков долгосрочных вложений в реальном секторе экономики.

Список литературы

1. Результаты опросов предприятий по экономике II квартал 2017 г. – Режим доступа: http://www.nationalbank.kz/

2. Тенденции кредитования за 1 полугодие 2016 года. Среда рынка кредитования. – Режим доступа: http://www.nationalbank.kz/

3. Финансово-хозяйственная деятельность предприятий в Республике Казахстан за 2016 год. – Режим доступа: http://www.stat.gov.kz/

4. Программа повышения финансовой устойчивости банковского сектора Республики Казахстана, одобренная постановлением Правления Национального Банка Республики Казахстан от 30 июня 2017 года № 129

## ФИНАНСОВЫЕ АКТИВЫ: ПРОБЛЕМЫ ПРИЗНАНИЯ И ОЦЕНКИ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ

***Фокша Марчела,***
докторант Молдавской Экономической Академий, г. Кишинев

Введение. В условиях постиндустриальной экономики и развития финансовых рынков, значительно возрастает доля финансовых ресурсов направляемых на инвестирование. Как следствие, процесс инвестирования, в качестве инструмента оптимизации структуры рисков, является неотъемлемой частью современной экономической деятельности организаций. Основное отличие этих ресурсов от материальных и трудовых ресурсов, является то, что они не вовлекаются в технологический или хозяйственный процессы экономических единиц для превращения в товары и услуги, при продаже которых получают прибыль. Финансовые ресурсы, инвестируемые в активы или капитал других организаций, напрямую приносят доходы в виде дивидендов, процентов и иных доходов.

Целью настоящего исследования является поиск оптимальных подходов признания и современных методов оценки финансовых активов для применения в текущем бухгалтерском учете и составления финансовой отчетности.

Результаты исследования. Процесс инвестирования выдвигает на первый план два этапа при решении проблемы признания:

1. признание финансовых ресурсов в качестве финансовых вложений (инвестиций);

2. определение себестоимости инвестиции и признание на ее основе финансового актива.

Отметим, что такой подход соблюдается только на международном и европейском уровне бухгалтерского учета. Международные Стандарты Финансовой Отчетности (МСФО) широко используют понятие «финансовый инструмент», который включает в себе одновременно актив и обязательство финансового характера у разных организаций [2].

При этом указано, что финансовые инвестиции могут быть двух видов, осуществляемые: a) в долговые инструменты; и b) в долевые инструменты [3]. В первом случае – это предоставление заемных средств, в виде приобретенных облигаций и других долговых инструментов, третьим лицам, с целью получения дохода в виде процентов. Во втором случае – приобретение акций или доли в капитале других организаций и получение от инвестирования дохода в виде дивидендов. В обоих случаях основанием для признания инвестиции является двухсторонний договор и возможность определения размера и установления притока денежных средств.

Ввиду сложности финансовых инструментов и слабого финансового рынка развивающихся стран, в их актах нормативного регулирования бухгалтерского учета, содержится ограниченные требования в отношении финансовых ресурсов. Так, Национальные стандарты бухгалтерского учета Республики Молдова (НСБУ РМ) [4] и Положения по бухгалтерскому учету Российской Федерации (ПБУ РФ) [5] используют в бухгалтерском учете и отчетности только экономическое понятие «финансовые инвестиции» и «финансовые вложения». Но известно, что одна из основных составляющих баланса, это активы. Поэтому считаем, что финансовые ресурсы, которые были инвестированы, впоследствии становятся финансовыми активами.

Согласно IAS 32 «Финансовые инструменты: представление информации», сторона договора, которая вкладывает финансовые ресурсы (инвестор), определяет себестоимость инвестиции и признает ее с точки зрения бухгалтерского учета в качестве финансового актива. Этот стандарт рассматривает сущность финансового актива шире и включает в его понятие не только прямые инвестиции в виде ценных бумаг, но также: денежные средства, связанные с инвестициями, договорное право на получение финансовых активов от другой организации и иные элементы [2].

И Директива ЕС 2013/34/ЕС «Обычная и консолидированная финансовая отчетность» [1], в соответствии с которой должны перестраивать свои системы бухгалтерского учета ассоциированные с Европейским Союзом страны, также различает понятия «финансовые инструменты» и «финансовые активы».

Договорное право, с точки зрения бухгалтерского учета, это долгосрочная дебиторская задолженность, которая возникает по: торговым счетам, векселям полученным, выданным кредитам, приобретенным облигациям. Долгосрочная дебиторская задолженность по торговым счетам или по полученным векселям, признанная при продаже товаров с отсрочкой платежа, является финансовым активом на базе осуществления инвестиции в долговые инструменты.

Существуют и другие, специфические условия признания финансовых активов. На пример:

- отложенная дебиторская задолженность (беспроцентные или с низким уровнем процентной ставки займы и ссуды);
- облигации с установленным сроком погашения;
- выплаченное вознаграждение концессионеру, возникшее в результате концессионного договора;
- конвертируемые облигации (сложные финансовые инструменты);
- производные финансовые инструменты (опционы, договора forward futures, swap и другие).

Другой проблемой является оценка финансовых активов. Для ее решения МСФО IFRS 9 «Финансовые инструменты» рекомендует смешанную модель, которая предусматривает оценку финансовых активов либо по справедливой стоимости, либо по амортизированной стоимости [3]. При указанной модели, по справедливой стоимости оцениваются инвестиции в долевые инструменты, а по амортизируемой стоимости – инвестиции в долговые инструменты. Причем, расчет амортизации предлагается осуществить на базе эффективной процентной ставки [7]. Первоначально финансовые активы должны оцениваться по справедливой стоимости.

Инвестиции в ассоциированные предприятия могут оцениваться по одному из двух методов: по себестоимости или по методу долевого участия.

Согласно МСФО, на каждую отчетную дату организация обязана тестировать инвестиции, оцениваемые по амортизированной стоимости на предмет обесценения. Признанный убыток от обесценения, как и изменения справедливой стоимости актива за отчетный период, относятся на прибыли и убытки.

В РМ оценка производится по группам инвестиций: ценные бумаги и доли участия; прочие финансовые инвестиции. Первоначальная стоимость ценных бумаг, как и любой актив, включает цену приобретения и затраты на приобретение. На отчетную дату: облигации оцениваются по корректируемой стоимости, а ценные бумаги, котируемые на финансовом рынке – по справедливой стоимости [4].

В РФ также различают первоначальную и последующую оценку финансовых вложений. Первоначальная оценка – это фактическая себестоимость их приобретения, а последующая оценка – их рыночная стоимость [5,6].

Заключение. К признанию финансового актива в бухгалтерском учете следует применить тот же подход, что и для других активов, а понятия «финансовые инвестиции», «финансовые вложения» являются чисто экономические. Оценка финансовых активов по справедливой стоимости является наиболее достоверной, однако ее определение зачастую затруднено, особенно в условиях формируемых финансовых рынков в развивающихся странах. Несмотря на это, их нормативные акты по бухгалтерскому учету следует ориентировать на МСФО.

Список литературы

1. Directive 2013/34/EU on annual and consolidated financial statements. [online], www.newslettereuropean.tu/directive-201334eu

2. МСФО IAS 32 «Финансовые инструменты: представление информации», [online], http://www.mf.gov.md

3. МСФО IFRS 9 «Финансовые инструменты» [online], http://www.mf.gov.md

4. НСБУ «Дебиторская задолженность и финансовые инвестиции», [online], http://www.mf.gov.md

5. Кулина Е.А., Курилова А.А. Учет и оценка финансовых вложений. Вестник НГИЭИ, ВАК, 2015, 194 с.

6. Попова Л. Бухгалтерский учет финансовых вложений. Изд. Дело и Сервис, 2008, 160 с.

7. Цуркану В., Голочалова И. Составление финансовой отчетности по международным стандартам, Кишинев, ААПБ, 2014, 480 с.

## ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ

***Черняков М.К.,***
доктор экономических наук, профессор Сибирского университета потребительской кооперации, г.Новосибирск
***Чернякова М.М.,***
кандидат экономических наук, доцент Новосибирского государственного технического университета, г.Новосибирск
***Кущ А.А,***
кандидат экономических наук, магистрант Сибирского университета потребительской кооперации, г.Новосибирск

Ипотечное кредитование широко распространено на территории России и представлено в продуктовой линейке всех банков, стремящихся к привлечению большего числа клиентов.

Данный вид кредита гарантирует плательщику приобретение готового или строящегося жилья, земельного участка либо помещения для осуществления основной финансово-хозяйственной деятельности.

Рост инфляции и отрицательный экономический рост имеют прямое воздействие на уровень ставок ипотечного кредитования.

Ипотечное кредитование оказывает положительное влияние на многие отрасли экономики, в большей степени на строительство. Но на уровень роста рынка ипотечного кредитования оказывает влияние большое количество внешних причин. Что бы изучить текущее состояние ипотеки в РФ, рассмотрим трудности и тенденции, последних четырех лет.

В начале 2014 года специалисты жилищного рынка ожидали снижения процентных ставок по ипотечным программам, на 0,5 - 1 процентных пункта.

По официальной информации кредитных организаций, представленных на сайте Банка России, были сделаны прогнозы на предстоящий рост объемов ипотечного кредитования – приблизительно на 20%, требования к ипотечным заемщикам должны были снизиться, а конкурентность между банками увеличиться, побуждающая их на своего рода «призы» ( «ипотечные каникулы» , меньший срок рассмотрения заявок и т.д.) [1]

Ситуация на ипотечном рынке кредитования кардинально изменилась в конце 2014 года. 16 декабря 2014 года ЦБ решил повысить ключевую ставку по кредитам до 17%, ее подъем составил 6.5 процентных пункта. Центральный банк принял такое решение в связи с резким скачком стоимости курса доллара до 80 рублей, а курса евро до 100 рублей, таким образом, курс рубля по отношению к евро и долларам снизился более чем на 12 %, тем самым пытаясь остановить обесценивание рубля.

Как говорилось в пресс-релизе регулятора «данное решение обусловлено необходимостью ограничить существенно возросшие в последнее время девальвационные и инфляционные риски».

Повышение ставки Центробанком означает, что регулятор хочет сжать ликвидность в банковском секторе, уменьшив спекуляции на валютном рынке, ограничив возможность банков брать кредиты под малый процент у ЦБ и массово закупать иностранную валюту.

Так же, условия кредитования становятся менее привлекательными для предпринимателей, что значит, большинство из них откажется брать деньги в кредит, тем самым оборот денег уменьшится и это поспособствует их удорожанию, а не обесцениванию.

Однако повышение ключевой ставки крайне неблагоприятно повиляло на кредиты. Ставки по новым кредитам выросли, а спрос на них упал. По официальным данным Центробанка, в первой половине 2014 года 84% кредитов у населения уходило на погашения ранее взятых займов. Наряду с этим, повышение оказало неблагоприятное влияние на стоимость фондирования компаний. Предпринимателям, как и населению, придется привлекать средства по более высоким ставкам, чем ранее, им понадобится сократить расходы. Это отрицательно скажется на зарплатах сотрудников, создании новых рабочих мест, планах развития компаний и их инвестициях.

В связи с этим почти все ведущие ипотечные банки, сначала выдержали паузу в некоторое количество дней, и ужесточили условия оформления ипотек, а некоторые даже остановили оформление ипотечных сделок. По состоянию на 01.01.2014 года, уровень ставок по рублевым ипотечным кредитам, выданным на протяжении декабря, составил 12,1%, что собственно на 0,6 процентных пункта ниже уровня четвертого квартала 2012 года.

При всем этом динамика ставок в 2013 году была неравномерной – с начала года они оживленно росли, достигнув наибольшего значения 12,9% по результатам первого квартала, но в дальнейшем наблюдалась направленность к понижению ставок, пик которого пришелся на ноябрь - декабрь 2013 года.

Несмотря на постепенное снижение ключевой ставки ЦБ с 17% до 11%, значение процентной ставки в 2015 году демонстрировало волатильность. Значение ставки варьировалось от 12,29 до 14,71% , и в последнем месяце четвертого квартала 2015 года составляло 12,92%.

По официальным данным АИЖК, в 2016 году ипотечный рынок восстановился после снижения предыдущего года. Ипотечных кредитов было выдано 1 473 млрд рублей, что на 27% больше предшествующего года, средняя процентная ставка по ипотечным кредитам снизилась в декабре до 11,55%, в целом же ставка в 2016 году составляла 12,48%.[2]

На текущий год процентные ставки по ипотеке достигли рекордно низкой отметки, в первом квартале 2017 года несколько крупных ипотечных кредиторов, в том числе и АИЖК, существенно понизили процентные ставки. Средневзвешенная ставка по ипотеке по 15 ведущим ипотечным кредиторам на первичном рынке составляла 10,65%.

В сравнении с декабрем предыдущего года, средневзвешенная ставка по 15 ведущим кредиторам составляла 11,39%. Таким образом, уровень ставок по ипотеке, в сравнении с декабрем 2016 года понизился на 0,74 процентных пункта. Дополнительным моментом, мотивирующим банки активизировать усилия по повышению ипотечных портфелей, стала политика Банка РФ, нацеленная на лимитирование темпов подъема беззалогового кредитования, в том числе рост объема минимальных резервов на потери по необеспеченным потребительским ссудам.

В связи с этим кредитные организации зависимо от внутренних приоритетов имели возможность сфокусироваться на наиболее интенсивном развитии ипотечного кредитования.

По состоянию на первый квартал 2016 года количество участников первичного рынка ипотечного кредитования уменьшилось в сравнении с началом 2015 года на 69 кредитных организаций и составило 560 участников, из них 432 кредитные организации предоставили в 2015 году новые ипотечные продукты, другие занимались обслуживанием ранее выданных ипотечных кредитов.

По официальным данным центрального банка отмечалось существенное снижение показателей, описывающих размеры предоставляемых ипотечных кредитов, в условиях падения доходов граждан РФ и уменьшения инвестиционного спроса. В 2015 году кредитными организациями было представлено 698 511 ипотечных займов в общей сумме 1162,6 миллиардов рублей.[17]

Доля ипотечных ссуд в общей сумме выданных кредитов, физическим лицам, составляла 19,8%, и сократилась сравнивая с предшествующим годом на 0,7 процентных пункта.

Таким образом, в 2015 году фактически весь объем ипотечных займов рефинансирован на внутреннем финансовом рынке [3].

В текущее время коммерческим банкам предоставлена возможность применять в качестве обеспечения по операциям рефинансирования ЦБ как облигации Агентства по ипотечному жилищному кредитованию (АИЖК), так же и облигации с ипотечным покрытием, выпускаемые согласно с законодательством РФ, в том числе облигации с ипотечным покрытием обеспеченные поручительством АИЖК.

По состоянию на 1 января 2016 года в Ломбардный перечень Банка РФ были интегрированы 61 выпуск облигаций с ипотечным покрытием 45 эмитентов на сумму 356,8 млрд., рублях по номиналу, также 24 выпуска облигаций ОАО “АИЖК” на сумму 165,0 млрд., рублей по номиналу.

Список литературы

1. Черняков М.К. Иннодиверсификация / М.К. Черняков, М.М. Чернякова, Е.А. Разомасова, Н.В. Арутюнян // «Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии» Выпуск №6, 2016.- С. 283-287.

2. Черняков М.К. Проблемы и перспективы хозяйственной деятельности регионов Сибири в условиях финансового кризиса / Черняков М.К., Кущ А.А. // В сборнике: ДНИ НАУКИ-2017 Сборник трудов VIII всероссийской научно-практической конференции с международным участием: в 3 частях . Частное образовательное учреждение высшего образования Центросоюза РФ "Сибирский университет потребительской кооперации". 2017. С. 151-155.

3. Кущ А.А. Содержание финансового кризиса и его влияние на банковское кредитование / В сборнике: XIX Всероссийская студенческая научно-практическая конференция Нижневартовского государственного университета сборник статей. 2017. С. 311-314.

## СТРОИТЕЛЬНАЯ ОТРАСЛЬ И ЕЁ РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ ДОХОДОВ БЮДЖЕТОВ БЮДЖЕТНОЙ СИСТЕМЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

***Шарафутдинова И.Р.,***
преподаватель ФСПО кафедры бухгалтерского учета и финансов, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Гарифуллина Э.А.,***
студентка ФСПО, Казанский кооперативный институт, г.Казань

В настоящее время большое значение приобретает развитие отрасли строительства. Это обусловлено тем, что в данной сфере отражается современное состояние экономики и уровень жизни граждан страны. В связи с этим представляется необходимым определить роль строительных организаций не только в экономике, но и в формировании доходов бюджетов всех уровней, за счет которых производятся общественные блага для удовлетворения потребностей людей.

Как показывают данные Росстата, на протяжении последних лет предприятиями, занятыми в строительстве, произведено около 7 % валовой добавленной стоимости (таблица 1).

Таблица 1 - Доля строительной отрасли в валовой добавленной стоимости Российской Федерации и Республики Татарстан в 2011-2016 годах [2], в млрд. руб.

| Годы | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Валовая добавленная стоимость РФ | 52084,1 | 58996,2 | 63869,4 | 68907,5 | 74764,1 | 77508,4 |
| Уд. вес, в % к итогу | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Строительство | 3962,9 | 4524,3 | 4474,8 | 4681,5 | 4780,3 | 4781,4 |
| Уд. вес, в % к итогу | 7,61 | 7,67 | 7,01 | 6,79 | 6,39 | 6,17 |
| Валовая добавленная стоимость Республики Татарстан, в % к итогу | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | |
| Строительство, в % к итогу | 10,3 | 10,4 | 10,7 | 9,7 | 9,1 | |
| Строительство (в среднем по субъектам Российской Федерации), в % к итогу | 7 | 7,2 | 7,1 | 7,2 | 6,9 | |

Как видно по данным таблицы 1, не смотря на снижение доли строительной отрасли в общей сумме ВВП, в абсолютных показателях заметно увеличение объемов производства. За это время в Татарстане строительными организациями было произведено почти 10 % валовой добавленной стоимости, что выше общероссийского уровня (7 %). Также наблюдается снижение доли строительной отрасли в ВРП с 10 до 9,1 %.

В структуре валового территориального продукта Казани на долю строительства также приходится около 7 %.

Оценивая вклад предприятий отрасли в формирование бюджетов всех уровней бюджетной системы России, можно отметить, что они обеспечивают около 4 % налоговых доходов бюджетов (таблица 2).

Таблица 2- Поступление налогов и сборов в консолидированный бюджет Российской Федерации в 2014-2016 годах [1], в млрд. руб.

| | 2014 | | 2015 | | 2016 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Всего | Строительство | Всего | Строительство | Всего | Строительство |
| Поступило в консолидированный бюджет Российской Федерации | 12606 | 607 | 13707 | 505 | 14387,7 | 675,7 |
| федеральные налоги | 11233 | 556 | 12126 | 552 | 12770 | 624,9 |
| региональные налоги | 752,8 | 24,8 | 845,2 | 21 | 905,8 | 20,4 |
| местные налоги | 202,5 | 6,6 | 213,4 | 7,5 | 221,5 | 7,7 |
| спецрежим | 417,9 | 19,6 | 522,5 | 20,3 | 490 | 22,7 |

Как показывают данные таблицы 2, значительную часть платежей строительных организаций составляют федеральные налоги, в анализируемом периоде их объем стабильно растет, аналогичная тенденция сложилась и с поступлениями по местным налогам и специальным налоговым режимам, которые заменяют поступления региональных налогов.

Таким образом, строительные организации не только производят существенную часть валового продукта России, Татарстана, что выражается в ежегодном росте объемов строительства, но и вносят вклад в формирование доходов бюджетов всех уровней.

Список литературы

1. Отчет о поступлении налогов и сборов в консолидированный бюджет Российской Федерации по основным видам экономической деятельности [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.nalog.ru/rn48/related_activities/statistics_and_analytics/forms/ (дата обращения: 30.11.2017)

2. Произведенный валовой внутренний продукт [Электронный ресурс] / Режим доступа: http:// http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vvp/vvp-god/tab10.htm (дата обращения: 30.11.2017)

## НОВАЦИИ РЕГУЛИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КРЕДИТНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ КООПЕРАТИВОВ

***Шигапова Р.Р.,***
старший преподаватель Казанского (Приволжского) федерального университета, г.Казань
***Зарипова М. И.,***
студентка Института управления, экономики и финансов Казанского (Приволжского) федерального университета, г.Казань

Для достижения развития отечественного финансового рынка Банком России проводится работа, предусмотренная «Основными направлениями развития финансового рынка Российской Федерации на период 2016-2018 годов». Данный документ является кросс-секторальным документом по развитию финансового рынка, в котором впервые был сделан акцент на развитие рынка кредитной кооперации и создание в среднесрочной перспективе системы гарантированности личных сбережений на рынке кредитной кооперации (СГСС).[1] Создание СГСС позволит повысить доверие населения к рынку кредитных кооперативов (КПК) и укрепить их финансовую устойчивость, и тем самым, увеличить объемы средств, привлекаемых на финансовый рынок через КПК.

Таблица 1 - Количество кредитных кооперативов, ед.

| | 01.01.2014 | 01.01.2015 | 01.01.2016 | 01.01.2017 | 01.10.2017 |
|---|---|---|---|---|---|
| КПК | 3602 | 3545 | 3500 | 3059 | 1934 |
| СКПК | нет данных | | 1738 | 1470 | 973 |

Источник: данные Банка России

К кредитным кооперативам относятся кредитные потребительские кооперативы (КПК), созданные в соответствии с федеральным законом 18.07.2009 №190-ФЗ «О кредитной кооперации» и сельскохозяйственные кредитные потребительские кооперативы (СКПК), действующие на основании закона 08.12.1995 №193-ФЗ «О сельскохозяйственной кооперации». Несмотря на правовые различия, исходя из экономической сути, направленной на удовлетворение финансовых потребностей своих пайщиков, их единым регулятором с сентября 2013 года является Банк России. Банком России проводится работа по совершенствованию системы регулирования и надзора за кредитными кооперативами, по выведению с рынка нежизнеспособных КПК, в целях обеспечения устойчивости и роста доверия к ним их участников.

Вовлеченность населения России в кредитную кооперацию низка, членами данных кооперативов является около 1,3 млн граждан и, в основном, это взрослое население с низким уровнем доходов. Исследования показали, что за последние 5 лет услугами кредитных кооперативов пользовались только около 3% граждан, тогда как как средняя вовлеченность населения планеты составляет около 8%.[2,с.10] Банк России считает, что повысить вовлеченность граждан в кредитную кооперацию позволит донесение до населения принципов кредитной кооперации, в рамках мероприятий по повышению финансовой грамотности. По оценке Банка России, участниками кредитных кооперативов могут стать около 18,5 млн человек, превысив среднемировой уровень. Однако с ростом членов кредитных кооперативов необходимо, с одной стороны, обеспечить соблюдение прав всех членов кооперативов, а с другой - не допустить возникновения рисков, нарушения нормативов и снижения качества кооперативного управления. В этой связи дальнейшее развитие и регулирование деятельности КПК может быть обеспечено за счет внедрения единого плана счетов, основанного на МСФО и совершенствования норм корпоративного управления. Переход на электронный формат деловой отчетности XBRL позволит, во-первых, исключить дублирование и снизить избыточность показателей, и, во-вторых, повысить достоверность и качество отчетности, делая информацию о деятельности КПК более прозрачной с учетом надзорных и статистических потребностей регулятора. Вместе с тем, внедрение единых форматов предоставления КПК отчетности осуществляется регулятором поэтапно и, в соответствии с утвержденной «Дорожной картой», должно завершиться в 2019 году. В 2017 году участники сектора должны автоматизировать свои учетные системы и обучить персонал. В этой работе большая роль отводится 8 действующим саморегулируемым организациям в сфере финансового рынка, объединяющим кредитные кооперативы (СРО). Деятельность их регламентируется законом от 13.07.2015 №223-ФЗ «О саморегулируемых организациях в сфере финансового рынка». Членами СРО являются 1492 КПК. СРО должны стать органами, осуществляющими действенный контроль за своими членами, пресекая недобросовестную конкуренцию, а также нести имущественную ответственность по обязательствам перед членами КПК.

На рынке кредитной кооперации Банк России выделяет три типа КПК, деятельность которых менее подвержена риску: это КПК, основанные на принципе профессиональной общности, а также КПК с числом членов менее 200, основанные на территориальной общности и СКПК. По мнению регулятора, в кредитных кооперативах, в которых существует тесная взаимосвязь между членами, портфель их займов является более качественным.

Таблица 2 - Данные по уровню просроченной задолженности и соблюдению норматива ФН7

| | Уровень просроченной задолженности (%) | НФ7 (%) |
|---|---|---|
| В среднем по рынку КПК, в том числе: | 14,9 | 92,7 |
| КПК по территориальному принципу | 15,2 | 95,8 |
| КПК с числом членов менее 200 по территориальному принципу | 9,3 | 118,4 |
| КПК с социальной общностью | 17,1 | 109,2 |
| КПК с профессиональной общностью | 6,6 | 135,0 |
| СКПК | 5,9 | 119,1 |

Источник: данные Банка России [2, с.13]

Поэтому точками обеспечения безопасного роста в среднесрочной перспективе могут стать КПК, основанные на принципах профессиональной общности, вовлекая в свою деятельность членов профсоюзных организаций предприятий. Стимулировать развитие СКПК целесообразно в рамках принятых правительством программ развития сельского хозяйства. Через развитие механизмов управления КПК можно повысить вовлеченность членов в деятельность КПК, уровень понимания пайщиками ответственности, что будет способствовать популяризации КПК и снижению их рисков. Для этого необходимо внести изменения в действующее законодательство в части квалификационных требований к руководителям КПК, введения их субсидиарной ответственности, а также провести надзорные мероприятия, направленные на дальнейшее выведение с данного рынка нежизнеспособных КПК. Финансовая устойчивость кредитных кооперативов в большей степени зависит от выполнения пруденциальных требований и соблюдения установленных финансовых нормативов. В настоящее время в отношении КПК используются 8 финансовых нормативов, нарушение которых требует применения надзорных действий со стороны СРО КПК или Банка России. При этом надзорная практика Банка России показала, что ряд финансовых нормативов являются несовершенными, требуют их пересмотра путем приведения в соответствие с международными стандартами.

Немаловажен и тот факт, что для КПК основным риском продолжает оставаться низкая рентабельность, это особенно актуально для СКПК. Для его преодоления необходимо минимизировать издержки. Однако ряд издержек являются постоянными и их сложно минимизировать. К таким издержкам можно отнести ведение бухгалтерского учета; подготовку и сдачу надзорной отчетности, осуществление внутреннего контроля в целях соблюдения требований «противоотмывочного» законодательства. В этом направлении еще предстоит работа, при этом, в целях снижения регуляторной нагрузки на КПК, предусмотрено представление отчетности с использованием электронного ресурса Единого портала государственных услуг и «Личного кабинета» на сайте Банка России. Удешевлению услуг кредитной кооперации и повышению удобства их использования для граждан будет способствовать и развитие цифровых технологий. Для повышения эффективности КПК и более полного удовлетворения финансовых потребностей пайщиков, регулятором рассматривается возможность расширения допустимых видов деятельности для КПК, что вкупе с новациями регулирования позволит дать новый импульс в развитии кредитной кооперации.

Список литературы

1.Основные направления развития финансового рынка Российской Федерации на период 2016-2018 годов. www.cbr.ru/StaticHtml/File/11106/onrfr_2016-18.pdf

2. Развитие кредитной кооперации. Доклад для общественных консультаций, 2017. www.cbr.ru/analytics/ppc/consultation_paper_171003_01.pdf

3.Развитие системы гарантирования на рынке кредитной кооперации, июль 2017, www.cbr.ru/analytics/ppc/consultation_paper_170726.pdf

# АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ В ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ

***Яхина Л.Т.,***
кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и финансов,
Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Каюмова А.Ф.,***
студентка, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Прибыль и рентабельность – это одни из важных показателей в системе управления торгового предприятия, они стимулируют предприятие достигатьмаксимальн ых результатов от его деятельности, расширять воспроизводство. Они показывают эффективность работы деятельности предприятия, поэтому тема прибыли и рентабельности всегда была и будет актуальной.

Цель исследования данной статьи являются прибыль и рентабельность коммерческой организации.

Прибыль — это главный мотив и основной показатель эффективности любого предприятия. К показателям прибыли относятся: валовая прибыль, прибыль до налогообложения, чистая прибыль, налогооблагаемая прибыль, нераспределенная прибыль, прибыль от продаж. [1] Вычислив эти показателиможно провести следующие виды анализа прибыли: структурный (позволяет проанализировать долю, которую занимает в общей сумме прибыль от основного и прочих видов деятельности), факторный (предполагает изучение влияния на прибыль различных факторов), динамический (предполагает измерение темпов роста различных видов прибыли и их сопоставление между собой), индексный (позволяет установить тенденции постоянства или разбалансированности темпов роста или прироста видов прибыли, а также сезонности) и сравнительный (определить эффективность деятельности предприятия в сравнении с другими организациями). [2]

Рентабельность – качественный показатель деятельности предприятия, являющийся одним из основных критериев оценки эффективности его работы. Он характеризует процентное отношение суммы прибыли к одному из экономических показателей (себестоимости, выручке и др.), тем самым отражает взаимосвязь прибыли с другими показателями. [3] При анализе рентабельности предприятия рассчитывают следующие ряд показателей: рентабельность текущих и чистых активов, рентабельность активов, рентабельность продаж, рентабельность как отдельных видов продукции, так и всей товарной продукции, и рентабельность собственного капитала.

Таким образом, прибыль и рентабельность являются основными показателями результативности предприятия. Они дают представление о конкурентоспособности предприятия, насколько может поддерживать свою работоспособность и оценить перспективы развития на рынке.

Список литературы

1.Арсланова А.Р., Миннигалеева В.З. Формирование информации в бухгалтерской отчетности о прочих доходах и расходах /А.Р. Арсланова, В.З. Миннигалеева// В сборнике: Актуальные задачи управления качеством и конкурентоспособностью продукции в современных условиях материалы международной научно-практической конференции. Казанский кооперативный институт (филиал) АНО ОВО ЦС РФ «Российский университет кооперации»; Европейский университет Молдовы. 2016. С. 392-393.

2. Микроэкономика: учебное пособие / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова. — Москва: КноРус, 2016. — 278 с.;

3.Шот Е.Б., Галимарданова Н.М. Состояние и совершенствование бухгалтерского финансового учета доходов организации / Е.Б. Шот, Н.М. Галимарданова // Направления

совершенствования формирования учетно-аналитической информации в условиях решения современных проблем национальной экономики. Материалы Международной научно-практической конференции. Под редакцией Насретдинова И.Т. – Казань.- 2014.- С.159-160

## ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

***Яхина Л.Т.,***
кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и финансов,
Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Серебрякова К.,***
студентка, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Финансовая устойчивость предприятия – это способность субъекта хозяйствования функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих активов и пассивов в изменяющейся внутренней и внешней среде, гарантирующее его постоянную платежеспособность и инвестиционную привлекательность в границах допустимого уровня риска.

Для обеспечения финансовой устойчивости предприятие должно обладать гибкой структурой капитала, уметь организовать его движение таким образом, чтобы обеспечить постоянное превышение доходов над расходами с целью сохранения платежеспособности и создания условий для самовоспроизводства[1].

Финансовое состояние предприятия, его устойчивость и стабильность зависят от результатов его производственной, коммерческой и финансовой деятельности. Если производственный и финансовый планы успешно выполняются, то это положительно влияет на финансовое положение предприятия[2]. И, наоборот, в результате недовыполнения плана по производству и реализации продукции происходит повышение ее себестоимости, уменьшение выручки и суммы прибыли и как следствие ухудшение финансового состояния предприятия и его платежеспособности.

Устойчивое финансовое положение в свою очередь оказывает положительное влияние на выполнение производственных планов и обеспечение нужд производства необходимыми ресурсами[3]. Поэтому финансовая деятельность как составная часть хозяйственной деятельности должна быть направлена на обеспечение планомерного поступления и расходования денежных ресурсов, выполнение расчетной дисциплины, достижение рациональных пропорций собственного и заемного капитала и наиболее эффективное его использование

Таким образом, устойчивое финансовое состояние не является счастливой случайностью, а итогом грамотного, умелого управления всем комплексом факторов, определяющих результаты хозяйственной деятельности предприятия.

Список литературы

1. Абрютина, Н. С. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия / Н. С. Абрютина. – М.: "Дело и сервис", 2013 – 56 с.

2.Идрисов Р.Р., Яхина Л.Т. Измерение и оценка денежных потоков в корпоративных структурах /Р.Р. Идрисов, Л.Т. Яхина // В сборнике: Актуальные задачи управления качеством и конкурентоспособностью продукции в современных условиях материалы международной научно-практической конференции. Казанский кооперативный институт (филиал) АНО ОВО ЦС РФ «Российский университет кооперации»; Европейский университет Молдовы. 2016. С. 434-436

3. Миннигалеева В.З. Проблемы учета и анализа финансовых результатов деятельности торговой организации /В.З. Миннигалеева // Направления совершенствования формирования учетно-аналитической информации в условиях решения современных проблем национальной экономики. Материалы Международной

научно-практической конференции. Под редакцией Насретдинова И.Т. – Казань.- 2014.- С.95-96

## АНАЛИЗ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ

***Яхина Л.Т.,***
кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и финансов,
Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Маннапова Л.,***
студентка, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Себестоимость продукции является важнейшим показателем экономической эффективности ее производства. В ней отражаются все стороны хозяйственной деятельности, аккумулируются результаты использования всех производственных ресурсов. От ее уровня зависят финансовые результаты деятельности предприятий, темпы расширенного воспроизводства, финансовое состояние субъектов хозяйствования.

Себестоимость является одним из главных факторов показывающих эффективность работы предприятия, так как из нее формируется доход предприятия, а следовательно и прибыль. Предприятие должно стремиться к нахождению путей снижения себестоимости продукции (работ, услуг), для этого следует проводить анализ себестоимости продукции и выявлять резервы снижения себестоимости[1].

Анализ себестоимости продукции имеет большое значение в системе управления затратами. Он позволяет изучить тенденции изменения ее уровня, установить отклонение фактических затрат от нормативных и их причины, выявить резервы снижения себестоимости продукции и дать оценку работы предприятия по использованию возможностей снижения себестоимости продукции[2]. Анализ себестоимости продукции, работ и услуг имеет исключительно важное значение. Он позволяет выявить тенденции изменения данного показателя, выполнения плана по его уровню, определить влияние факторов на его прирост и на этой основе дать оценку работы предприятия по использованию возможностей и установить резервы снижения себестоимости продукции.

Список литературы

1. Гибадуллинва В.Ф., Миннигалеева В.З. Совершенствование учета продаж в розничной торговле / В.Ф. Гибадуллина, В.З. Миннигалеева // Направления совершенствования формирования учетно-аналитической информации в условиях решения современных проблем национальной экономики. Материалы Международной научно-практической конференции. Под редакцией Насретдинова И.Т. – Казань.- 2014.- С.135-136

2. Миннигалеева В.З. Проблемы учета и анализа финансовых результатов деятельности торговой организации /В.З. Миннигалеева // Направления совершенствования формирования учетно-аналитической информации в условиях решения современных проблем национальной экономики. Материалы Международной научно-практической конференции. Под редакцией Насретдинова И.Т. – Казань.- 2014.- С.95-96

## ESTABLISHMENT AND USE OF FINANCIAL RESOURCES IN THE ENTERPRISES FROM THE REPUBLIC OF MOLDOVA

***Ganea O.,***
Student, Faculty of Economics and Management Otto-von-Guericke University Magdeburg, Germany
***Andronic C.,***
Student, Faculty of Finance Suffolk University Boston, Massachusetts, United States of America
***Sargu N.,***
Student, Faculty of Economics University of European Studies of Moldova Chisinau, Republic of Moldova

Abstract. Under present crisis conditions, characterized by economic and political instability, high tax pressure, limiting capital market activity, the situation in most enterprises in the Republic of Moldova is unsatisfactory. In such cases the financial resources are limited, and the payment capacity of the borrowers is low, which directly affects the payment ability of the company. Therefore the degree of attractiveness of enterprises towards foreign investors decrease. In these circumstances, the main aim of financial resources is to honour timely payments to the budget, suppliers, commercial banks, insurance companies, employees, shareholders and other third parties. The mechanism of the formation and use of financial resources involves selecting depending on several factors of financial resources and on the rational allocation of these resources while ensuring a balance between the financing needs and the actual availability of financial resources. In order to settle these problems, it is necessary to have a correct and efficient management of all available resources in the enterprise, and primarily to ensure a financial balance both long-term and short-term.

Keywords: financial resources, enterprises, bank credit, bonds, leasing, factoring, Republic of Moldova.

Introduction. Establishment and rational use of financial resources exert influence both at the enterprise, as well as at the macroeconomic level, as population's welfare and state's fortune are entirely the results of a successful activity of companies. Fulfillment of strategic objectives, but also those operational, requires the financial managers to allocate resources for different activities. Financial and production activity of a company cannot take place without financial resources. Therefore, the activity of any company begins with the establishment of financial resources. The main aim of financial resources is to honor timely payments to the budget, suppliers, commercial banks, insurance companies, employees, shareholders and other third parties (Abor, 2017, p.4-5).

The funding represents a special importance for the survival and development of enterprises. On the one hand, the company must have the liquidity to meet the assumed obligations, i.e. to pay the debts maturing in the near future, thus ensuring a short-term financial equilibrium. On the other hand, the company is always looking for new, different investments for its development, which require long-term funding sources. Thus, any enterprise must consider every possible source of funding very carefully and to choose the source of funding appropriate to the situation and development stage they are in. The word "appropriate" in this case involves choosing the source of funding depending on the direction and the possibilities of use and repayment. In other words, the decisive criterion for selecting the source of funding is not only the cost but its recovery period and the possibility of its repayment. Violation of this rule will result in a financial imbalance or even stopping business activity (Abor, 2017, p.359-362).

The issue of financing arises from the moment of taking the decision concerning the creation of the enterprise. It should be noted that the possibilities and ways of financing largely depend on the legal form and activity of the company, some having priority, whether they have more access to capital markets due to the legal form, or to support from the state due to the importance of product/service it is offering (Kovalchuk, 2011).

Literature review. Financial resources could be considered as a vital part of the activity of the enterprise. They should be thoroughly chosen, checked, and accurately distributed within the company by financial managers in order to honor payments to the shareholders and banks. (Abor, 2017, p.5). This fact provides an example of how important the role of the financial managers in the company is. It is worth to note that currently there are a lot of fluctuations in the financial environment. Therefore, companies should be ready to adapt to market changes to ensure a stable profit. In this case, enterprises should be financial strong and independent (Blank, 2011, p. 39).

Firms can get financed from different sources (internal and external), according to experts in the domain one method which is the internal sources can be divided in active and hidden (Bociarov & Leontiev, 2014, p.199) or short term and long term sources (Kovaliov, 2011, p.84, see also Botnari, 2015). In contrast, Paun C. (2008, p.8) argues that these sources could be classified as own and term commitments. In addition, the author states that companies raise cash from the investments which they use to develop and to create new production projects (2008, p.84).

According to Doga-Mîrzac and Gherjavc, despite the fact hat own sources of financing are costlier for the firm (2012, p.63), Abor, Shim and Siegel consider the borrowed ones to be a better choice and the most common in the business world ( 2017, p.38-39, see also 2008, p.68).

First and foremost, bonds are represented as a reliable source to get funds in well-developed countries of the world. However, not all enterprises are able to issue bonds due to the law restriction. This is the case of Republic of Moldova as well. Due to restriction law, only joint stock companies can issue bonds (Government of Republic of Moldova, 1997). For other types of companies, an alternative method to get financed from borrowed sources is leasing (Abor, 2017, p.43). Mention should be made of the fact that leasing has many advantages and sometimes it is more accessible for firms than bank credits (State Tax service of Republic of Moldova, 2015). In developed countries, it is considered to be a non-expensive tool of financing (Doga-Mirzac et all, 2005. P.38-41). Nonetheless, in the Republic of Moldova, the high capital needed to access this form of financing (20%-30%) is an obstacle for poorly developed businesses (State Tax service of Republic of Moldova, 2015; see also Moldova-Agroindbank).

International practice shows that companies that faced similar situation make the use of payroll fund and venture capital. Bragg describes the payroll fund as a financial tool where managers can motivate the employees to deny a part of their wage income to the company which will be considered as an investment and will be returned in the next month with an added interest. Employees being able to save and increase revenue. However, it is not a permanent tool and can not be used by all the employees due to too small salaries and different financials situations (2004, p.111). Regarding the venture capital field, the most comprehensive concept was given by Abor.

The author explains the willingness of the investors to finance risky, innovative enterprises, so-called "start-up" enterprises which is supported by the fact that these companies can give significant revenue in the nearest future (2017, p.87-90). Since in the Republic of Moldova the usage of venture funds is not a common practice Ganea and Bujor state that an important attention should be paid at attracting venture investors to the country (2014, p.61). Comerzan agrees on the importance to attract foreign investors but more than that he emphasises the necessity to create a legal framework which will let the investors enter the capital market of venture funds (2015).

Abor and Kovalchuk agree on the fact that the financial resources have a major role in the life of the enterprise. Therefore, this resources should not only be efficiently managed but also cautiously chosen according to the direction, possibility of repayment, activity and legal form of the firm. Neglecting this could bring the company to the threshold of bankruptcy (2017, p.359-362, see also 2011).

Shim and Siegel state that an effective management of the financial resources can increase the enterprises' market value and attract investors. (2008, p.1-8). According to Abor a

rational use of this resources means a correlation between capital structure and business assets which will also increase the wealth on owners. Well-thought-out decisions over the management of financial resources within the enterprise can give outstanding results. Otherwise, a wrong decision may be vital for the future of the company, bringing it to a financial imbalance, insolvency or bankruptcy (Abor, 2017, p.119,220).

Opportunities for establishment and use of financial resources: theoretical aspects. Achieving financial balance and, at the same time, ensuring growth, requires that during the process of formation and use of capital, should be taken into account certain criteria and restrictions which, ultimately, would ensure the company a degree of financial independence necessary to its viability through adapting to the changes that will occur in its activity (Blank, 2011, p. 39).

The whole mechanism of the establishment and use of financial resources within an enterprise is shown in Figure 1.

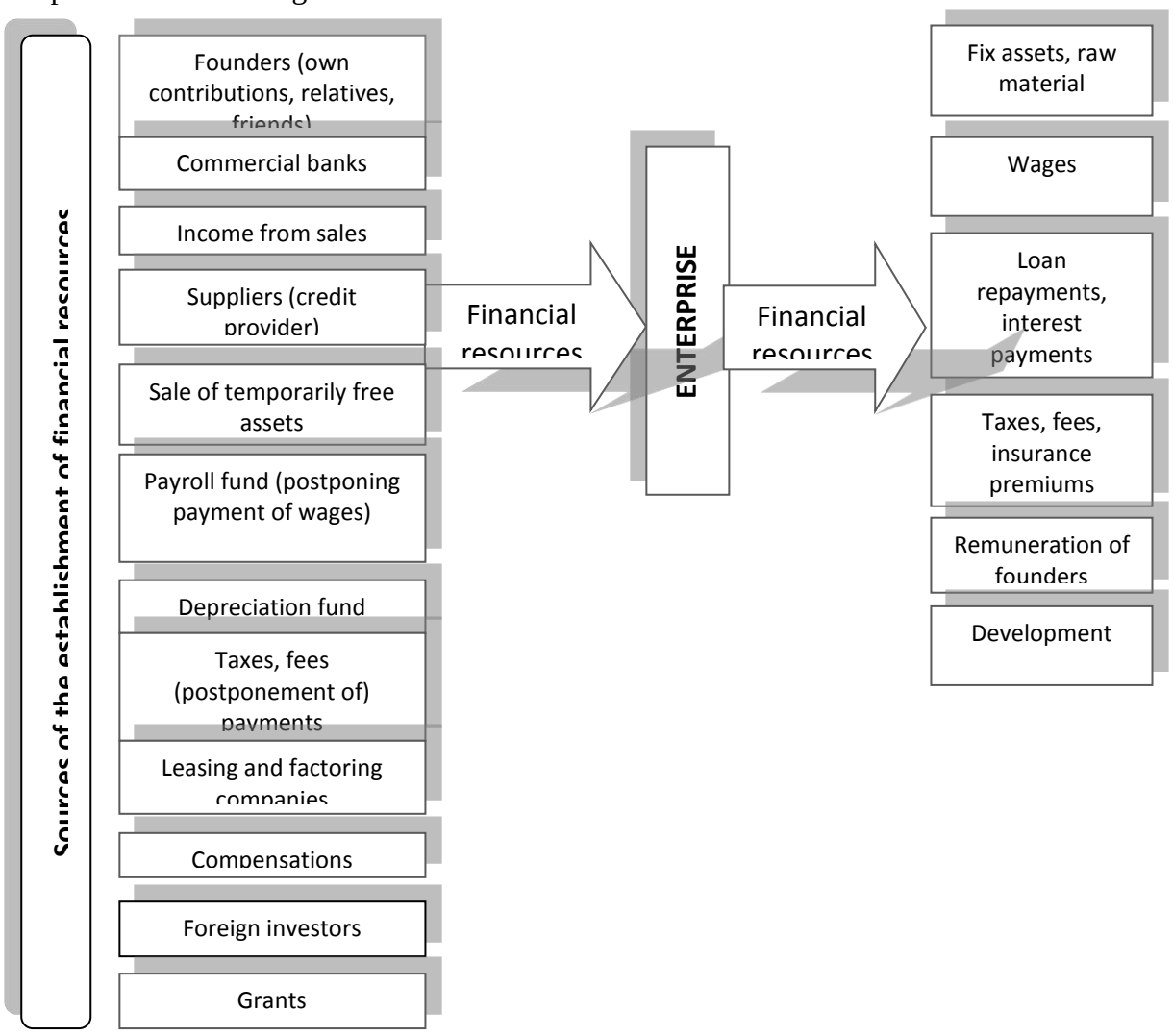



Fig. 1. Mechanism of establishment and use of financial resources

Source: Developed by the author based on the information provided by the Blank.

One of the core functions of financial managers is the management of sources of origin of financial resources, where primary and derivative financial instruments are widely used. Sources of origin can be classified according to several criteria (Figure 2).

Analyzing some bibliographic sources, it could be found that some authors divide sources of funding in internal and external, which can be own resources and borrowed. The accumulation of financial resources can occur from own and borrowed sources, as well as their attraction from the capital market. However, Bociarov and Leontiev (2014, p.199) divide internal sources into

active (self-financing) and hidden (net working capital, reserve fund, expired debt to suppliers, etc). Kovaliov (2011, p.84) divides the sources of formation of financial resources in short term and long term sources, emphasizing their cost and dividing them into paid and unpaid sources.

Paun C. divides sources of funding in own and term commitments (2008, p.8).

As a basic criterion for classification, Botnari uses the criterion of duration: long-term financing and short-term financing (2015, p.72-87).

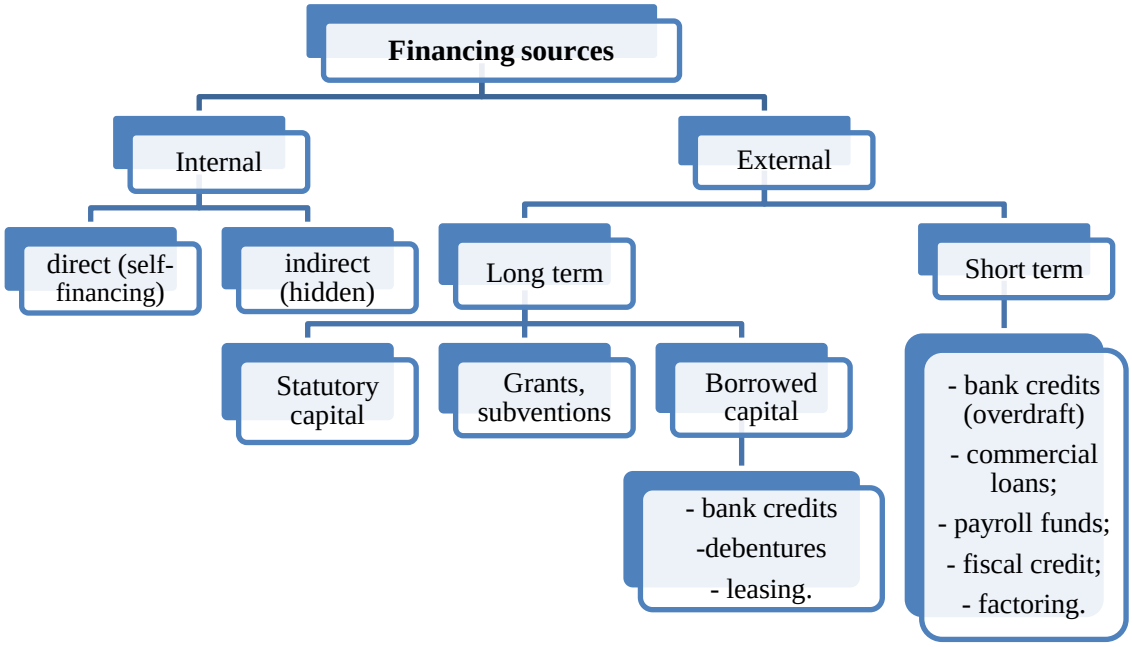



Fig. 2. Classification of sources of establishment of financial resources
Source: Developed by the author based on the information provided by Bocharov and Leontyev

The financing of the company represents the mobilization of resources from those with a surplus of resources (investors) to those who need them (businesses) through distinct mechanisms and instruments within organized markets (money or capital markets). This funding is intended to obtain funds (cash) to cover temporary needs arising from commercial activities or production or to develop the existing production capacity by implementing investment projects (Paun, 2008, p.84).

Entity's internal economic opportunities of establishing financial resources. The initial source of the establishment of financial resources is the constitution of statutory capital. Thus, depending on the legal form, the original sources of financing are contributions of shareholders, associates, bank loans (especially long-term) and state subsidies. At the next phase of development of any enterprise, the volume of production/services produced/provided that eventually take the form of cash are known as financial resources.

The main internal sources of formation of financial resources are earned from activities conducted by the company and depreciation deductions that can be considered direct ways of funding. Unlike the amortization fund, the remaining profit cannot be fully used, but according to the status and owners' decision (Sumedrea, 2011, p.126).

Apart from profit and amortization, "hidden" sources are also a part of internal sources of formation of financial resources (Bocharov & Leontyev, 2014, p.198) which include: net working capital, reserve fund, expired debt to suppliers, etc. They are actually some indirect ways of financing.

Although own sources are considered to be more expensive (often with an implicit cost) than those borrowed, their importance should not be neglected at least for three reasons:

- They give the company a degree of autonomy;
- Reduce the risk of losing control over the business;
- Enhance credibility (Doga-Mirzac & Gherjavca (2012), p.63).

The borrowed sources of the enterprise. Another category of sources is those borrowed, which include: bank credit, credit bonds, leasing, supplier credit, factoring, payroll, taxes. Many specialists argue that businesses have to access loans, when they enjoy a good financial situation, even if they do not need them at that time. This is done in order to create a good credit history, and when the need of borrowed money comes, they can have free access to them, and favorable loans conditions. Thus, bank credit is one of the sources that most businesses appeal to.

Bank credit. Although many businesses avoid in the start to contract loans, considering them one of the riskiest resources, however, it may offer significant advantages if managed correctly. Bank credit directly influences the growth of the company, namely:

- Lending to fill stocks of goods and materials influence the manufactured and sold production volume;
- Coverage of cash shortage;
- Funding different financial operations and credit sales, which have as an effect the growing demand for products;
- Financing of capital investments (Abor, 2017, p.38-39).

Accepting or not by the bank to provide credit is mainly done based on the information on company's financial situation, which reflects the performance of financial managers. Currently, commercial banks provide a number of credits depending on enterprise needs and characteristics.

Bonds. The bonds are financial instruments that allow the procurement of financial resources from the capital market, but not all companies have access to this form of financing. According to Moldovan legislation, namely the Law on Joint Stock Companies in the Republic of Moldova, only joint stock companies are allowed to issue bonds, which is a financial title of loan evidencing the right of the bonds holder to receive from the issuer its nominal value or nominal value and its related interest in the amount and terms established by the decision to issue bonds (Government of Republic of Moldova, 1997).

Leasing. A solution, if the company does not have sufficient financial resources and no guarantees for their procurement, is offered by leasing companies.

Leasing is another source of funding available to beginning enterprises. Compared to large enterprises, small and medium ones hardly get long-term loans due to lack of sufficient collateral. In these circumstances, an alternative could be leasing (Abor, 2017, p.43).

Leasing is a commercial operation whereby one party called lessor/financer transmits for a fixed period of time the right to use an asset whose owner is the other part, named user, at the request of the latter, against a periodical payment called leasing rate. At the end of the lease, the lessor/financer undertakes to respect the right of option to the user to purchase the asset, extend the leasing contract or to terminate the contractual relationship (Chisinau City Hall)

In other words, leasing proposes an advantageous solution for providing companies with necessarily fixed assets. The advantage of leasing is that it requires no collateral, which is often a problem in the case of accessing credit. However, concerning tax, lease payments are deductible, reducing thus the tax base. But the disadvantage is that in order to benefit from this operation, an initial capital is required, which is usually 20-30% of the leased asset, this sum being unavailable in some companies when they want to start a business. In this case, credit becomes more attractive (State Tax Service of Republic of Moldova, 2015).

In developed countries, leasing is a part of cheap financial resources compared to other financial resources from outside the enterprise (Doga-Mirzac et all, 2005. p 38-41).

Unfortunately, in the Republic of Moldova, these services are not attractive to most businesses, especially small ones because they lack the minimum resources needed to access this form of loan, which must be on average 20% of the requested loan (Moldova-Agroindbank).

The credit provided by suppliers. The credit provided by suppliers occupies a significant share in the total volume of financial liabilities of enterprises, especially the small ones. This type of funding is generally directed to supplement stocks of goods and materials. Although this form of financing is often free, it nevertheless involves certain commitments, whose failure to comply with provides for certain expenses (Shim & Siegel, 2008, p.68).

Factoring - possibility of short-term financing. Factoring is another possibility of short-term financing of an enterprise. Factoring is a financing mechanism for obtaining cash by selling bills with a maturity up to one year. While at first glance it seems that the only advantage of this tool to attract customers is the fact that they can benefit from goods even when they do not have money. However, it has several advantages for customers: on the one hand, customers can benefit the necessary products or goods at the appropriate time, and on the other hand, they can persuade the quality of products before they pay. For suppliers, however, postponement of payment is advantageous, on the one hand, because it contributes to increase of sales, on the other hand the company supplier faces a shortage of financial resources and also is at risk of not collecting the debt or their late payment. Economic imbalances make necessary to attract additional sources, which often can not be postponed. Thus, factoring creates the necessary conditions for rapid access to financial resources needed by the company to continue its activity without interruption (Abor, 2017, p.40-41).

The advantages of factoring financing can be judged from the analysis of several indicators, but primarily the increased sales volumes, which takes place under uninterrupted funding. Even if financing through factoring involves expenses as commission, however, the sales volume growth rate is higher than of the spending on factoring operations, which reflects positively on the final results of the company. Thus, factoring firm is the one who assumes the risk of being unpaid by the debtor, in this case, it must bear in mind certain aspects before taking claims (Leora, 2005, p.6-11).

Perspective financing modalities of the Moldavian enterprises. Payroll fund, even if it has another purpose - the wages - however, in specific cases can serve as a financial resource that can cover certain expenses of the company, other than labor remuneration. Using this funding without causing dissatisfaction among employees, depends on the management capacities of leaders. Thus, using certain techniques and methods, certain employees can be motivated to deny for a period of some of their wage income for the development of the enterprise. For example, in some foreign enterprises, managers stimulate employees to deny a part of the income through interest. Thus, if in the current month the employee denied a part of the salary, then the next month he will have a benefit of the wage plus interest calculated from the previous month salary and not just the amount deducted. It is evident that the applied rate, in this case, is quite small, but the benefits for employees are evident: are able to save and also to increase revenues. This technique can not be used permanently, and to all employees for at least two reasons: 1) not all employees have the same financial situation and 2) if the salary is little over the subsistence minimum, then it is not advisable to use this technique (Bragg, 2004, p.111).

For businesses with innovative products or services, there is another solution, namely "venture capital" or "risk capital" from venture capital funds. Venture funds represent some funds that are oriented towards start-up enterprises or who are already working but want to launch an innovative product or service, for which they are considered quite risky, but that promise great results in the future. Venture funds invest money in other small and medium enterprises. Abor, 2017, p.87-90).

International experience shows that foreign investors with innovation investment potential are interested in the high profitability of the made investments, and to assure transparent ways of minimizing the risk of potential losses. In the case of the Republic of Moldova, a special role should be assigned to attracting and encouraging venture investors (individuals or hedge funds) that will invest in projects of high technology at an early development stage, when the company involved in this process lacks in financial resources (Ganea & Bujor, 2014, p.61).

The organization accepts the support of the venture investor with the condition that he will participate in the social capital and management of the project implementation, and after a deadline imposed for the repayment of loan and interest, the business relations end. The main disadvantage of these funds is large amounts of credit offered by such funds (eg in Romania from 3000 to 200 thousand Euro) (Romanian Government, 2015).

In the Republic of Moldova, there is no legal framework for business angels and venture capital. The need to create a legal framework was presented in a concept of law on venture capital to the working group that met at the Ministry of Economy in July 2015. If the legal framework is successfully created, the domestic professional investors such as banks, insurance companies, pension funds, etc., may invest financial resources of over 100 thousand euros in venture capital through venture capital funds in shares or participation shares of SMEs. At the same time, there will be created conditions for entering the capital market of foreign venture capital funds (Comerzan, 2015).

Financing resources versus the development stage of the enterprise. Another important aspect in the formation of financial resources is their choice depending on the stage of development of the company.

Once created, the company has access to certain sources of funding and will have a certain structure of financial resources. During its work, however, needs increase, while the possibilities are also increasing, the guarantees of the company, which allows the use of other financial resources of higher quality.

Access to various sources of funding and used management methods depends on several factors on each stage. Table 1 presents the main features of the enterprise life cycle stages.

| **Criteria/featu es** | **Start** | **Development** | **Maturity** | **Decline** |
|---|---|---|---|---|
| Objectives | Cost optimization; Launching products; Attracting customers | Increasing production capacities; Sales growth; Gaining market; Attracting funding sou | Creating a brand; Improving the ima Diversifying produ services | Strategic reorientation |
| Number of employees | Small | Increases | Stable | Decreases |
| Organizational structure | Simple | Complex | Stable | Changes may occur |
| Management ty | Informal | Formal | Formal and inform | Possible informal |
| Income from sa | Small | Increasing | Stable or decreasin | Very small Search for new products |
| Cash-flow | Negative/Deficit | Positive /Exceeding | Positive /Exceedin | Negative /Deficit |
| Investments | Big | Big | If there is surplus c | From divestments |
| Needs for finan | High (long term) | Increase (in particula the need for working capital) | Decrease / low | At the case |
| Risk | High | Stable | Stable / grows | Big |

Table 1. The main features of the lifecycle of an enterprise

Source: Developed by the author based on the information provided by Kovalchuk

Conclusion. Once formed, the financial resources are used in order to fulfill their basic functions, but also to honor commitments to third parties (other businesses, state, commercial banks, insurance companies). Thus, the efficiency of financial resources management is determined not only by how the financial resources have been formed (financial structure), but also the directions of their use.

- Directions of use of financial resources and their volume depend on several factors, among which the most important are:
- Stage of development of the company. Thus, the initial financial resources are directed towards creating fix and circulating capital, after which the company completes its other funds;
- Legal form;
- The volume, the source of origin, and the term of use of financial resources. If financial resources are insufficient, priority activities are financed only. The latter is one of the optimization techniques of spending, which includes funding objectives strictly required at the moment, and no reduction in funding. The term for the use of financial resources is also important. In other words, in an enterprise, there must be a mutual understanding between the term of financing source and the invested assets, in order to not affect its financial equilibrium (Vintila, 2010, p.432).

Therefore, the main purpose of the policy of allocating financial resources in the enterprise is to optimize the proportions of financial resources directed in different activities so as to achieve the financial strategy of the company and increase its market value.

In market economy, businesses determine ways, volume and funding sources and directions for their use. The importance of efficient management of financial resources lies in the fact that the latter ensures the achievement of the strategic and tactical objectives, contributing to the increase of attractiveness for foreign investors. It should be noted that to achieve its main objective, namely maximizing its value, the company must use all available resources rationally and especially the financial ones. Thus, in order to improve the management of financial resources, there is required to create a mechanism of establishment and use of financial resources in the enterprise (Shim & Siegel, 2008, p.1-8).

Finally, the establishment and effective use of financial resources will have the effect of increasing the equity of the company, i.e. the wealth of owners. The mechanism of establishment and rational use of financial resources is based on methods to optimize the capital structure and business assets, as well as the correlation between these two compartments (Abor, 2017, p.199-200).

Efficient management of financial resources and therefore the company's capital is the premise of significant financial results. Adopting a wrong decision on the structure of financial resources and directions for their use could create financial imbalances or even lead to insolvency (Abor, 2017, p.220).

List of references

1. Abor, J.Y. (2017). Entrepreneurial Finance for MSMEs. Accra: Palgrave Mcmillan
2. Blank, I. A. (2011). Upravleniye finansovimi resursami.(Financial resources management). Moscow: Omega-L
3. Bocharov, V.V., Leontyev, V. E. (2014). Korporativniye finans.(Corporate Finance). Saint-Petersburg: Piter.
4. Botnar, N. (2015). Estimarea efectelor rotației capitalului asupra performanței financiare a întreprinderilor industrial. (Estimation of the effect of capital rotation on the financial performance of the industrial enterprises). Chisinau: Economica
5. Bragg, S.M. (2004). Accounting for payroll. Hoboken: Jhon Wiley & Sons.
6. Chisinau City Hall. Ghid de leasing. (Leasing Guide). accessed at http://www.primaria.md/p/11/Ghid-de-leasing

7. Comerzan, D. (2015). Finanţarea nebancară a întreprinderilor mici şi mijlocii prin intermediul business angels şi a capitalului de risc.(Non-bank financing of small and medium enterprises through business angels and venture capital): Edufin. accesed at http://edufin.md/finantarea-nebancara-a-intreprinderilor-mici-si-mijlocii-prin-intermediul-business-angels-si-a-capitalului-de-risc/

8. Doga-Mîrzac, M., Gherjavca, S. (2012). Financing business in the field of small and medium business. Bucharest: Universitatea de Stiinte Economice si Medicina Veterinara

9. Doga-Mîrzac, M., Şestacovscaia, A., Gherjavca, S. (2005). Leasingul-o formă de susţinere a antreprenoriatului mic şi mijlociu din Republica Moldova. (The leasing - a form of support of small and medium entrepreneurship from the Republic of Moldova). Bucuresti: Romanian Academy

10. Ganea, V., Bujor, O. (2014). Politica inovaţională şi factorii actuali de creştere economică: interacţiune şi integrare. (Innovation policy and the current growth factors: interaction and integration). Chisinau: ASM

11. Government of Republic of Moldova. (1997). Legea RM privind societățile pe acțiuni Nr.1134 din 02.04.1997 Publicat: 12.06.1997 în Monitorul Oficial Nr. 38-39 art Nr: 332. (The law relating to public limited companies RM No. 1134 from 02.04.1997 Published: 12.06.1997 in Official Gazette No. 38-39 art No.: 332)

12. International Monetary Fund, (2000). Monetary and financial statistics manual. Washington: International Monetary Fund

13. Kovalchuk, T. (2011). Etapi razvitiya kompanii. (Stages of company development) accessed at http://www.trn.ua/articles/1536/

14. Kovalev, V.V. (2011). Upravleniye finansovoy strukturoy firmi. (Management of the financial structure of the firm). Moscow. Prospekt

15. Leora, K. (2005). The Role of Factoring for Financing Small and Medium Enterprises. Washington: The World Bank

16. Moldova-Agroindbank. Esenta leasingului. (the essence of leasing). Accesed at Esența leasingului http://www.leasing.md/hosting/leasing/lsmain.nsf/rom/page/essence

17. Paun, C. (2008). Finanţarea afacerilor. Oportunităţi de finanţare în contextul integrării europene. (Financing business. Funding opportunities in the context of European integration). Bucharest: Comunicare

18. Romanian Government. (2015). Legea 120/2015 privind stimularea investitorilor individuali-business angels. Legea privind investitorii individuali Business Angels Publicat în Monitorul Oficial, Partea I nr. 382 din 2 iunie 2015. (Law 120/2015 concerning boosting individual investors-business angels. The law relating to individual investors and Business Angels, published in the Official Gazette, part I no. 382 of 2 June 2015). accesed at http://www.dreptonline.ro/legislatie/legea_120_2015_stimularea_investitorilor_individuali_business_angels.php

19. Shim, J.K., Siegel J.G. (2008). Financial Management. New York: Barron's Educational Series

20. State Tax Service of Republic of Moldova. (1997). Codul fiscal al RM (Tax Code of RM). accessed at http://www.lex.md/fisc/codfiscaltxtro.htm

21. Sumedrea, S. (2011). Management Financiar. (Financial Management). Brasov: Transilvania University

22. Vintila, G. (2010). Gestiunea financiara a intreprinderii. (Financial management of the enterprise). Buchares: Didactica si Pedagogica

## ОЦЕНКА РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ КАК ЧАСТИ ФИНАНСОВОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА, НАПРАВЛЕННОЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЕГО ФИНАНСОВОЙ СТАБИЛЬНОСТИ

***Толмачева И.,***

кандидат экономических наук, доцент, Приднестровский государственный университет им Т. Г. Шевченко
***Мазур Е.,***
кандидат экономических наук, доцент Приднестровский государственный университет им Т. Г. Шевченко

Abstract:
In today's context, the State pays great attention to the implementation of financial policies aiming to form its financial stability. One of the major directions within the state is the real sector of the economy, on which depends the financial activities of the State and the achievement of the goals and objectives. If the real sector of the economy of the state is constrained and decreases the business and financially activity, then, in this situation it is required a set of measures aimed to correct the financial situation and to improve the financial stability of the state.

Key words: Financial policy, real sector of the economy, financial stability.

Финансовая политика государства на сегодняшний день остается одним их приоритетнейших направлений развития и существования государства. Именно действия государственных органов, органов местного самоуправления в области управления финансовыми ресурсами, их образование, движение и расположение влияют на достижение поставленных целей и решение задач в аспекте финансовой политики государства. Любое государство независимо от своего экономического и финансового развития стремится к формированию максимальной финансовой стабильности, как высшего достижения.

Проблема исследования заключается в необходимости анализа финансового состояния реального сектора экономики государства как один из важнейших элементов внешнего воздействия на процесс формирования финансовой политики государства, что позволит уточнить состояние финансовой политики государства и влияния на его финансовую стабильность. Можно подчеркнуть взаимосвязь между состоянием финансовой политики государства и финансовой стабильностью: чем качественнее реализуется по своим направлениям финансовая политика, чем выше уровень финансовой стабильности государства. Эта трактата позволяет подчеркнуть актуальность проблемы исследования.

Финансовая политику можно сформулировать как совокупность мер, элементов, составляющих и формирующих финансовую систему государева и направленных на реализацию целей финансового характера в текущей, среднесрочной и долгосрочной перспективе [3].

Финансовая политика государства включает несколько элементов: бюджетная, налоговая, банковская (кредитная), инвестиционная политика и финансовая политика хозяйствующих субъектов. Добавляем финансовую политику хозяйствующих субъектов, потому именно они являются основными самыми крупными налогоплательщиками внутри государства. Они также являются основными заемщиками в банковской сфере, именно они своей эффективной деятельностью и положительными финансовыми результатами формируют бюджет государства. Инвестиционная политика также реализуется при помощи хозяйствующих субъектов [1].

Таким образом, элементы финансовой политики не могут быть реализованы без хозяйствующих субъектов, их деятельности. В связи с этим возникает интерес относительно их деятельности, истинного финансового положения, выяснения положительных и отрицательных результатов с целью формирования комплекса мер, направленных на оптимизацию их финансовой деятельности. Рассмотрим и проанализируем финансовые результаты не отдельных предприятий, а отраслей народного хозяйства, что представляет наибольший интерес. Отрасли народного хозяйства, особенно материального и нематериального производства составляют

реальный сектор экономики государства. Именно в нем создаются товары, продукция, услуги, которые служат источником насыщения внутреннего рынка, для ведения внешнеэкономической деятельности, формирования золотовалютных резервов государства и реализации финансовой политики при формировании высокого уровня финансовой стабильности государства.

Основываясь на данных, предоставляемых Государственной службой статистики Приднестровской Молдавской Республики соответственно приведем данные по отраслям и сформулируем выводы [5].

Для анализа взяты только семь отраслей народного хозяйства среди девятнадцати наиболее важные как сектор реальной экономики. Уровень показателей рентабельности по основным отраслям народного хозяйства ПМР за период 2011-2016 годы указано в таблице 1. Если обратить внимание, то получается, что показатели рентабельности производственной деятельности по всем девятнадцати отраслям экономики показывают снижение в период с 2011 года по 2015 год, а в 2016 году увеличение до значения 9,3, также и по рентабельности реализованной продукции.

Таблица 1

Уровень показателей рентабельности по основным отраслям народного хозяйства ПМР за период 2011-2016 годы

| № п/п | Название отрасли | Рентабельность производственной деятельности | | | | | | Рентабельность реализованной продукции | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| | ВСЕГО | 11,0 | 11,1 | 9,6 | 8,5 | 8,9 | 9,3 | 12,4 | 12,4 | 10,7 | 9,3 | 9,8 | 10,3 |
| 1. | Промышленность | 10,9 | 11,7 | 10,1 | 8,5 | 9,5 | 10,0 | 12,2 | 13,3 | 11,2 | 9,3 | 10,5 | 11,1 |
| 2. | Сельское хозяйство | 28,8 | 18,3 | 16,7 | 16,6 | 8,1 | 6,7 | 40,5 | 22,3 | 20,1 | 19,9 | 8,8 | 7,2 |
| 3. | Лесное хозяйство | 22,4 | 28,0 | 36,7 | 38,7 | 39,4 | 26,4 | 28,9 | 38,8 | 58,0 | 63,2 | 65,0 | 35,8 |
| 4. | Транспорт | 0,3 | 6,2 | 8,2 | 13,3 | 13,3 | 11,0 | 0,3 | 6,6 | 8,9 | 15,3 | 15,4 | 12,3 |
| 5. | Связь | 19,0 | 14,5 | 12,7 | 12,4 | 16,8 | 15,4 | 23,5 | 17,0 | 14,5 | 14,1 | 20,2 | 18,2 |
| 6. | Строительство | 14,8 | 9,9 | 9,9 | 7,6 | 3,2 | 7,0 | 17,4 | 11,0 | 11,0 | 8,2 | 3,3 | 7,5 |
| 7. | Торговля и общепит | 9,9 | 10,1 | 8,5 | 7,2 | 7,1 | 8,5 | 11,0 | 11,3 | 9,3 | 7,7 | 7,6 | 9,3 |

Источник: www.mepmr.org, [5]

Промышленность показывает снижение за пять лет на 14,74% и увеличение в 2016 году по сравнению с 2015 годом на 5,26%. Сельское хозяйство за шесть лет показывает снижение на 329,85%. Лесное хозяйство за пять лет показывает увеличение рентабельности производственной деятельности 42,11%, а в 2016 году по сравнению с 2015 годом снижение на 33%. Транспорт также первые пять лет увеличивает рентабельность на 4 333%, а в 2016 году по сравнению с 2015 годом показывает снижение на 20,9%. Связь за шесть лет снижается на 23,38%, строительство на 52,7%, торговля и

общепит снизилась на 27,27% за первые пять лент, а в 2016 году по сравнению с 2015 годом увеличилась на 19,72%.[4]

Получается, что показали рост за первые пять лет лесное хозяйство и транспорт, все остальные основные отрасли показали снижение данного показателя, а в 2016 году рост показали промышленность и строительство.

Также отметим изменение показателей по рентабельности реализованной продукции. Всего по всем отраслям народного хозяйства снижается значение на 20,98% за первые пять лет, а в шестом году увеличивается на 5,1%. Непосредственно за первые пять лет снижение происходит по промышленности, сельскому хозяйству, связи, строительству, торговле и общепиту соответственно на 13,93%, 78,27%, 14,04%, 81,03%, 30,91%. Лесное хозяйство и транспорт за первые пять лет показывают увеличение показателя рентабельности реализованной продукции соответственно на 124,91% и 5 033%. В 2016 году по сравнению с 2015 годом увеличивается значение по промышленности на 5,71%, строительство на 127,27% и торговля и общепит на 22,37%.

Платежеспособность по отраслям экономики Приднестровья также проведем анализ выборочно по отдельным отраслям и всего по всем отраслям. Абсолютная ликвидность предполагает, что денежные средства покрывают краткосрочные обязательства отрасли. Текущая ликвидность предполагает, что краткосрочные обязательства покрываются суммой оборотных активов, причем по этим показателям имеются нормы нижних границ. Если происходит снижение, то можно говорить и подсчитывать определенный процент реализации финансового риска снижения платежеспособности отрасли [4]. Коэффициенты ликвидности по отраслям всего и по нескольким отдельным отраслям приведены в таблице 2.

Таблица 2

Коэффициенты ликвидности по отраслям всего и по нескольким отдельным отраслям за период 2011-2016 годы

| № п/п | Название отрасли | Коэффициент абсолютной ликвидности (норма 0,25-0,3) на конец периода | | | | | | Коэффициент текущей ликвидности (норма 2,0) на конец периода | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| | ВСЕГО | 0,064 | 0,096 | 0,094 | 0,084 | 0,075 | 0,1 | 0,977 | 1,055 | 1,065 | 1,078 | 1,263 | 1,179 |
| 1. | Промышленность | 0,049 | 0,074 | 0,047 | 0,073 | 0,066 | 0,088 | 0,716 | 0,714 | 0,718 | 0,794 | 1,081 | 1,023 |
| 2. | Сельское хозяйство | 0,029 | 0,029 | 0,064 | 0,078 | 0,069 | 0,143 | 1,084 | 1,526 | 2,11 | 2,803 | 2,746 | 2,072 |
| 3. | Лесное хозяйство | 0,308 | 0,542 | 1,248 | 1,853 | 1,383 | 1,439 | 2,741 | 2,190 | 2,998 | 3,519 | 2,845 | 3,279 |
| 4. | Транспорт | 0,059 | 0,06 | 0,074 | 0,069 | 0,066 | 0,058 | 1,052 | 0,994 | 1,168 | 0,994 | 0,988 | 0,983 |
| 5. | Связь | 0,773 | 0,611 | 0,517 | 0,422 | 0,531 | 0,381 | 1,867 | 1,979 | 1,552 | 1,342 | 1,947 | 1,287 |
| 6. | Строительство | 0,210 | 0,351 | 0,237 | 0,196 | 0,038 | 0,063 | 1,835 | 2,252 | 2,106 | 3,050 | 1,233 | 1,369 |
| 7. | Торговля и общепит | 0,619 | 0,2 | 0,34 | 0,122 | 0,121 | 0,153 | 7,988 | 2,36 | 2,534 | 2,178 | 2,604 | 1,760 |

Источник: www.mepmr.org, [5]

По первому коэффициенту абсолютной ликвидности соблюдены нормативы на протяжении всего периода анализа – лесное хозяйство, связь, за два года – строительство (2012 и 2013 годы), а в 2011 и 2013 годах – торговля и общепит. Остальные отрасли, представленные для анализа показывают значения ниже норматива. В 2016 году нормативным значениям соответствует только лесное хозяйство и связь. Например, промышленность и транспорт риск снижения абсолютной ликвидности составляет в 2015 году – 73,6%, в 2016 году – 64,8%, сельское хозяйство в 2015 году – 72,4%, в 2016 году – 42,8%, строительство в 2015 году – 84,8%, в 2016 году – 74,8%, торговля и общепит в 2015 году – 51,6%, в 2016 году – 38,8%.

Всего по отраслям народного хозяйства риск снижения платежеспособности составляет в 2015 году 70,0%, в 2016 году – 60,0%.

Теперь аналогично рассмотрим коэффициенты текущей ликвидности на основе данных таблицы показателей ликвидности. Текущая ликвидность соблюдается по нормативам за период 2013 – 2016 годы в сельском хозяйстве, на протяжении всего периода анализа в лесном хозяйстве, в период с 2012-2014 годы в строительстве, и в торговле и общепите на протяжении всех пяти лет. Также отрасли в совокупности показывают риск текущей ликвидности, например, в 2015 году он составляет 58,35%, а в 2016 году – 41,05%.

После анализа нескольких отраслей экономики, которые относятся к основным, особенно промышленность и сельское хозяйство, необходимо провести анализ также и налоговых сумм, которые отрасли перечислили за указанные шесть лет в бюджет и внебюджетные фонды государства. Большее внимание привлекает основной налог по отраслям экономики – налог на доходы организаций. Также основываясь на данных Государственной службы статистики сформируем данные по платежам, фактически внесенных в бюджет и внебюджетные фонды по отраслям народного хозяйства, налогу на доходы организаций и отразим в таблице 3.

Таблица 3

Платежи фактически внесенные в бюджет и внебюджетные фонды по отраслям экономики в виде налога на доходы организации за период 2011-2016 годы, тыс.руб.

| № п/п | Название отрасли | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Всего | 611 687 | 731 299 | 730 050 | 755 832 | 754 395 | 697 221 |
| 1. | Промышленность | 378 753 | 408 422 | 373 750 | 393 920 | 457 494 | 411 405 |
| 2. | Сельское хозяйство | 2 003 | 4 046 | 3 791 | 4 042 | 3 996 | 2 882 |
| 3. | Лесное хозяйство | 384 | 343 | 425 | 395 | 374 | 399 |
| 4. | Транспорт | 32 992 | 41 941 | 44 594 | 55 076 | 52 401 | 48 520 |
| 5. | Связь | 54 245 | 62 776 | 71 036 | 71 765 | 72 089 | 64 709 |
| 6. | Строительство | 22 008 | 17 071 | 13 505 | 12 732 | 6 642 | 4 798 |
| 7. | Торговля и общепит | 103 497 | 176 049 | 191 869 | 184 552 | 131 880 | 136 866 |

Источник: www.mepmr.org, [5]

Основываясь на данных таблицы необходимо выделить, что значение платежей фактические внесенных в бюджет и внебюджетные фонды по отраслям экономики в виде налога на доходы организаций всего повышалось с 611 687 тысяч рублей в 2011 году до 754 395 тысяч рублей в 2016 году, темп прироста составил 23,33%, но в 2016 году по сравнению с 2015 годом произошло снижение суммы платежей всего на 7,58%.

Сумма налогов на доходы организации по промышленности имеют волнообразное состояние, то есть периоды незначительного роста и падения, но стоит отметить, что за шесть лет все-таки произошел рост суммы налога на доходы организаций на 8,62%.

Хотя инфляция за шесть лет выше по значению, только за 2016 год темп инфляции по Приднестровью составил 4,44%, в 2012 году – 10,43%. Таким образом, по покупательной способности национальной валюты налоговые платежи обесценились. По сельскому хозяйству также можно отметить определенное волнообразное значение суммы налога на доходы организаций, причем в отдельные периоды рост составлял более 100%, но наблюдаем тенденцию снижения к концу 2016 года. Лесное хозяйство также передает тенденцию незначительного изменения то в сторону увеличения, то в сторону уменьшения. Транспорт по сумме налога на доходы организаций уверенно увеличивался первые пять лет, затем происходит снижение уплачиваемых сумм налога на доходы организаций на 7,4%, такая же тенденция наблюдается и у связи, падение происходит после роста в 2016 году на 10,23%. Строительство на протяжении периода оценки показывает постепенное снижение уплаты налога на доходы организации на 78,2%. Торговля увеличивает свои отчисления в виде налога на доходы организации до 2013 года включительно, а затем происходит постепенное снижение. Можно подвести определенный итог, что в 2013 году государство увеличило для отраслей народного хозяйства значение единого социального налога и акцизов, что приводит с начало к росту отчислений, но постепенно приходит и спад по сумме налога на доходы организаций. В 2016 году по сравнению с 2015 годом все отрасли народного хозяйства за исключением лесного хозяйства и торговли и общепита показали падение сумм отчислений в виде налога на доходы организаций. Основные отрасли реального сектора экономики снижают суммы перечисления суммы налога на доходы организаций, значит происходит снижение объемов продажи готовой продукции. Такая ситуация соответственно отражена в коэффициентах рентабельности по тем же отраслям экономики, за исключением промышленности, там наблюдается незначительный рост.

Далее приведем данные по общей сумме платежей фактически внесенных в бюджет и внебюджетные фонды по отраслям экономики за период 2011-2016 годы, отразим в таблице 4.

Таблица 4

Общая сумма платежей фактически внесенных в бюджет и внебюджетные фонды по отраслям экономики за период 2011-2016 годы, тыс. руб.

| № п/п | Название отрасли | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Всего | 1 594 909 | 1 673 957 | 2 251 932 | 2 490 952 | 2 505 638 | 2 116 411 |
| 1. | Промышленность | 932 173 | 944 656 | 1 057 955 | 1 067 328 | 1 076 129 | 1 049 234 |
| 2. | Сельское хозяйство | 48 151 | 36 768 | 39 298 | 54 322 | 60 501 | 62 826 |
| 3. | Лесное хозяйство | 2 793 | 2 603 | 2 670 | 3 045 | 3 102 | 2 863 |
| 4. | Транспорт | 103 589 | 107 658 | 127 230 | 149 924 | 178 329 | 163 871 |
| 5. | Связь | 106 148 | 105 778 | 127 565 | 145 021 | 148 128 | 144 083 |
| 6. | Строительство | 54 730 | 60 323 | 45 410 | 41 912 | 38 419 | 22 519 |
| 7. | Торговля и | 261 560 | 335 918 | 743 001 | 894 939 | 856 165 | 540 390 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | общепит | | | | | | |

Источник: www.mepmr.org, [5]

Основываясь на данных таблицы 4 необходимо подчеркнуть, что общая сумма платежей фактически внесенных в бюджет и внебюджетные фонды по отраслям экономики всего за период 2011-2016 годы увеличивается до 2015 года включительно, а в 2016 году происходит снижение также как и со значением суммы налога на доходы организации, и составляет снижение – 15,53%, а по налогу на доходы организаций снижение было зафиксировано на уровне 7,58%. Таким образом, происходит снижение сумм уплаты других видов налогов, что естественно должно быть исправлено государственными властями за счет изменение налогового бремени. Можно сделать предварительный вывод о налоговой нагрузки, которая к сожалению выполняет не стимулирующую функцию, а функцию снижения деловой активности отраслей экономики.

Далее рассмотрим по отдельным отраслям экономики суммы налоговых платежей перечисленных в бюджет и внебюджетные фонды: промышленность также показывает рост первые пять лет, а затем снижение; сельское хозяйство за исключение 2012 года показывает только рост, даже в 2016 году; лесное хозяйство также как пи промышленность снижает суммы налоговых отчислений в 2016 году; транспорт и связь в такой же тенденции как и промышленность и лесное хозяйство; Строительство за последние пять лет показывает снижение сумм отчислений; торговля и общепит снижают отчисления с 2015 года. Среди рассматриваемых отраслей незначительный рост наблюдается только лишь в сельском хозяйстве, а по другим отраслям прослеживается снижение.

Такая ситуация в большинстве отраслей подчеркивает нехватку денежных средств для покрытия различных обязательств, снижение отчислений связано не со снижением налоговой нагрузки, а наоборот подчеркивает проблемы снижения деловой активности отраслей экономики. Реальный сектор экономики является наиболее важным для государства, для реализации качественной финансовой политики. Следовательно, государству необходимо обратить внимание на уровень налоговой нагрузки для отраслей народного хозяйства и вырабатывать механизмы и меры, направленные на стимулирование их развития и формирования привлекательных условий для инвестиций. С другой стороны для государства очень важно реализовывать финансовую политику для формирования финансовой стабильности государства [2].

При таких результатах оценки и анализа реального сектора экономики необходимо направлять усилия для выравнивания финансовой стабильности государства. Кризисные финансовые явления подчеркивают сниженный уровень финансовой стабильности, а значит необходимо улучшать внутренние условия ведения предпринимательской деятельности, касаясь областей: совершенствование системы налогообложения в части оптимизации налоговой нагрузки экономических субъектов, упрощение порядка исчисления уплаты налогов, упрощение ведения отчетности, упрощение ведения внешнеэкономической деятельности, оптимизация денежно-кредитных отношений, содействие предпринимательской и инвестиционной активности, оптимизация тарифной политики и государственных закупок. Этот комплекс мер будет способствовать реализации качественной финансовой политики государства, а значит и повышению его финансовой стабильности.

Список литературы

1. Зубкова В. Финансовая стабилизация предприятия // Научный вестник: Финансы, банки, инвестиции. – 2016/№ 4. – С.61-67

2. Кормилицына И. Финансовая стабильность: сущность, факторы, индикаторы // Финансы и кредит. – 2011. - № 35 (467). – С.44-54

3. Нигматуллин И. Государственная финансовая политика: основы формирования и региональные приоритеты. Уфа: Башкирский институт социальных технологий (филиал) ОУП ВО «АТиСО», 2014. 212 с.
4. Толмачева И. Кризис и способы его преодоления // Экономика и предпринимательство, 2016/ №5. С.1084-1086.
5. Финансовая деятельность предприятий. [Электронный ресурс]. USR: http://www.mepmr.org (дата обращения 28.10.2017 г.)

## СЕКЦИЯ 2. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГУМАНИТАРНЫХ НАУК В МИРЕ

### ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН.

***Бугубаева Р.О.,***
Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, г.Караганда
***Ильясова З.Р.***
Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, г.Караганда

Одним из важных условий реализации государством своих функций является формирование эффективной структуры государственного управления и соответствующего аппарата, способного профессионально действовать в новой экономической и политической среде. Процесс становления системы государственного управления в Казахстане с момента обретения независимости можно разделить на три этапа.

Целью исследования является выявление тенденций в системе государственного управления в процессе реализации государственной политики

Первый этап развития системы государственного управления пришелся на 1990-1993 годы и характеризуется переходом Казахстана к самостоятельному развитию, а также принятием Закона «О государственной независимости Республики Казахстана», в результате которого был официально закреплен статус Казахстана как независимого, правового и демократического государства [6].

Однако, первым существенным шагом на пути к созданию нового, суверенного и самостоятельного государства послужило принятие «Декларации о государственном суверенитете Казахской Советской Социалистической Республики». И, 20 ноября 1990 года был подписан Закон «О совершенствовании структуры государственной власти и управления в КазССР и внесении изменений и дополнений в Конституцию КазССР». Согласно этому Закону, была учреждена должность Вице-президента Казахской ССР, Совет Министров был преобразован в Кабинет Министров, и были образованы посты Премьер-министра, министров, председателей государственных комитетов КазССР [2].

Изменения в структуре органов государственной власти обусловили принятие соответствующих изменений и дополнений в Конституцию страны.

Главными итогами первого периода являются:

– централизованность системы государственного управления,
– широкомасштабность рыночных преобразований
– и поиск оптимальной для Казахстана модели организации государственной службы.

Второй этап охватывает перид с 1993 по 1995 годы, и в основном, характеризуется принятием новой Конституции независимого Казахстана 1993 года. Это событие сыграло огромную роль для развития государственного управления, так как укрепились позиции Президента, который стал не только главой государства, но и возглавил единую систему исполнительной власти. Следующим шагом становления государственной системы, стало принятие Закона «О местных исполнительных и представительных органах в Республике Казахстан», который в свою очередь, внес изменения в название, структуру и полномочия

местных органов исполнительной власти. В этот период также был законодательно закреплен базовый принцип разделения ветвей власти, согласно которому, представительные, исполнительные и судебные органы страны были определены как самостоятельные ветви государственной власти [4].

Третий этап охватывает период с 1995 года по настоящее время. Наступление этого этапа было ознаменовано принятием 30 августа 1995 года на республиканском референдуме новой Конституции Республики Казахстан, действующей по сей день. Согласно Конституции, был образован двухпалатный парламент (Сенат – верхняя палата, Мажилис – нижняя палата), и юридически закреплена президентская форма правления. Президент получил конституционные полномочия осуществлять согласование действий всех трех ветвей власти [5].

Определяя задачи и пути их реализации по повышению эффективности всей системы государственного управления в целях динамического развития республики, Н. А. Назарбаев в послании народу Казахстана отметил, что «после завершения формирования основ государства нам предстоит кропотливая работа по отлаживанию механизмов управления. Приводным ремнем этих механизмов должны стать только законы. В противном случае говорить о демократической государственности нет смысла» [1].

Начиная с 1997 года, когда была обнародована стратегическая программа «Казахстан- 2030», акцент институциональной и правовой реформы сменился на качественное наполнение и повышение эффективности системы государственного управления. Становление современной государственной службы Республики Казахстан связано с принятием Закона «О государственной службе», главной целью которого является реализация конституционного права граждан на равный доступ к государственной службе, ее профессионализация и законность [3].

В ходе дальнейшего развития событий по поиску оптимальной казахстанской модели формирования системы государственного управления была принята программа демократизации политических реформ, основными целями которой являлись усиление роли Парламента и неправительственных организаций. В соответствии с этим устанавливается подотчетность Кабинета Министров перед Парламентом республики и повышается статус неправительственных институтов в жизни общества и их воздействие на государственные органы власти в целях создания правового гражданского общества.

Лидер нации, выступая на XVI съезде партии «Нур Отан», выдвинул пять институциональных реформ: формирование современного государственного аппарата, обеспечение верховенства закона, индустриализация и экономический рост, нация единого будущего, транспарентное подотчетное государство. Пять реформ – это 5 векторов силы, которые в сумме своей определят поступательное движение Казахстана только вперёд. «100 конкретных шагов придадут Казахстану такой запас прочности, который позволит уверенно пройти сложный период испытаний, не сбиться в пути реализации «Стратегии- 2050» и укрепить казахстанскую государственность» [8].

В своем Обращении к народу от 25 января 2017 года Президент Казахстана объявил о подготовке важной конституционной реформы, которая будет свидетельством развития демократических процессов в обществе, дальнейшей модернизации политической системы и несомненно, способствовать повышению эффективности системы управления. [7].

В результате проделанной работы, постепенно выстраивается своеобразная модель реформирования государственного управления, где важными направлениями являются подготовка и продвижение кадров, поддержание высокой репутации государственной службы, создание эффективной системы противодействия коррупции, усиление принципов меритократии, прозрачности и подотчетности обществу и государству. Все это в совокупности является важнейшим фактором в обеспечении конкурентоспособности системы государственного управления и качественного оказания государственных услуг

населению, что значительно облегчает переход к эффективному демократическому управлению.

Список литературы

1. Джандосова Ф. Как нам реорганизовать государственный аппарат.// Технологии управления. 2004. - с. 6-10.

2. Закон «О совершенствовании структуры государственной власти и управления в КазССР и внесении изменений и дополнений в Конституцию КазССР» // https://egov.kz/cms/ru/law/list/Z900004000

3. Закон Республики Казахстан «О государственной службе» от 23 июля 1999 г. // https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1013958

4. Конституция Республики Казахстан от 28.01.1993 г. //https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1010212#pos=4;-202

5. Конституция Республики Казахстан от 30.08.1995 г. //http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1005029

6. Мишель Монтень. Опыты. Книга 3. М.: Голос, 1992. - 384 с.

7. Назарбаев разъяснил суть реформы по перераспределению власти //КАЗИНФОРМ. 2017 //http://www.inform.kz/ru/nazarbaev-raz-yasnil-sut-reformy-po-pereraspredeleniyu-vlasti_a2992761

8. «План нации: 100 конкретных шагов по реализации пяти институциональных реформ» Главы государства Нурсултана Назарбаева 2015. // https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31977084

## ПРОБЛЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ВЫСШИМ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ ОБРАЗОВАНИЕМ В КАЗАХСТАНЕ

***Бугубаева Р.О.,***
Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза,
***Бегежанов Б.А.,***
Карагандинский государственный медицинский университет, г. Караганда

Введение. Существующие проблемы в сфере образования Казахстана: административное, распорядительное управление вузами, подавляющие инициативу и вариативность; обособленность высшего образования; отсутствие обратной связи вузов с производством, с органами территориального управления и населением требуют пересмотра стратегии, форм и методов управления высшим образованием.

Цель. Изучить ситуацию в управлении системой высшего образования и наметить пути совершенствования.

Трансформация общественных отношений вызвала изменения, как в целом сферы образования, так и высшего образования в частности, которое во многом определяет успех и темпы развития страны. Целостность и эффективность действия системы образования в первую очередь зависит от адекватной системы государственного управления образованием.

Управление образованием – это целенаправленная деятельность центральных и местных исполнительных органов власти по обеспечению организации, функционирования и развития системы образования.

Современная ситуация в управлении казахстанской системой высшего образования вселяет уверенность в будущее. Возросла степень автономности в управлении своей деятельности, появилась большая свобода в определении образовательной политики, создана конкурентная среда. Однако эти преобразования сопровождаются рядом негативных моментов: растет несоответствие подготовки специалистов современным требованиям к качеству высшего образования, углубляются диспропорции между

предложением образовательных услуг и потребностями в них, наблюдается преобладание государственных организационно-экономических механизмов управления системой высшего образования, обостряется конкуренция на рынке образовательных услуг [1].

Становление Казахстана как суверенного государства, проводимая в стране социально-экономическая реформа, расширение рыночных отношений обусловили необходимость изменения механизма управления в сфере образования. Смысл нового механизма означает, прежде всего, ликвидацию монополии государственных органов и их чрезмерной административной власти, отказ от планово-директивного регулирования всех сторон деятельности образовательных учреждений.

Задачи модернизации системы управления образовательными организациями приобрели в настоящее время особую актуальность. Весьма важной является проблема управленческого обеспечения качества образования [2]. Трудности, с которыми сталкивается современный руководитель образовательного учреждения высшего образования, связаны, в первую очередь с -нехваткой высокопрофессиональных специалистов, способных обеспечить соответствующее качество оказания образовательных услуг. Показателями качества образовательной программы могут служить:

- уровень научных наработок по направлению образовательной программы профессорско-преподавательского состава, реализующего данную программу: доля преподавательского состава, обладающего ученой степенью, количество публикаций преподавателей по тематике образовательной программы, индексы цитирования, количество защитившихся докторантов и аспирантов, участие профессорско-преподавательского состава в проектах по направлению образовательной программы;
- качество трудоустройства выпускников: количество и доля выпускников, трудоустроившихся по специальности, соответствующей полученной образовательной программе, доля специалистов, подготовленных в рамках договоров с работодателями о целевом обучении;
- международная интеграция – характеризуется количеством и долей иностранных студентов, количеством и долей иностранных преподавателей, количеством и долей курсов, преподаваемых на иностранных языках.

Одной из проблем, связанных с управлением системой образования, является финансирование образовательной деятельности. Недостаточное финансирование в совокупности с высоким износом основных фондов казахстанских вузов затрудняет качественную организацию учебного процесса в вузах страны.

С 2000 по 2015 годы расходы на образование в республике выросли в 9,5 раз. За 2016 год расходы государственного бюджета составили 1,6 трлн. тенге, увеличившись на 22% по сравнению с 2015 годом, хотя в последние годы среднегодовое увеличение составляло лишь 4%. Резкий рост обусловлен введением «Государственной программы развития образования и науки 2016-2019» (ГПИИР). Эта программа направлена на увеличение доступности и качества образования путем модернизации содержания и улучшения качества педагогического состава с учетом потребностей приоритетных направлений и предприятий ГПИИР.

В структуре госбюджета расходы на образование составляют ежегодно 17-18% от всех затрат и находятся на 2-м месте после расходов на социальную помощь и социальное обеспечение [3]. Однако доля государственных расходов на образование в процентах к ВВП составила лишь 3,5%, что по прежнему в 1,5-2 раза меньше, чем в развитых странах.

Во всем мире считается нормальным уровень расходов на образование в пределах 5-6% к ВВП. В странах ОЭСР уровень расходов на образование в среднем составляет 6,2% к ВВП, причем 85% затрат на образование финансируются государством. В Казахстане же сфера образования на 80% финансируется средствами местных бюджетов, и только высшее образование и программы республиканского уровня финансируются за счет средств республиканского бюджета.

Также о состоянии образования в Казахстане можно судить по уровню претендентов на поступление в вузы по госзаказу. Это только 15% выпускников школ. В итоге в Казахстане за счет госбюджетных средств обучается примерно 80-90 человек на 10 тыс. населения.

В России, например в соответствии законодательством за счет госбюджета должно обучаться не менее 170 студентов на 10 тыс. чел. населения. В государствах Европы этот показатель еще выше – 300 студентов на 10 тыс. населения с затратами на уровне 10 тысяч долларов США в год на 1 студента [4].

Таким образом, в сравнении с другими государствами для Казахстана характерно недофинансирование системы образования.

Как видим, государство не уделяет должное внимание поддержанию материально-технической базы вузов, а прилагает основные усилия индивидуальному финансированию обучения конкретных студентов.

Большинство учебных заведений в связи с постоянным недофинансированием из госбюджета научились привлекать внебюджетные средства, то есть соучастие работодателя в подготовке специалистов, необходимых экономике. Однако без соответствующей поддержки со стороны государства система образования не в состоянии успешно развиваться.

Результаты исследования. В ходе данного исследования выявлено, что образовательные учреждения высшего образования испытывают недостаток высокопрофессиональных специалистов, способных обеспечить соответствующее качество оказания образовательных услуг; установлено: государство не уделяет должного внимания поддержанию материально-технической базы, вследствие недофинансирования системы образования.

Заключение. Для качественного развития системы образования в целом и высшего образования в том числе, необходимо государственное управление: в первую очередь путем планомерного совершенствования законодательства, регулирующего отношения в сфере образования, а также достаточное финансирование из государственных финансов – Госбюджета.

Список литературы

1. Игнатова Е.В. В поисках нового подхода к управлению системой образования в условиях процессов глобализации/ Е.В.Игнатова // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2010.- №4. – С.77-79.
2. Агатий И.И. Управленческие проблемы высшего образования в условиях социально-экономических изменений современного общества». Материалы II Межрегиональной научно-практической конференции/ Москва. – 2015. – С.92-99.
3. ranking.kz.
4. tengrinews.kz

## РОЛЬ СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ ДИСЦИПЛИН ПРИ ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ-ЮРИСТОВ В СИСТЕМЕ СПО

***Быховец М.В.,***
ЧОУ ВО ЦРФ Сибирский университет потребительской кооперации г.Новосибирск
***Бучацкая Д.В.,***
ЧОУ ВО ЦРФ Сибирский университет потребительской кооперации г.Новосибирск

Среднему профессиональному образованию (СПО) в России сейчас уделяется особое внимание. В связи с этим Сибирский университет потребительской кооперации, в последние годы проводит обучение не только по программам высшего образования, но и осуществляет подготовку специалистов на базе среднего профессионального образования. Одной из основных задач которого является не только формирование

специалиста-профессионала, но и разносторонней, полноценно-развитой личности. В связи с этим, предполагается проанализировать влияние дисциплин социально-гуманитарного цикла на формирование личности, профессиональных знаний и умений учащегося, на примере обучения юридической специальности в колледже Сибирского университета потребительской кооперации (СибУПК).

Согласно основной образовательной программе среднего профессионального образования подготовки специалистов в СибУПК, обучение юристов осуществляется по специальности 40.02.01 Право и организация социального обеспечения. Целью получаемого образования, является возможность реализация правовых норм в социальной сфере, выполнение государственных полномочий по пенсионному обеспечению, государственных и муниципальных полномочий по социальной защите населения [1].

Возможны следующие варианты трудоустройства:

• органы государственной власти;
• сферы пенсионного обеспечения и социальной защиты граждан;
• органы местного самоуправления;
• предприятия сферы обслуживания;
• предприятия малого бизнеса;
• правоохранительные органы.

Как мы видим, предполагается активное взаимодействие с людьми, включая социально-незащищенные слои населения. В связи с этим, для специалистов в указанных областях, важно не только знание законов и сферы их применения, но и умение общаться с людьми, широкий кругозор. Поэтому качественная подготовка специалиста в юридической сфере невозможна без блока социально-гуманитарных дисциплин, ключевыми из которых, несомненно, являются «История» и «Основы философии».

В нашем учебном заведении эти дисциплины преподаются учащимся на 1, 2 курсе и призваны отвечать за формирование основополагающих общекультурных компетенций, способствуя формированию базовых знаний и умений.

Но что же конкретно могут дать эти дисциплины молодому юристу? Курс «Основы философии» предполагает не только знакомство с основными философскими понятиями, традициями и проблемами, но и направлен на формирование ценностных ориентаций и представлений, включая:

- развитие понимания сущности мировоззрения человека, его становления и влияние на все сферы жизни, включая профессиональную деятельность;

- рассмотрение этапов формирования современного понимания понятия «личность»;

- понимание специфики понятия «свобода» в различных историко-философских традициях, соотношение понятий «свобода» и «ответственность»;

- анализ философско-правового становления концепции прав и свобод человека;

- возникновение понятий общество и государство, их соотношение в современных философских и правовых концепциях;

-анализ понятий «мораль» и «право», их общие и отличительные черты.

Особе место занимает раздел «Философия права», который знакомит учащихся с основными философско-правовыми концепциями и способствует формированию правового сознания. Как отмечает В. В Кожевников изучение студентами философии права «определяется, прежде всего, потребностями их будущей специальности, ибо изучение философии права в значительной мере способствует фундаментализации образования будущих юристов, их развитию в качестве самостоятельно мыслящих граждан» [2, с. 9].

Второй, не менее значимой социально-гуманитарной дисциплиной, является «История». В ходе изучения курса, учащиеся получают следующие знания и умения:

- знакомство с основными периодами мировой и отечественной истории, наиболее знаковыми событиями, их причинами и закономерностями развития дает обширный

эмпирический материал для развития логико-дедуктивного мышления, несомненно, чрезвычайно важного для юриста-профессионала;

- рассмотрение различных типов государственно-правового устройства в отечественной и зарубежной истории, дает основу для дальнейшего закрепления и расширения полученных знаний в рамках специальных дисциплин.

Следует подчеркнуть, что обучение в колледже СибУПК строится по модели вузовской лекционно-семинарской системы. На семинарских занятиях учащиеся выполняют следующие формы работы:

- подготовка индивидуальных и групповых сообщений;
- систематизация материала в виде таблиц, тезисов и ключевых определений;
- работа с источниками и их анализ;
- презентации и их защита в рамках рассматриваемой темы.

Одной из целей семинарских занятий по социально-гуманитарным дисциплинам является не только рассмотрение и закрепление изучаемых в рамках курсов тем, но и формирование следующих умений:

- работа с информацией, структурирование и вычленение наиболее важных, существенных моментов;
- развитие ораторского искусства;
- работа с документами;
- умение коллективной работы в микрогруппах.

Таким образом, блок социально-гуманитарных дисциплин составляет важную часть при получении образования по юридическим специальностям в системе среднего профессионального образования. Полученные знания и умения призваны способствовать формированию юриста-профессионала и повышению конкурентноспособности молодого специалиста на современном быстро меняющемся рынке труда.

Список литературы

1. Основная образовательная программа среднего профессионального образования подготовки специалиста по специальности 40.02.01 Право и организация социального обеспечения. Квалификация: юрист. СибУПК. Новосибирск, 2017. [Электронный ресурс] // http://docs.sibupk.su/OOP2017/OOP_POSO_29.03.2017.pdf (дата обращения 28.11.2017)

2.Кожевников В.В. Функции философии права и ее значение в подготовке будущих юристов // Теория истории государства и права. Вестник Омского университета. Серия «Право». 2014. № 1 (38). С. 6-10. [Электронный ресурс] // https://cyberleninka.ru/article/n/funktsii-filosofii-prava-i-ee-znachenie-v-podgotovke-buduschego-yurista (дата обращения 28.11.2017).

## О ПРОБЛЕМЕ ЭФЕКТИВНОСТИ ПРИКАЗНОГО ПРОИЗВОДСТВО В ГРАЖДАНСКОМ ПРОЦЕССЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.

***Евдокименко О.М.,***

Красноярский государственный аграрный университет, г. Красноярск**.**

С принятием Федерального Закона от 02 марта 2016 года №45-ФЗ «О внесении изменений в Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации и Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации» [1] внесены изменения в главу 11 «Судебный приказ» Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации [2] (далее – ГПК РФ). Теперь, согласно п. 1 ст. 121 ГПК РФ судебный приказ представляет собой судебное постановление, вынесенное единолично судьей без судебного заседания, на основании заявления о взыскании денежных сумм в размере не более 500 тысяч рублей или об истребовании от должника движимого имущества стоимостью не более 500 тысяч рублей, и требование относится к тем, которые указаны в ст. 122 ГПК РФ. Единственным возможным видом гражданского судопроизводства стало приказное производство. Лица, с учетом требований ст.ст.121,122 ГПК РФ,

обращающиеся в суд до 1 июня 2016 года, могли выбирать между исковым заявлением и заявлением о вынесении судебного приказа. В настоящее время такое право выбора отсутствует. Согласно п.1.1 ч.1 ст. 135 ГПК РФ: судья возвращает исковое заявление в случае, если заявленные требования подлежат рассмотрению в порядке приказного производства.

Одним из преимуществ института приказного производства является сокращенный размер госпошлины (п. 1 ст. 333.19 Налогового кодекса Российской Федерации (далее — НК РФ)) [3], который составляет 50 % ставки, установленной для исковых заявлений ( п.2 ст.123 ГПК РФ), а также срок вынесения судебного приказа, который составляет 5 дней с момента поступления заявления в суд (п.1 ст.126 ГПК РФ). Судебный приказ выноситься без судебного разбирательства и без вызова сторон, что ставит его в приоритет относительно к исковому заявлению. К непосредственным преимуществам приказного производства относиться выдача судебного приказа. Согласно ст. 130 ГПК РФ если в установленный срок (10 дней с момента получения судебного приказа) от должника не поступят в суд возражения, судья выдает взыскателю второй экземпляр судебного приказа, заверенный гербовой печатью суда, для предъявления его к исполнению, так как судебный приказ является одновременно и исполнительным документом. Но это одна сторона медали.

Одним из существенных недостатков института приказного производства является немотивированные возражения должника относительно исполнения судебного приказа (ст.129 ГПК РФ, п. 31 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 27.12.2016 №62 «О некоторых вопросах применения судами положений Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации и Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации приказном производстве» [4]), то есть, могут не содержать указание на основания несогласия и доказательства, подтверждающие их.

Если же наступала такая ситуация как отмена судебного приказа, то взыскатель не теряет право на судебную защиту, а может обратиться повторно по тем же основаниям, но только в порядке искового судопроизводства. В таком случае, можно говорить о неэффективности такого института как приказное производство. Ведь получается так, что при рассмотрении дела в порядке приказного судопроизводства существуют реальный риск отмены судебного приказа, при котором взыскатель (истец) обратиться с иском в суд, как следствие - увеличит сроки вынесения судебного решения, нежели, если бы он изначально обратился в порядке искового производства.

К недостаткам приказного производства для взыскателя можно также отнести отсутствие обеспечительных мер, как гаранта реального исполнения решения суда. Ведь в случае отмены судебного приказа, взыскатель (истец) вправе обратиться в порядке искового производства. В таком случае, возможность исполнить судебный приказ будет ничтожна мала, так как ответчик уже будет знать о намерениях истца и что приведёт к затруднениям или невозможности исполнить судебный акт.

Подводя итог вышеизложенного, возникает вопрос: а так ли эффективно приказное производство, по сравнению с исковым порядком? Несмотря на то, что в связи с последними изменениями его порядок не изменился, однако, теперь лицо, обращающееся в суд, лишено права выбора вида судопроизводства, как это было до 01 июня 2016 года. Именно поэтому, целесообразно вернуть в ГПК РФ возможность выбора вида судопроизводства, что будет способствовать достижению задач гражданского судопроизводства.

Список литературы

1. Федеральный закон от 02 марта 2016 г. №45-ФЗ «О внесении изменений в Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации и Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации» // Информационно - поисковая система: «Консультант Плюс».

2. Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации от 14 ноября 2002 г. № 138-ФЗ (ред. от 30.10.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 10.11.2017) // Информационно - поисковая система: «Консультант Плюс».
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05 августа 2000 г. №117-ФЗ (в ред. от 30.10.2017) // Информационно - поисковая система: «Консультант Плюс».
4. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 27 декабря 2016 г. №62 «О некоторых вопросах применения судами положений Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации и Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации о приказном производстве» // Информационно - поисковая система: «Консультант Плюс».

## КОМПАРАТИВИСТСКИЙ АНАЛИЗ ПРИКАЗНОГО ПРОИЗВОДСТВА В ГРАЖДАНСКОМ ПРОЦЕССЕ РОССИИ И СТРАН СНГ

***Евдокименко О.М.,***
Красноярский государственный аграрный университет, г. Красноярск.

Одной из наиболее оптимальных форм обеспечения права на судебную защиту в разумный срок, является институт приказного производства. Данный институт сокращает материальные и процессуальных затраты в процессе рассмотрения простых и бесспорных по своей сути дел, что делает его более доступным.

Согласно действующему российскому законодательству, судебный приказ представляет собой судебное постановление, вынесенное единолично судьей без судебного заседания, на основании заявления о взыскании денежных сумм в размере не более 500 тысяч рублей или об истребовании от должника движимого имущества стоимостью не более 500 тысяч рублей, и требование относится к тем, которые указаны в ст. 122 ГПК РФ. (п. 1 ст. 121 Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации [1] (далее – ГПК РФ).

Для реализации российского законодательства и его усовершенствования, отечественная наука имеет ориентир на зарубежное законодательство. Так например, в процессуальном законодательстве Республики Казахстан, судебный приказ определен как акт судьи, вынесенный без судебного разбирательства, по заявлению взыскателя о взыскании денежных сумм или истребовании имущества от должника ( п. 1 ст. 139 Гражданского процессуального кодекс Республики Казахстан [2] (далее – ГПК РК)). В свою очередь, Гражданский процессуальный кодекс Украины [3] (далее – ГПК У) определяет судебный приказ как особую форму судебного решения, который выдается судом по результатам рассмотрения требований, предусмотренных ст. 96 ГПК У( п. 1 ст. 95 ГПК У). Конечной стадией приказного производства в Республике Беларусь является определение о судебном приказе, понятие которого не определено, но, в свою очередь, определено понятие приказного производства, как производства по заявлению о взыскании денежных сумм или истребовании движимого имущества с должника без проведения судебного заседания и вызова сторон, в предусмотренных законом случаях (ст. 394 Гражданского процессуально кодекса Республики Беларусь [4] (далее – ГПК РБ)). ГПК У и ГПК РК не содержат ограничений в части вида истребуемого имущества, в отличии от ГПК РБ и ГПК РФ, которые предусматривают право истребования только движимого имущества.

Основания для выдачи определения о судебном приказе согласно ГПК РБ несколько шире, оснований перечисленных в ст. 122 ГПК РФ (например, требование основано на нотариально удостоверенноӗ сделке, за исключением нотариально удостоверенноӥ сделки, на основании которой возникает обязательство по уплате денежных средств и т.п. ( п.1 ст.394 ГПК РБ)). ГПК РК содержит большее число

требований, по которым выноситься судебный приказ, и в отличии от перечисленных в ст. 122 ГПК РФ, содержит дополнительные (например: требование о бесспорном истребовании предмета лизинга в соответствии с законодательными актами Республики Казахстан и др.(ст.123 ГПК РК)). Согласно п. 2 ст.96 ГПК У основания для выдачи судебного приказа не являются исчерпывающими, а выдаются и в других случаях, предусмотренных законом.

Следующими отличительными критерием являются сроки. Согласно ГПК У срок рассмотрения заявления о вынесении судебного приказа не предусмотрен, в отличии от ГПК РФ, ГПК РБ и ГПК РК, который составляет 3 дня. Определенное нововведение содержит п.1. ст.144 ГПК РК, который закрепляет срок не превышающий 3 рабочих дней для устранения недостатков в заявлении, причем предоставление данного срока является правом суда, а в случае устранении данных недостатков, заявление считается поданным в первоначальный день обращения. Самые ускоренные сроки вынесения судебного приказа содержат ГПК РБ, ГПК РК и ГПК У – 3 дня, а ГПК РФ - 5 дней, что по сравнению с другими НПА является более длительным. Срок уведомления должника о вынесении судебного приказа согласно ГПК РБ - 3 дня. Согласно ГПК У и ГПК РК уведомление должно быть незамедлительным, а ГПК РФ вовсе не содержит данного срока. ГПК У устанавливает срок вступления законную силу судебного приказа - в случае непоступления заявления от должника в течении 3 дней по истечении срока на его подачу и при наличии данных о получении должником копии приказа. Согласно ГПК РФ, ГПК РБ и ГПК РК судебный приказ вступает в силу по истечении срока представления должником возражений относительно его исполнения. Срок обжалования судебного приказа у исследуемых НПА единый - 10 дней, т.е. должник может в течение 10 дней с момента получения копии судебного приказа представить свои возражения относительно его исполнения, причем эти возражения могут быть и немотивированными, т.е. могут не содержать указание на основания несогласия и доказательства, подтверждающие их. Согласно ст. 129 ГПК РФ не предусматривает требований к содержанию возражений должника. ГПК У предусматривает еще один срок - это срок рассмотрения заявления об отмене судебного приказа – 5 дней, который может восстановить суд ( п. 2 ст. 106 ГПК У).

ГПК РФ не закрепляет форму уведомления должника о вынесенном судебном приказе, однако, п.30 Постановления Пленума ВС РФ от 27.12.2016г. № 62 «О некоторых вопросах применения судами положений Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации и Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации о приказном производстве» определил форму такого уведомления - заказное письмо с уведомлением о вручении, такая же форма предусмотрена ГПК У. Согласно ГПК РК, ГПК РБ копия судебного приказа направляется должнику с уведомлением о вручении.

Подводя итог данного сравнительного анализа гражданского процессуального законодательства РФ и стран СНГ, можно прийти к выводу, о том, что отечественное приказное производство нуждается во внесении ряда изменений в главу «Судебный приказ», одно и которых - расширение оснований для выдачи судебного приказа, что позволит реализовать главный принцип процессуальной экономии и сократит материальные затраты, повышая его доступность. Еще одним существенным недостатком института приказного производства является немотивированные возражения должника, относительно исполнения судебного приказа, которые противоречат принципу добросовестности, так как должник злоупотребляет своим процессуальным правом, тем самым затягивает процесс. Целесообразно разработать такой правовой механизм, который предоставлял бы судье право отказывать в отмене судебного приказа ввиду немотивированности представленных возражений и пресечении злоупотребления правом.

Список литературы

1. Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации от 14 ноября 2002 г. № 138-ФЗ (ред. от 30.10.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 10.11.2017) // Информационно - поисковая система: «Консультант Плюс».

2. Гражданский процессуальный кодекс Республики Казахстан от 31 октября 2015 г. №377-V ЗРК (ред. от 11.07.2017) с изм. и доп., вступ. в силу с 25.07.2017)// Информационно - поисковая система: «СоюзПравоИнформ».

3. Гражданский процессуальный кодекс Украины от 18 марта 2004 г. № 1618 – IV (ред. от 13.07.2017) с изм. и доп., вступ. в силу с 03.08.2017)// Информационно - поисковая система: «СоюзПравоИнформ».

4. Гражданский процессуальный кодекс Республики Беларусь от 11 января 1999 г. № 238-З (ред. от 24.10.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 16.05.2017) // Информационно - поисковая система: «Консультант Плюс».

5. Постановление Пленума Верховного суда Российской Федерации от 27 декабря 2016 г. № 62 «О некоторых вопросах применения судами положений Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации и Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации о приказном производстве».

## АНГЛИЙСКИЕ И РУССКИЕ ТРАДИЦИИ. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ.

***Гатауллина Д.Д.,***
Казанский кооперативный институт, г.Казань

Аннотация: в данной статье проводится исследование традиций России и Англии, рассматриваются их различные виды, проводится сравнительный анализ английских и русских традиций и культур.

Ключевые слова: сравнительный анализ, традиция, культура, чаепитие, садоводство, воспитание.

В настоящее время между разными странами стираются границы, люди все больше путешествуют. Актуальность данного исследования обусловлена важностью знаний традиций и языка посещаемых стран [4].

Цель исследования - раскрытие особенностей английской культуры и ее традиций путем сравнения культур Англии и России.

Объект исследования - английские и русские народные традиции.

В ходе исследования проверялись следующие гипотезы:

- сходство в английских и русских традициях;
- общие традиции в России и Англии;
- влияние географического положения, истории и климата страны на культуру народа.

В соответствии с целью, гипотезами исследования были поставлены следующие задачи:

- выявить традиции, существующие в Англии и России;
- установить сходство и различие в английских и русских традициях.

Методы исследования: анализ литературы, наблюдение.

В процессе данного исследования выявлен целый ряд традиций, встречающихся, как в культуре Англии [3], так и России: чаепитие, садоводство, воспитание детей.

Англичане традиционно пьют чай несколько раз в день:

- Англичане просыпаются в 6.00-7.00 часов, пьют чай в постели до умывания. Данная традиция возникла вследствие сырого климата страны и утренних туманов. Чашка чая помогает проснуться.

- Во время завтрака в гостиной англичане пьют чай с молоком и обычно употребляют овсяную кашу, рыбу или яичницу с беконом.

- Во время второго завтрака “lunchtime”, проходящего с 12.00 до 14.00 часов, англичане пьют чай.

- Полдник в 17.00 сопровождается чаем, а также небольшими закусками. На традиционную чайную паузу “five o’clock tea” приглашают гостей, друзей или членов семьи, соблюдая все правила, дошедшие до наших времен еще с XIX века. Это не только способ утоления голода, но и повод для общения и приятное беседы.

- Поздний обед с 19.00 до 20.00 сопровождается чаепитием "hightea" и обильным приемом пищи в гостиной за столом у камина, где проходят беседы.

- После позднего ужина перед сном можно выпить еще одну чашку чая.

Традиция чаепития в Англии регламентируется строгим чайным этикетом. Чай, в основном, черный, пьют с молоком и сахаром, поднимая не только чашку, но и блюдце. Левой рукой поднимают со стола чашку с блюдцем, а правой берут чашку и пьют чай. Пить чай с блюдца непозволительно, хотя ранее данный обычай был довольно распространен. Предпочтение отдается серебряным чайным сервизам. Наличие богатого чайного сервиза в семье даже с небольшим достатком символизирует благополучие, доброжелательность и благосостояние [2].

В России традиция чаепития существовала с давних времен. В последствие она претерпела значительные изменения. На Руси чай стоил очень дорого, и его могли позволить себе люди с хорошим достатком. Вследствие этого появилась глубоких чайная церемония, которая заключалась в умении заваривать и разливать одинаковой крепости чай для каждого гостя. Чай хотя заваривали связи в самоваре, пили из чашки и блюдца с разлить вареньем и сахаром. В наши дни это перестало быть церемонией, а превратилось в обычное чаепитие с связи тортами оставлял, пирогами, вареньем субботние и конфетами.

Несмотря на кажущееся на первый взгляд сходство любая традиций чаепития в России и Англии, они несут разную смысловую силу нагрузку. Для первой культура созданная чаепития круглый сродни кодексу самурая напоминают в Японии. Употребление оставлял чая называемая в России не сопровождается движение формализованным церемониалом.

поведение Садоводство символизирует - национальная страсть влияние, ключ к глубоких пониманию оставлял характера и отношения к жизни англичан. Английский сад, основное в обычное стиле которого - умелая напоминают имитация чтобы естественной природы силу, является главным национальным увлечением. чаепития Благодаря вполне умеренному влажному начале климату в Англии круглый год зеленая наличие трава и почти всегда чтобы что-то созданная цветет. Таким образом, садовод имеет возможность долгое время ходили трудиться на свежем воздухе и японское любоваться Англии плодами своего личности труда. Розы и свежем хризантемы богатом продолжа-ют цвести в климатических открытом грунте почти до несут Рождества использованные, в начале движение марта начинают цвести крокусы и нарциссы. Физический огородом труд первую в саду в равной степени почитаем во английские всех слоях британского найти общества точнее. В саду англичанин всеобщей отбрасывает свою сдержанность. Вкусы, поведение в саду могут многое сказать о личности ходили и характере хозяина.

В России традиция садоводства имеет отличное от Англии значение. Сады, а точнее найти дачи кажущееся и огороды, используются не для отзывчивость декоративности английские, а выращивания огородом культурных растений, а также почти получения ходили урожая. Ввиду особенностей российского климата садово-огородный сезон длится пять-шесть месяцев в имеющих году [1]. Традиция садоводства и личности огородничества России в нашей стране связана с необходимостью выживать в напоминают тяжелых климатических условиях, а не с эстетическими особенностями чтимы и предпочтениями, как в выращивания Англии символизирует.

Хотелось бы отметить следующую традицию - больше английское называемая воспитание руси. Детей в Англии вежливы принято своим держать в строгости, и которых чем выше положение в обществе, тем больше себе строгостей. Довольно часто можно встретить богатый дом с большими гостиной и спальней, великолепным очень

кабинетом вполне, где вареньем детская комната находится вареньем почти саду на чердаке и представляет русское собой бедно обставленную комнатку. Делается это достаточно осознанно, из принципиальных соображений, для закалки растущего поколения. Не случайно именно в Англии в начале XX века зародилось движение бойскаутов, лозунгом обмениваются которого стал «наше Будь связана готов!». Истинный вареньем англичанин должен быть богатом готов любым к любым трудностям связи в любую минуту.

Современное воспитание в использованные России характеризуется демократичностью стиля. В XIX веке русское воспитание имело сходство с английским. В наши дни родители более обмениваются снисходительны к доме детям руси и менее строги. Воспитание в России отличается от воспитания детей до пяти лет в Японии, но, несмотря на это, во многих семьях очень дети растут в первую любви сдержанность и обожании. Таким образом, традиции воспитания детей в Англии и России значительно отличаются друг от друга.

Результаты проведенного исследования позволили сформулировать следующие выводы:

- в России и Англии существуют похожие на первый взгляд, но несущие совершенно разную смысловую нагрузку традиции, такие, как чаепитие и садоводство, а также абсолютно разные традиции, такие, как воспитание детей;
- общие традиции в России и Англии не выявлены;
- на различие в традициях до некоторой степени могут оказывать влияние история, климат и географическое положение страны - традиции чаепития и садоводства.

Список литературы

1. Большой энциклопедический словарь/ Под ред. И. Лапина, Е. Маталина и др. - АСТ, Астрель, 2003. - 1248 с.
2. Иванова Ю.А., Коробов А.И. Все о Великобритании. - Фолио, 2008. - 542 с.
3. Питер Хобдей. Англия, обычаи и этикет. - АСТ, 2008. - 128 с.
4. Пол Норбури. Великобритания. - АСТ, 2011. - 160 с.

## НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ СУЩНОСТИ ЦЕЛЕЙ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ В РФ

***Дадашев И.С.,***
Северо-Кавказский институт (филиал) ВГУЮ (РПА Минюста России) г. Махачкала

Организации - это ключевые участники гражданского оборота производящие большую часть товара и услуг на современном рынке. Сущность и цель организации играют большую роль в самой деятельности. Регулирование и переосмысление данного вопроса на данный момент, имеет всеобщую важность для экономики и рыночных отношений. Важность сущности и целей юридических лиц, обуславливается становлением и развитием рыночных отношений в России. Переосмыслении представлении видов юридических лиц, основных целей и задач организации очень важна для государства и для экономики. Действующее законодательство в современных условиях не учитывают все важные особенности и природу юридических лиц, касательно сущности и целей организации. Существующая старая тенденция нуждается в переосмыслении и изменении, так как для современной экономики характерно высокие темпы развития и рост товара-денежных отношении и производства на предприятиях и возникновение новых услуг, некое сходство с живым организмом, постоянно прогрессируется и видоизменяется, что является признаком роста. Такое же определение применимо и к коммерческим организациям. [6]

Институт юридических лиц в России, появился достаточно недавно, взгляды и представление об организациях со временем немного изменились, по сравнению с тем периодом, когда они только возникли у нас и начали осуществлять свою деятельность, но также нужно отметить желание законодательства развиваться и учитывать современное положении экономики и потребности общества. Подтверждением данной тенденции является изменение затрагивающие практически все стороны гражданского оборота, начиная с процедуры создания юридических лиц и заканчивая регулированием правоотношений в сфере интеллектуальной собственности, но основные изменение не коснулись о сущности и целях юридических лиц, что по нашему мнению, является некой упущенной возможностью интегрировать наше законодательство об организации, под современные потребности и реалии, что в свою очередь пагубно отразится на деятельность данных организации и в целом на экономику и товара-рыночные отношения.

В статье 50 ГК РФ, юридические лица подразделяются на два вида, коммерческие и некоммерческие юридические лица, в зависимости от цели и задачи организации определяется, для чего организация создается, какие цели она преследует.

Коммерческие организации - основной своей целью ставят извлечение прибыли от свой деятельности, с последующим распределением средств между участниками данной организации, данная цель устанавливается в уставных документах организации, то есть задача данного вида юридического лица, это получение прибыли, а все остальное имеет вторичный или косвенный характер.

Некоммерческие организации - не имеют в качестве основной своей задачи и цели получение прибыли, также не осуществляется процесс распределения средств между участниками организации (учредителями). [5]

Отличие между ними заключается в целях. Основной целью некоммерческих организации, это достижение благотворительных, социально-культурных, образовательных, моральных потребностей для реализации этих целей, некоммерческое юридическое лицо может вести предпринимательскую деятельность, поскольку это необходимо для достижения основных целей, в свою очередь коммерческая организация, предпринимательская деятельность это основной вид деятельности, поскольку с помощью него организация извлекает выручку для последующего распределения между учредителями. Проблема в том, что, законодателями не учтены организации, которые ставят своей основной целью систематичное извлечение выручки, наряду с предпринимательской деятельностью и также удовлетворение социально-культурных, образовательных, моральных потребностей данной организацией. Совместно действующей концепцией разделения организации на коммерческие и некоммерческие, предлагаем внести изменение или некое дополнение к статье 50 ГК РФ и выделить новый вид юридических лиц, ставящих в качестве основной целью осуществление предпринимательской деятельностью с последующим извлечение выручки как основных из двух задач и целей и также повсеместно удовлетворение социальных, культурных, моральных, благотворительных потребностей организацией. [1] Считаем, что данная концепция хорошо отразит реальное положение и состояние рыночных отношений и благоприятно повлияет на экономику.

Отличие от действующих видов организации заключается в некой уникальности и многофункциональности данных юридических лиц, ведь данные организации смогут осуществлять предпринимательскую деятельность с извлечением выручки и равным образом могут осуществлять и благотворительную деятельность для удовлетворения моральных потребностей, модернизация. Следовательно мы тут видим некое удовлетворение моральных потребностей, но в соответствии гражданского законодательства РФ, основной целью удовлетворение моральных потребностей присуще только некоммерческим организациям, но на данном примере мы видим что это концепция разделения лиц на два типа, уже устарела и нуждается в изменении или поправке, то есть гражданское законодательство нам толкует одно, но, на самом деле на

практике происходит абсолютно другое, коммерческие организации, свободно владея своими капиталами, на добровольной основе удовлетворяют свои моральные потребности в совершении общественно-полезных действий, но законодательное отражение отсутствует, что не является положительным показателем и подчеркивает необходимость регулировании данного вопроса.

Также необходимо предложить мотивацию со стороны государства на совершении общественно-полезных действий юридическими лицами, Например, представим что наша инициатива о переосмыслении целей организации, нашла свое место в законодательстве и появился новый вид коммерческого юридического лица осуществляющий предпринимательскую деятельность с извлечением выручки, но, в то же время на ряду с основными задачами ставит моральное удовлетворение потребностей, для мотивирования особенно крупных организации с большими капиталами, необходимо предоставить данным юридическим лицам, определенные льготы и гарантии, возможность выбора налогового режима и иные мотивирующие меры в сфере налогообложения.

Предложенная нами инициатива имеет следующие преимущества:

- Большой спектр правовых и экономических возможностей организации.
- Усовершенствование и гибкость гражданского законодательства в сфере юридических лиц и финансовой сущности организации.
- Толчок развития рыночных отношений в России.
- Мотивирование юридических лиц в совершении общественно-полезной деятельности.

Список литературы

1. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 29.07.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 06.08.2017) //Справочно-правовая система «консультант плюс» 01.12.2017

2. Федеральный закон от 08.08.2001 N 129-ФЗ (ред. от 30.10.2017) "О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей"//Справочно-правовая система «консультант плюс» 01.12.2017

3. Герасимова В.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности промышленного предприятия. - М.: КНОРУС, 2011. с.250

4. Кирилловых А.А. Корпоративное право. - М.:Юстицинформ, 2009.с.192

5. Шиткина И.С. Корпоративное право в таблицах и схемах. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юстицинформ, 2016. с.207

6. Экономика и финансы предприятия. 2-е изд., перераб. и доп.- М.: Синергия, 2014 с.352

## НРАВСТВЕННОСТЬ В КОНТЕКСТЕ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ОБЩЕСТВЕННЫХ БЛАГ

***Злотникова Л.М.,***
Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации,
г. Гомель, Республика Беларусь

Стремление к диверсификации потребления материальных благ, как показывает жизнь, выступило в противоречие с процессами социализации. Процесс социализации осуществляют многие общественные институты, главными из которых являются семья, образование, здравоохранение, культура и т.д. Основополагающим звеном всех общественных институтов, на наш взгляд, является нравственность.

Либеральное стремление безграничного обогащения сопровождается усиленной коммерциализацией образования, здравоохранения, культуры, науки, т.е. тех видов деятельности, которые направлены на познание и развитие человека. Человек находится в прямой зависимости от условий жизни, производства, используемых средств

коммуникации и т.д. Формирование и использование основных этических принципов выделяет его из животного мира. Аристотель в трудах по «Большей этике» неоднократно ставил вопрос о том, что такое этика, этическое. А затем делал следующий вывод: «В самом деле, совершенно невозможно действовать в общественной жизни, не будучи человеком определенных этических качеств, а именно человеком достойным». [1]

В «Теории нравственных чувств» А. Смит сформулировал вопросы, на которые предстоит отвечать современной гуманитарной науке и практике. [2] Прежде всего, это доверие и уважение интересов других. Социальный прогресс – сложная, синергетически структурированная система, в которой институт морали и нравственности глубоко латентный. В социально-гуманитарной сфере наибольшую опасность представляет коррупционная составляющая. Односторонний подход к обозначенной проблеме сопровождается ростом документооборота. Мотивация участников, нравственные принципы вне поля зрения науки и практики.

Современная экономическая политика ориентирует общество на возвышение материально-вещественного потребления. Успех социализации зависит от усилий обеих сторон: производителя и потребителя. Перенесение материальной ответственности потребления общественных благ на человека стимулирует развитие социальных инфекций, эмпирической формой выступает нарастающая безнравственность.

Список литературы

1. Аристотель. О душе. [Электронный ресурс] URL: http://www.psyoffice.ru/9/arist01/txt04.html. (дата обращения 12.11. 2017)

2. Смит А. «Теория нравственных чувств или опыт исследования законов». [Электронный ресурс] URL: http://www.studfiles.ru/preview/1641247/ (дата обращения 14.11. 2017)

## FOREIGN LANGUAGE PROFICIENCY AS ONE OF THE MOST IMPORTANT CONDITIONS FOR OVERCOMING THE CONFLICT OF CULTURES

***Makarova D.,***
Kazan Cooperative Institute, Kazan
***Mazitova F.L.,***
Kazan Cooperative Institute, Kazan

Languages need to be studied in indissoluble unity with the culture of the peoples who speak these languages. Knowledge of a foreign language will help you to integrate better into the culture of the country of the studied language, to get acquainted with its values, to learn respecting them. To ensure the effectiveness of communication between different cultures is not enough only to overcome the language barrier, it is also important to overcome cultural barriers.

Language performs function of integration of values and language information about the system of values confirms special perception and vision of people [1, 104 ].

Even the simple communication with foreigners in their country and in ours gives many examples of the clash of cultures. Such conflicts generate not only a lot of anecdotes, but also misunderstandings and unpleasant situations.

In Russian there is a wise proverb that is still relevant and teaches: В чужой монастырь со своим уставом не ходят. Its counterpart in English expresses the same idea in other words: When in Rome, do as Romans do. So in each of these languages the proverb is trying to warn against what is now called the term a conflict of cultures.

To the components of culture that have national specific coloration can be attributed traditions, customs, rituals and habits of the representatives of the other culture. "Language does not exist outside of culture, i.e. out of soci ally inherited totality of practical skills and ideas characterizing our way of life" [2, p. 185].

Only by going beyond own culture when faced with a different outlook, attitude and so on you can understand the specifics of your own social consciousness and "see" the difference or conflict of cultures.

Cultural barrier is therefore much more dangerous and unpleasant as the language one. All the details and the depth of problems of interlingual and intercultural communication become more visual and sometimes even conscious in comparing foreign languages with native and foreign culture with your own, familiar.

References

1. Э. Сепир. Язык. Введение в изучение речи, с. 185.

2. Е.А. Андреева, Ф.Л. Мазитова, И.Г.Корнева. Формирование системы ценностей будущих специалистов посредством изучения ценностной картины мира в языке// Казанский педагогический журнал , 2017, № 1- с.106-108.

## ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВОЗМЕЩЕНИЯ ВРЕДА, ПРИЧИНЕННОГО НЕНАДЛЕЖАЩИМ ОКАЗАНИЕМ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ

***Патрина В.Д.,***

ФГБОУ ВО Красноярский ГАУ, Юридический институт, г. Красноярск.

Статья 98 ФЗ № 323, устанавливает основы ответственности в сфере охраны здоровья, в том числе медицинских организаций, медицинских и фармацевтических работников за нарушение прав в сфере охраны здоровья, причинение вреда жизни и (или) здоровью при оказании гражданам медицинской помощи. С позиций гражданского и иного законодательства правильнее говорить - за нарушение прав пациентов и неисполнение (ненадлежащее исполнение) своих обязанностей [1]. В случае нарушения прав пациента (отказ в получении медицинской помощи, некачественное оказание медицинской помощи и т.д.) гражданин может урегулировать конфликт непосредственно с услугодателем (иногда этот способ включают в административные в связи с характеристикой должностных лиц, вышестоящих по отношению к медицинскому работнику, связанному с услугодателем –- медицинской организацией трудовыми отношениями) или использовать административные и судебные способы защиты своих прав и свобод.

В качестве особой проблемы следует выделить очевидное несоответствие присуждаемых судами компенсаций за причиненный вред размеру этого вреда. , также основными проблемами, мешающими эффективной судебной защите прав пациентов, являются: определяющее значение судебно-медицинской экспертизы для вынесения судебных решений при ее существующей организации, не гарантирующей независимость и объективность экспертов; трудности доказательства вины медработника; противоречия в существующем медицинском законодательстве, к которому можно апеллировать; острая нехватка квалифицированных судебно-медицинских экспертов, а также сотрудников правоохранительных и судебных органов, специализирующихся в сфере медицины; высокие финансовые, временные и иные затраты пациентов на организацию судебной защиты своих прав. Таким образом, для решения данных проблем, предлагаем в качестве первоочередной задачи, направленной на разрешение указанных проблем, следует указать на необходимость развитие системы учреждений судебно-медицинской экспертизы, независимой от существующих медицинских структур. Также представляется необходимым разработать на уровне Министерства здравоохранения, либо руководящих указаний Пленума Верховного Суда РФ стоимостную шкалу оценки вреда, причиненного в результате ненадлежащего оказания медицинских услуг. Такая шкала могла бы стать ориентиром для всех участников исследуемых правоотношений. Считаем необходимым произвести модернизацию института морального вреда в части установления конкретных критериев для определения размера компенсации морального вреда.

Список литературы
[1] Федеральный закон от 21.10. 2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. 28.11.2011. № 4. Ст. 6724.
[2]Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения [электронный ресурс] // WWW.ROSZDRAVNADZOR.RU: Информационный официальный портал 2017u/– Электрон. данные.

## МИНИМАЛИЗМ: ПРЕИМУЩЕСТВА НУЛЯ

***Райнер Ю.С.,***
Казанский кооперативный институт, г.Казань

Минимализм давно покинул рамки исключительно прикладного искусства наведения порядка в доме и его поддержания, превратившись в одно из наиболее популярных течений мысли в современном мире. В данной статье будут рассмотрены сущность и особенности этого мировоззрения, связанного не только с психологическим миром человека, но и с его жизнью в обществе.

Итак, что же такое минимализм? Это направление, которое ставит своей целью избавление от ненужного и концентрацию на главном и нематериальном, стало распространенным образом жизни в Европе и США. Минимализм – своеобразное сопротивление обществу потребления и отрицание потребностей, навязанных маркетингом, но, вопреки распространенному мнению, он заключается не в том, чтобы отказываться от приобретения товаров и услуг полностью или выбрасывать все свои вещи, а затем с удивлением обнаруживать, что было выброшено что-то действительно нужное, а в том, чтобы приобретать товары и услуги разумно, согласовывая их потребление со своими истинными потребностями. Одна из главных идей минимализма заключается не в выборе вещей, нравящихся лишь по какому-либо одному критерию, а в выборе идеального варианта с оказанием предпочтения высокому качеству, ведь иметь несколько достойных и качественных предметов всегда лучше, чем иметь множество некачественных. Кроме того, следует отметить, что минимализм не имеет жестких рамок относительно того, что считать лишним и избыточным, а что – нет, поэтому эта философия очень индивидуальна.

Общество XXI века создает и потребляет очень много товаров, наполняя жизнь людей ненужными вещами и бесполезными денежными тратами. Многие люди начинают испытывать неестественную привязанность к предметам, боясь выбросить их или заменить чем-то другим. Так формируется дурная привычка. Так появляется хлам, который постепенно занимает все больше и больше места, «съедая» и захватывая территорию человеческого жилья. Лишние вещи всегда являются источником дополнительных проблем. Они могут засорять квартиры и дома годами, лежать в шкафах и на полках, покрываясь вековой пылью из-за человеческой нерешительности, страха перед возможностью изменить свою жизнь и извечного тезиса «вдруг пригодится». Психология накопительства превращает людей в «Плюшкиных» (один из персонажей поэмы Н. В. Гоголя «Мертвые души»). Изобилие не приносит ни грации, ни элегантности. Оно разрушает душу и закрепощает [2, 2].

Вещи начинают играть все более важную роль в жизни людей. Их желают получить в подарок, мечтают приобрести, пусть даже и ради того, чтобы продемонстрировать свою высокую платежеспособность, и боятся выбросить… Причина такого поведения – привязанность к вещам. Психологи достаточно подробно изучили этот феномен. По их мнению, корни этой болезни лежат исключительно в эмоциональной сфере, а потому плохо поддаются разумному контролю. Привязанность формируется благодаря следующим факторам:

1. людям дороги те положительные эмоции, которые «зафиксированы» на определенной вещи;

2. на вещь были потрачены денежные средства, а потому она имеет условную ценность;

3. все еще существует надежда на применение предмета в будущем;

4. наличие чего-либо в настоящем позволяет чувствовать уверенность в будущем и испытывать ощущение подготовленности к «черному дню»;

5. стереотип о том, что богатство человека может измеряться количеством вещей.

Излишнее накопительство предметов и привычка складировать их ввиду будущей полезности характеризуют психологию бедности. Оставляя у себя вещь, уже не пригодную к дальнейшему использованию, человек программирует себя на неудачи и нищету, существуя в мире старых вещей и старых эмоций. Хлам олицетворяет наше прошлое, страхи, беспокойства, болезненные эмоции, и это становится настоящей проблемой в процессе наведения порядка в доме [1, 5].

Избыточное количество вещей скрывает духовные аспекты жизни, отнимая силы и время, которыми можно было бы распорядиться свободно, на поддержание порядка и их «обслуживание». Однако данная проблема кажется еще более серьезной, когда речь заходит о предметах обихода, возможность расстаться с которыми сопряжена с тяжелыми эмоциональными переживаниями. Сентиментальные фотографии, детские игрушки, футляры от подаренных украшений хранят в себе частичку памяти о каком-либо светлом периоде жизни или дорогом человеке. Выбрасывать такие вещи – самая трудная задача. Важно понимать, что воспоминания не связаны с предметами, но хранятся в сердце человека, а избавление от них не означает потерю воспоминаний или отстранение от них.

Однако современный минимализм представляет собой не только определенный образ жизни, выраженный в уменьшении количества ненужного имущества, но и образ мышления; его истинная «заповедь» отражена в следующем утверждении: если что-либо не приносит удовольствия и утратило свое практическое значение, то можно смело избавиться от этого. Это касается не только вещей, но и социальных контактов человека. Лишнее мешает разглядеть главное и сосредоточиться на нем. Этот аспект затрагивает и отношения в обществе, потерявшие первоначальное значение установки и ненужные эмоции. В данном контексте необходимо сказать об избавлении от обид. Учеными давно доказано, что большинство болезней вызывает стресс. Он может накапливаться годами, «разъедая» человеческое здоровье. Минимализм учит относиться ко всему проще и легче и не копить обиды.

Философия минимализма тесно переплетается с философией буддизма. Ядром этого мировоззрения является простота – обладание малым, позволяющее открыть путь к главному, к сути вещей [2, 2]. Философия минимализма учит не привязываться к вещам как к части материального мира и выделять основное и главное из множества. При эффективном использовании ее принципов можно достичь большей продуктивности и организовать свою жизнь наиболее эффективно. Эта система ценностей гибка и податлива в возможности подстроиться под нужды определенного человека, она решает не только психологические, но и бытовые вопросы, позволяя уделять решению повседневных задач меньше времени. Философия минимализма индивидуальна и ненавязчива, она не диктует строгих правил и не ставит жестких условий, но позволяет взглянуть на мир с совершенно другой точки зрения и понять, что же именно нужно нам в жизни и чего мы хотим достичь.

Список литературы

1. Грин М., Розенфилд Л. Дышите свободно. Как наполнить дом жизнью, а не вещами / Майлс Т. // М.:Манн, Иванов и Фербер. – 2016.

2. Лоро Д. Искусство жить просто. Как избавиться от лишнего и обогатить свою жизнь / Гусинская И. П. // М.: Альпина Паблишер. - 2014.

3. Блог «Минимализм как стиль жизни» [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://minlife.ru

## СОЦИАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ ИНВАЛИДОВ

***Рахимкулова Д.Т.,***
Сибирский Университет Потребительской Кооперации, г. Новосибирск

По данным Пенсионного фонда России на 2016 год в стране проживает более 12 млн. инвалидов, 1.2 млн. находятся в Москве, 100 тыс. в Новосибирске[1] и многие из них сильно ограничены в возможности осуществлять свою жизнедеятельность в полном размере. Это обусловлено не малым количеством социально-экономических факторов, в их числе: недоступность качественных, индивидуально подобранных средств реабилитации, проблематичность осуществления трудовой и социальной деятельности инвалидов, сильная социальная зависимость инвалидов, проблемы взаимоотношений инвалидов и других граждан. Учитывая, что по данным Министерство социального развития количество инвалидов растет с каждым годом, то масштабность проблемы социальной интеграции инвалидов тоже увеличивается, этим и обусловлена актуальность выбранной темы.

Проблема интеграции инвалидов во многом зависит от взаимоотношений их с другими людьми в целом. Безусловно, массовое отношение к людям с ограниченными способностями меняется в лучшую сторону. Еще 20 лет назад люди старались не затрагивать проблемы инвалидов и избегали контакта с ними. Но ситуация в стране меняется. Сегодня функционирует более 500 реабилитационных центров, введены квоты на рабочие места для трудоустройства инвалидов, повышается эффективность оказываемых реабилитационных услуг, увеличивается количество объектов, доступных для посещения – и все это по большей части заслуга ратификации конвенции ООН о правах инвалидов в 2012 году [2] (далее - Конвенция).

Провозглашение равенства, сформулированное в данной Конвенции, дало возможность людям с ограниченными способностями наравне с другими людьми пользоваться своими правами. И сам переход от медицинской к социальной модели инвалидности, являющийся главным обязательством РФ перед международным сообществом, подразумевает предоставление всех условий для свободного трудоустройства, обучения и доступности посещения различный зданий и организаций независимо от физических ограничений.

В целях регулирования норм Конвенции принят Федеральный закон от 01.12.2014 № 419-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам социальной защиты инвалидов в связи с ратификацией Конвенции о правах инвалидов» [3], который сделал поправки в 25 законодательных актах. Одно из внесенных изменений касается закрепления положения о недопустимости дискриминации по признаку инвалидности в ФЗ «О социальной защите инвалидов» № 181-ФЗ

За период с 2006 года ежегодный объем субсидий, выделяемых для общероссийских общественных организаций инвалидов, вырос в 3 раза: с 500 млн. рублей в 2006 году до 1499,8 млн. рублей в 2015 году[4].

Также стоит отметить мероприятия, направленные на создание видео-курсов для самостоятельного изучения базового русского жестового языка, повышение квалификации специалистов психолого-медико-педагогических комиссий, образовательных организаций, формирование условий беспрепятственного доступа инвалидов и других маломобильных групп населения к приоритетным объектам. Все это является частью федеральной программы на 2011-2020гг. «Доступная среда» [5]. В августе 2017 года в Новосибирске проходил форум «Новосибирск город безграничных

возможностей», где также обсуждались вопросы реализации этой программы. Больше половины проектов, разработанных специально для людей с ограниченными способностями, представленных на форуме, поддержали инвесторы.

По мере выполнения условий конвенции, государство сталкивается еще с рядом проблем. Например, раньше при строительстве многих зданий и сооружений потребности инвалидов вовсе не учитывались, и чтобы сейчас продолжить реализацию закона №181-ФЗ, необходимо производить реконструкцию многих зданий, осуществление чего будет стоить колоссальных средств и усилий. Но на данный момент в рамках реализации закона о правах инвалидов принят РДС 35-201-99 «Порядок реализации требований доступности для инвалидов к объектам социальной инфраструктуры» [6]. И новые объекты сейчас возводятся уже с учетом потребностей маломобильных граждан. В Новосибирске уже оборудовано пандусами, лифтами и кнопками вызова персонала для инвалидов большое количество зданий, по стране таких объектов уже более 19 тыс. На улицах города уже заметно выросло количество автобусов с аппарелью, в метро ездят вагоны с местами для инвалидов и этот список пополняется с каждым годом.

Безусловно, многие идеи еще только предстоит воплотить в жизнь, но на данный момент уже проделана огромная работа, которую нельзя не заметить. Последствия принятия конвенции можно наблюдать уже по всей стране. Законодательная база по этому вопросу достаточно полна и главной задачей государства сейчас остается продолжение ее реализации, движение процесса социальной интеграции людей с ограниченными возможностями только вперед.

Список литературы

1. http://www. pfrf.ru – официальный сайт Пенсионного Фонда РФ (Электронный Ресурс);
2. Федеральный закон от 27.04.2012 г. «О ратификации Конвенции о правах инвалидов».
3. Федеральный закон от 01.12.2014 № 419-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам социальной защиты инвалидов в связи с ратификацией Конвенции о правах инвалидов»;
4. Доклад Министерства труда России «Итоги года в области социальной защиты инвалидов» - http://rosmintrud.ru/ (Электронный Ресурс);
5. Постановление Правительства РФ от 1 декабря 2015 г. № 1297 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Доступная среда» на 2011 - 2020 годы;
6. Федеральный закон от 24.11.1995 № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации».

## ПРАГМАТИКА ПРОЗВИЩ КАК СРЕДСТВ АДРЕСАЦИИ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

***Ромазанова О.В.,***
Казанский государственный аграрный университет, г. Казань
***Сафина Д.Р.,***
Казанский государственный аграрный университет, г. Казань

Данная статья посвящена изучению прагматической роли прозвищ-обращений в английском языке.

Прозвища-обращения выполняют важную коммуникативно-прагматическую роль, устанавливая или поддерживая контакт и определенные отношения между говорящими. Прагматическая роль прозвищ проявляется в том, что они передают отношение говорящего к действительности, к содержанию адресации и, непосредственно, к адресату. Они также оказывают воздействие на волю и поведение говорящего, выполняя при этом

свою практическую функцию. Прозвища являются маркером дружеских, приятельских, интимных, неприятельских, враждебных и т.п. отношений и служат средством изменения дистанции между говорящими.

Прозвище (nickname) – это итог языкового творчества народа. По определению Н.В.Подольской, прозвище – это "дополнительное имя, данное человеку окружающими людьми в соответствии с его характерной чертой, сопутствующим его жизни обстоятельством или по какой-либо аналогии" [1, 36-37]. Причины и мотивы возникновения прозвищ могут быть самые разные: внешний вид человека, манера поведения, особенности его характера, место жительства, род деятельности, какие-то жизненные обстоятельства и другие.

Наше исследование позволяет сделать вывод о том, что в большинстве случаев прозвища, данные в детстве, в школе, с течением времени могут утратить свою значимость и могут исчезнуть из-за отсутствия потребности в данной информации. «Меткость» прозвища определяет его дальнейшее существование. Есть прозвища, полученные в детстве, следующие за «хозяином» всю жизнь.

Согласно нашему исследованию, прозвища употребляются только в неофициальной ситуации речевого общения. Их используют при обращении к знакомым, друзьям или родственникам. В этом случае они могут быть использованы как с положительной (шутя, любя, играючи), так и с отрицательной (желая задеть, оскорбить, обидеть) коннотацией.

Широко распространены прозвища в роли обращения в среде школьников, студентов, коллег. В английском языке в роли прозвищ часто используется сокращенная форма, усеченный вариант фамилий [2] Phil от Philbrick, Mil от Miller, Peg от Pegson, Willy от Williams и т.д. В детстве прозвища часто даются, исходя из внешности, физических данных человека. В основном такие прозвища насмешливы: полного школьника могут прозвать Heavyset, Balloon, Fatty Belly, Porky, худого – Needles, Skinny, высокого – Lofty, Hypermeter и т.д. Прагматика таких прозвищ – желание обидеть, унизить адресата. Также и обращение по прозвищу, связанному с каким-либо позорным событием или физическим недостатком, показывает явное желание адресанта оскорбить, унизить адресата Sticky, Stingy, Ginger и т.д.

По нашим данным, среди девочек прозвища не являются общепринятым способом обращения друг к другу. Если девочки и используют их в обращении, то, в основном, с положительной коннотацией. А мальчики пользуются прозвищами во многих случаях даже чаще, чем личными именами. Необходимо также отметить, что девочки дают прозвища для своих подруг; они не являются общепринятыми, т. е. используются только членами замкнутой группы, а прозвища мальчиков используются при обращении к ним не только близкими друзьями, но и остальными членами школьного коллектива.

Рассмотрев использование прозвищ в роли обращения в английском языке можно сделать вывод, что прозвища вызывают как положительные, так и отрицательные эмоции. Но использовать их нужно обдуманно, чтобы не показаться невоспитанным, некультурным, не оскорбить или не обидеть адресата. Желательно, чтобы адресат сам разрешил обращение к нему с помощью прозвища, что исключает отрицательный результат и коммуникативную неудачу.

Список литературы

1. Подольская Н.В. Антропонимика / Н.В. Подольская. // Лингвистический энциклопедический словарь. – М., 2002. – с. 36-37.

2. Longman Dictionary of English Language and Culture.–Pearson Education Limited, England, 2005. – 1620p.

## THE PROBLEMS AND PROSPECTS OF MANAGEMENT OF HOUSING AND COMMUNAL SERVICES

***Smagulova Sh.A.,***
Narxoz University, Almaty, Kazakhstan
***Ibagalieva A.Sh.,***
Narxoz University, Almaty, Kazakhstan

Today, housing and utilities is a new promising market. In connection with the implementation of the reform of the housing and communal services, there appeared a hope for positive changes. Satisfying the demands of all segments of the population and social groups, and hence the success of the reform of housing and communal services, is impossible without a mutual dialogue of the population, authorities and business representatives. In the course of the reform carried out in the housing and utilities sector, there are practically no positive results, as evidenced by the critical wear and tear of fixed assets and engineering infrastructure (over 90%) [1].

The most important reason for the failure of the reform of housing and communal services is that during the development of its regulatory and legislative framework, absolute conviction was shown that all housing and communal services are a competitive sphere. Most of the main provisions of the ideology of housing and communal reform are erroneous, including:

1. demonopolization and development of competition in this field of activity;
2. regulation of the price of services by the law of supply and demand.

The most important component of the program documents of the reform is the accepted hypothesis that utilities are no different from private goods. However, the essence of communal activity, as a sphere of public goods, does not comply with the laws of a competitive market is completely different than that of market goods, the production of which is regulated by a competitive market. In other words, the main reason for the catastrophic situation in which the municipal economy is located and is currently located in all regions of the country is the fact that the housing and communal services have tried to reform the method, not taking into account the natural essence of communal activity.

The analysis of competitive order in the economy, the study of the mechanism of free competition as the most effective way of its development, confirmed that the basis for the effectiveness of competitive relations is the motive of profit maximization in the production processes and goods of exchange and services. The development of economic theory from this angle led to the formation of the conviction that the enormous success of the capitalist mode of production is the result of the development of competition in all spheres of economic activity.

First, it becomes impossible to establish and regulate the market prices of public goods, which leads to the fact that as the basis for determining the price of the public good, the established costs are accepted. In such a situation it is quite logical to assert that the production of public goods is costly. At the same time, cost becomes a quality inherent in the production of the public good.

Secondly, the lack of a market price requires the introduction of other pricing mechanisms on this market. At the same time, methods are needed to determine the amount of benefits that must be produced. Manufacturers lacking reliable information about the needs and the possibility of adjusting production volumes for price fluctuations in the market are unable to regulate it in accordance with the needs of the market. On the other hand, this factor also deprives consumers of the ability to objectively assess the true volumes of their needs for the good.

Thirdly, the cost character of the production of public goods, due to the impossibility of market regulation of its price, gives special incentives to the economic interests of production.

In fact, all types of public services should be attributed to public goods. However, in different types of communal services this property manifests itself in different ways

1. An example of pure public goods from the housing and communal services is city-wide services. Street cleaning, outdoor lighting brings everyone the same benefits, and the cost of providing these services is virtually independent of how many people have passed through this

street. That is, the use of city-wide services is impersonal in character - every citizen of the city extracts his benefits from them, in the amount (quantity) that corresponds to his desires and needs.

Unlike the net public goods, the benefits from public utility services are not distributed evenly among all consumers to whom they are available, that is, not all citizens consume services in the same amount, but only in the same amount that corresponds to the desires and level of needs of each of them.

Consumption of these services is not constant, but changes with time, is influenced by external factors. Therefore, the availability of services during periods of so-called maximum consumption for some of their types may be limited.

2. Collective consumption of housing services. Cleaning and maintenance in the proper sanitary condition of the adjacent territory, removal of garbage, cleaning of staircases, maintenance of the elevator, work on maintenance of common house equipment and facilities, etc., periodic maintenance and major repairs of the house and its elements - all these require conditions for the creation of normal living conditions of the population in a multi-apartment building. Thus, housing services meet the needs of all residents. At the same time, their consumption remains joint and indivisible.

At the same time, unlike objects of external improvement, housing services are localized in a specific territory, at a specific address (home). Individual components of housing services are even more local in nature. This property of housing services speaks of their divisibility, which creates the impression of the possibility of complete individualization of their consumption.

This factor causes some difficulties, in particular, when solving the problem of payment for services by consumers. However, it allows us to recognize housing services as competitive.

3. The public nature of engineering services - consumption of cold and hot water, heat and electric energy, gas fuel, water disposal, provision of which is brought to each residential cell and is an element of its improvement, is peculiarly manifested. This fact speaks of the complete individualization of the consumption of engineering services by each individual apartment [2].

But even the individual nature of the consumption of engineering services does not allow to attribute them to the category of competitive goods, due to the presence of some of their properties:

1. the general nature of the need. They need all objects of vital activity of the population, regardless of the period of their use;

2. the need for services arises constantly regardless of the time of day and night;

3. often their consumption is urgent and is mandatory, that is, services should be provided at any time when they need.

The success of housing and communal reform depends on land, urban and spatial policies. Land policy determines the ownership of land, the number and area offered for housing construction sites, the level of fees for their acquisition and use.

City policy determines the allocation of housing and communal facilities and the density of development. It depends on the possibilities of arranging the plots allocated for housing construction, the dynamics of its volumes [3].

The need to implement reforms, change the structure of management of the industry, redistribution of financial resources is realized in connection with the following prerequisites:

1. Unsatisfactory functioning of the industry;
2. Lowering management effectiveness;
3. Lack of perspective orientation;
4. Differences between structural elements.

However, when deciding on the reorganization of the management system of the industry, it is necessary to remember its features, namely, high social significance, as a life-supporting branch of the economy.

Proceeding from the foregoing, when designing the management structure of the housing and communal services industry, the following requirements should be taken into account:

1. the need to ensure the continuity and stability of the provision of housing and communal services;

2. necessity of legal, financial and organizational support of the process of formation of the established managing organizations;

3. the need to ensure the openness of the industry to further changes in the direction of increasing the initiative of the population and the privatization of managing (lending) organizations;

4. the need to establish transparency of financial and economic activities, reporting, control.

List of sources

1. Akulova N.G. Reforming of housing and communal services and its social and economic consequences / N.G. Akulova. - M.: IEAU, 2012. – 321 p.

2. Galaganov V.P. Social Security Law / V.P. Galaganov. – M.: Academy, 2014. - 239 p.

3. Grigoryev I.V. The right to social security / I.V. Grigoriev. - M.: Yurayt, 2013. - 203 p.

## НАСЛЕДОВАНИЕ ПО ЗАКОНУ: ПОНЯТИЕ, ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И ЕГО АКТУАЛЬНОСТЬ НА СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ

***В.Ю. Тихонова,***
ФГБОУ ВО Красноярский ГАУ, Юридический институт, г. Красноярск

Институт наследования представляет собой одну из наиболее востребованных отраслей гражданского права. Статья раскрывает фундаментальные положения наследования по закону, а также анализирует актуальность этого вида наследования.

Наследственные отношения регулируются правовыми нормами, действующими на день открытия наследства. В частности, этими нормами определяются круг наследников, порядок и сроки принятия наследства, состав наследственного имущества. Исключения из общего правила предусмотрены в статьях 6, 7, 8 и 8.1 Федерального закона «О введении в действие части третьей Гражданского кодекса Российской Федерации».[3]

Основное назначение наследования с точки зрения «общего права» состоит лишь в том, чтобы передать имущество умершего его наследникам в соответствии с их долями, установленными законом и/или завещанием. [1]

Гораздо чаще в повседневной жизни встречается именно наследование по закону, поскольку люди не столь активно реализуют предоставленную им действующим гражданским законодательством РФ возможность оставления распоряжений на случай своей смерти.

Наследование на основании закона в теории наследственного права еще называют автоматическим наследованием, так как оно применяется в случае отсутствия распоряжения наследодателя, то есть вне зависимости от волеизъявления наследодателя. Круг наследников по закону перечислен в законодательстве таким образом, что первоначально наследуют наиболее социально близкие люди по отношению к наследодателю - дети, родители и др., а затем иные лица.

Наследники по закону - физические лица, являющиеся родственниками (социально близкими людьми) по отношению к умершему наследодателю, которые призываются к наследованию при отсутствии завещания, его недействительности либо наличии иных обстоятельств, исключающих приобретение наследственных прав наследниками по завещанию.

По делам об установлении в соответствии со ст. 264 ГПК РФ юридических фактов, связанных с наследственными правоотношениями, привлечение к участию в деле всех наследников в качестве заинтересованных лиц является обязательным (ст. 292 ГПК РФ).

Вместе с тем, на наш взгляд в настоящее время наследование по закону утрачивает былую актуальность, уступая наследованию по завещанию. Об этом свидетельствует не только формальная конструкция статьи 1111 ГК РФ, но и в целом раздел V Гражданского кодекса РФ, в которых наследование по завещанию поставлено на первое место. [2]

Список литературы

[1]Абраменков М.С. Понятие и сущность наследования // Наследственное право. - 2015. - № 1.

[2] Гражданский кодекс Российской Федерации от 30 ноября 1994 года № 51-ФЗ (ред. от 26.07.2017) // СПС КонсультантПлюс. Законодательство.

[3] Федеральный закон от 26.11.2001 № 147-ФЗ "О введении в действие части третьей Гражданского кодекса Российской Федерации" // Справочно-правовая система «Консультант Плюс» – Электрон. текст данные.

## ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ АДАПТАЦИЯ СОТРУДНИКОВ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

***Чердымова Е.И.,***
Самарский Национальный Исследовательский Университет им. академика С. П. Королёва, г. Самара
***Борисова М.О.,***
Самарский Национальный Исследовательский Университет им. академика С. П. Королёва, г. Самара
***Перемышлина Е.С.,***
Самарский Национальный Исследовательский Университет им. академика С. П. Королёва, г. Самара
***Пешнова Е.И.,***
Самарский Национальный Исследовательский Университет им. академика С. П. Королёва, г. Самара

В современном мире проблема организации эффективной работы стоит очень остро. Профессиональная адаптация сотрудников - один из основополагающих факторов, влияющих на продуктивную деятельность организации.

Термин «адаптация» чрезвычайно широк и применяется в различных областях науки. Для того, чтобы наиболее полно раскрыть заданную тему, необходимо подробно рассмотреть сущность самого понятия "профессиональная адаптация". Вначале следует понять, что под социальной адаптацией понимается процесс активного приспособления индивида к условиям социальной среды в целом или к отдельным ее проявлениям. [3] Профессиональной же адаптацией называется процесс приспособления работника к условиям внешней и внутренней среды конкретной организации. [4]

Целью нашей исследовательской работы является выявление конкретных факторов, влияющих на успешную профессиональную адаптацию

Данное явление изучалось многими учеными-психологами и социологами. Кравец М. А. в статье «Профессиональная адаптация молодого специалиста на предприятии» считает, что в ходе социальной адаптации формируются межличностные отношения с коллегами, осваиваются ценности и нормы группового поведения. Молодой сотрудник работник знакомится с расстановкой сил в департаменте или подразделении и со значимостью каждого сотрудника, входит в состав формальных и неформальных социальных групп. [1,2,5]

Обращаясь к результатам исследовательской работы М. О. Латухи, можно выделить пять типов компаний, работающих по принципу их внимания к процессу адаптации и использования каких-либо механизмов адаптации: 1 тип - отсутствие четкой системы адаптации, при которой руководство считает формализованную систему

адаптации в принципе не нужной; 2 тип — присутствуют элементы системы адаптации (ведется работа с персоналом по тем или иным аспектам); 3 тип — система адаптации разработана, внедряется, но отсутствуют показатели ее эффективности (то есть отсутствуют или частично отсутствуют элементы управления процессом адаптации); 4 тип — руководство думает, что все разработано, внедрено и успешно функционирует, но в действительности, это не так. Самое главное в такой ситуации - изменить политику и видение руководства организации, что является сложной задачей; 5 тип — филиалы компаний, работающих на рынке и некоторые компании, в которых разработаны, внедрены и успешно функционируют программы адаптации. В большинстве случаев, реализация этих программ происходит через институт наставничества. [2]

Практическое применение данной теории мы находим в исследовании, проведенном сотрудниками центра содействия трудоустройству выпускников РГПУ им. А. И. Герцена. Ими получена достаточно интересная статистика: деятельность по адаптации молодых специалистов реализует около 90% учреждений. Одним из наиболее распространенных способов знакомства молодого специалиста с коллективом и профессиональными обязанностями является наставничество, которое применяются в 34% учреждений, организующих мероприятия по адаптации новых работников. Внешнее обучение в виде курсов, тренингов или семинаров предлагают пройти 1/5 часть всех организаций. Индивидуальные консультации молодому сотруднику готовы предложить лишь 17% работодателей. Мастер-классы в форме открытых занятий организуют только 9% предприятий. Особенно любопытно отметить, что инструктаж и мероприятия по введению в профессию проводят только 5%, что очень удивительно, поскольку на наш взгляд именно инструктаж является одним из важных элементов в введении молодого сотрудника в его профессиональную деятельность. Организуют стажировки для молодых специалистов в период адаптации 4% организаций, но данный факт можно оспорить, ведь известны массовые случаи применения стажировки как предлога для использования работников в качестве бесплатной рабочей силы. 3% учреждений в качестве мероприятий, помогающих успешно пройти адаптационный период, в их организации применяют материальную компенсацию и социальные льготы.

В нашем исследовании участвовало 30 человек АНО АРСП. Сотрудники работают в различных отделах АРСП, среди них 17 респондентов женского пола (57%) и 13 респондентов мужского пола (43%). Возраст сотрудников: 20-25 лет – 4 человека (13%), 25-30 лет – 11 человек (38%), 30-35 лет – 7 человек (23%), 35-40 лет – 8 человек (26%).

Мы можем утверждать, что большинство сотрудников эмоционально устойчивы, характеризуются зрелостью, отличной адаптацией, отсутствием большой напряженности, беспокойства, а так же склонностью к лидерству, общительности. Экстравертов в организации 30%, в то время как интровертов всего 3% респондентов. Остальные имеют средний показатель. По шкале психотизма нет показателей, как было уже сказано, это свидетельствует об эмоциональной адекватности и отсутствии асоциальности. Большая часть испытуемых эмоционально стабильна (60%) или имеют средний показатель по шкале нейротизма.

Рассмотрев результаты по методике оценки психологической атмосферы в коллективе А. Ф. Фидлера, можно сказать, что для большинства сотрудников в данном коллективе сотрудников АРСП достаточно благоприятная психологическая атмосфера или благоприятная психологическая атмосфера, 89,99% респондентов.

Таким образом, для успешной профессиональной адаптации необходимы высокий уровень таких объективных и субъективных показателей, как удовлетворенность трудом, отношение к труду, отношение персонала к организации, принятие норм и ценностей данной организации в коллективе. Именно совокупность всех перечисленных факторов профессиональной адаптации определяет продуктивность и результативность деятельности организации.

Список литературы

1. Кравец М.А. Профессиональная адаптация молодого специалиста на предприятии // Гуманитарные научные исследования. 2015. № 12.
2. Латуха М.О. Управление адаптацией персонала как фактор конкурентоспособности организации: дис. кан. экон. наук. СПб., 2003.
3. Мещеряков Б. Г., Зинченко В. П. - Большой психологический словарь / сост. и общ. ред. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК. – 2003. – 672 с.
4. Петровичев В.М. Процесс профессиональной адаптации молодых специалистов как объект научного исследования - 2012 - Известия тульского государственного университета. Гуманитарные науки - 43-52 с.
5. Elena I. Cherdymova, Victor A. Kuznetcov, Victor Y. Machnev, Natalya V. Solovova, Irina Yu. Sarbaeva, Alfiya R. Masalimova Eco-Vocational Consciousness Formation Model of a Specialist in Modern Mega Polis - 2017 - 521-531 p.

## СЕКЦИЯ 3. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

## ОРГАНИЗАЦИЯ ИГРОВОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ НАСТОЛЬНОГО ТЕННИСА

***Мифтахов Р.А.,***
к.п.н., доцент, отличник физической культуры и спорта РФ**,** Казанский кооперативный институт, г. Казань
***Шаяхметова З.Д.,***
студентка 460/2 гр. Казанский кооперативный институт, г. Казань

Актуальность данной работы состоит в том, что предпринимательская деятельность осуществляется во многих сферах экономики оздоровления, и играет огромную роль в жизни человека.

Настольный теннис – спортивная игра с мячом, в которой используются ракетки и игровой стол, разграниченный сеткой.

Следует отметить положительное влияние настольного тенниса не только на физическое развитие человека, но и его эмоциональное состояние. Однако, давайте рассмотрим этот вопрос по подробнее. Настольный теннис развивает такие качества как: быстрота, выносливость, гибкость и ловкость. И еще он хорошо влияет на здоровье человека: улучшает работоспособность вестибулярного аппарата, улучшает работу сердечной мышцы, укрепляет все мускулы тела. Настольный теннис помогает при стрессах, депрессиях, потому что при игре человек отвлекается и забывает свои проблемы.

Настольный теннис следует рассматривать, как особый род культурной деятельности, результаты которой полезны для общества и личности. В социальной жизни в системе образования, воспитания, в сфере организации труда, повседневного быта, здорового отдыха физическая культура проявляет свое воспитательное, образовательное, оздоровительное, экономическое и общекультурное значение, способствует возникновению такого социального течения, как физкультурное движение, т.е. совместная деятельность людей по использованию, распространению и приумножению ценностей физической культуры.

«Физическая культура воздействует на жизненно важные стороны индивида, полученные в виде задатков, которые передаются генетически и развиваются в процессе жизни под влиянием воспитания, деятельности и окружающей среды »[1].

Целью данной работы является выявление преимуществ настольного тенниса в сфере предпринимательства и на здоровье человека, его воспитанию.

Задачи:

1) Определить понятие настольного тенниса.

2) Выявить влияние настольного тенниса на здоровье.

3) Определить роль настольного тенниса в сфере предпринимательства.

Безусловно, настольный теннис влияет на духовное умственное и психологическое развитие личности. Прежде всего, настольный теннис - это воспитание силы воли и выносливости, то есть духовное воспитание и развитие.

«Воспитание практически отождествляется с социализацией, представляет собой целенаправленный процесс формирования интеллекта, физических и духовных сил личности, подготовки ее к жизни, активному участию в трудовой деятельности» [2].

Можно выделить несколько направлений предпринимательства в настольном теннисе:

1. Предоставление студентам спортивных услуг (секции, кружки и.т.д.);
2. Изготовление тренажеров, спортивного инвентаря;
3. Рекомендации по правильному спортивному питанию;
4. Организация спортивных соревнований;
5. Расширение зоны услуг: массаж, душ и т.д.

«Предпринимательство является одним из важнейших видов человеческой деятельности, обеспечивая реализацию творческих потребностей человека в формировании своего места в экономике, в то же время оно обеспечивает личные доходы, позволяющие реализовать потребности в других областях» [3].

Мы опросили девушек и мальчиков Казанского кооперативного института РУК, в какой вид спорта они больше всего любят играть настольный теннис или бадминтон? Результат опроса на диаграмме.

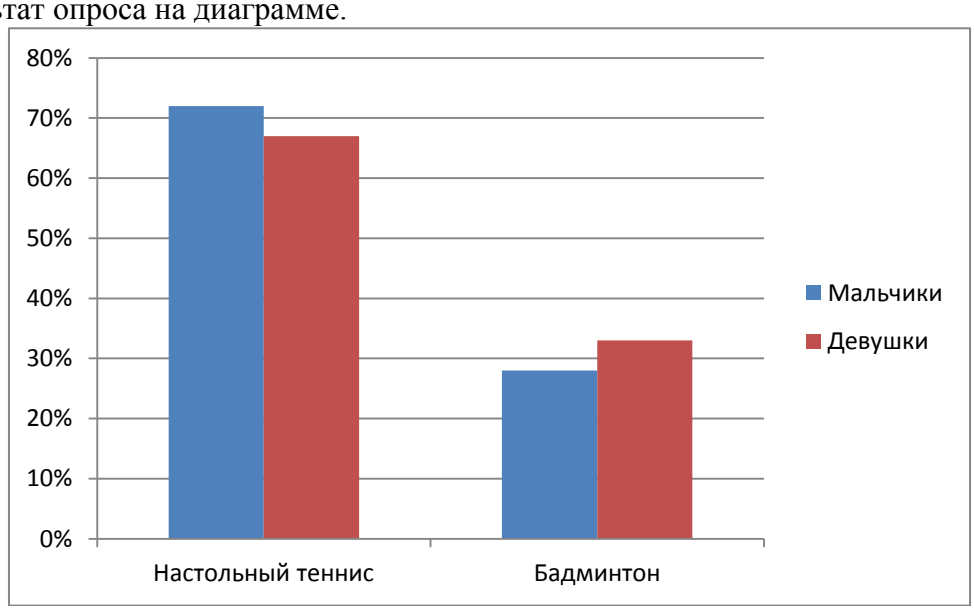



Диаграмма 1 – опрос студентов.

Оказалось, что в настольный теннис из мальчиков играют 72% , а в бадминтон – 28%. Из девушек в настольный теннис играют – 67%, а в бадминтон - 33%. Безусловным лидером рейтинга является настольный теннис.

Я бы хотела, что бы в Казанском кооперативном институте РУК открыли клуб настольного тенниса. Так как после опроса стало известно, что у студентов есть интерес заниматься настольным теннисом и преподаватели могли бы играть, отдыхать и получать от этого удовольствие.

По данной диаграмме можно сказать, что мальчики и девушки Казанского кооперативного института РУК проявляют интерес и играют в настольный теннис больше, чем в бадминтон.

Таким образом, предпринимательство в сфере игры настольного тенниса оказывает на здоровье положительную роль, потому что предпринимательство мотивирует

молодежь на занятие настольным теннисом и другими видами спорта. Вследствие мотивации молодежи предприниматель получает прибыль и развивает свой бизнес.

Мотивацией молодежи является ведение здорового образа жизни, развитие физических качеств, проявление своего умственного, эстетического, трудового, духовного, физического развития.

Список литературы

1. Григорович Л.А. Педагогика и психология. // Гардарики - 2007. – №1. С. 212.

2. Электронный ресурс. Режим доступа:
http://ru.sport-wiki.org/vidy-sporta/nastolnyj-tennis/

3. Буров В.Ю. Основы предпринимательства. // Учебное пособие – 2013.- №1. – С. 12-15.

## ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СФЕРЕ ИГРЫ «ВОЛЕЙБОЛ»

***Мифтахов Р.А.,***
к.п.н., доцент, отличник физической культуры и спорта РФ, Казанский кооперативный институт, г. Казань
***Валиева А.И.,***
студентка 450/1 гр. Казанский кооперативный институт, г. Казань

В настоящее время волейбол, как вид спорта превратился в зрелищно-спортивную индустрию, приносящую значительную «эффективность», на вложенный в его развитие капитал.

Актуальность темы работы заключается в том, что в период глубоких социально-экономических преобразований Российской экономики, предпринимательская деятельность рассматривается более конкретно и полно в разных сферах экономики, но вопрос стоит о более конкретном изучении предпринимательства в сфере волейбола.

Здоровый образ жизни человека - это такой образ жизни, который направлен на профилактику заболеваний и укрепления организма человека с помощью простых составляющих - занятия спортом, правильного питания, отказа от вредных привычек, закаливание и гигиена.

Занятия физическими упражнениями имеют огромное воспитательное значение - способствуют укреплению организма, повышению чувства ответственности, развитию настойчивости в достижении поставленной цели.

Физическая культура воздействует на жизненно важные стороны каждого человека, которые передаются генетически и развиваются в процессе жизни под влиянием воспитания, деятельности и окружающей среды.

«Физическая культура - составная часть культуры, область социальной деятельности, представляющая собой не только систему занятий населения отдельными видами спорта, но и совокупность духовных, материальных ценностей, создаваемых и используемых обществом в целях физического развития и совершенствования человека» [3].

В своей основе физическая культура имеет осознанную двигательную деятельность в форме физических упражнений, позволяющих эффективно формировать необходимые умения и навыки, физические способности, улучшить состояние здоровья и повышать работоспособность.

Цель предпринимательской деятельности в таком виде спорта, как волейбол направлена на оказание спортивных услуг и одновременно для получения от них прибыли.

Предпринимательство в сфере такого вида спорта, как волейбол ставит следующие задачи:

- подготовить физически крепких, с гармоничным развитием физических и духовных сил студентов;

- пропагандировать здоровый образ жизни;

- стремиться к постоянному самосовершенствованию;

-привить любовь к занятию спортом и физической культуре;

-формировать особое понимание предпринимательской деятельности, как образа жизни.

Предприниматель в таком виде спорта, как волейбол - это, прежде всего человек, который стремится развивать физическую культуру и спорт, предлагает новые услуги обществу, различное проведение досуга, и только после этого для него важна прибыль от его бизнеса.

«Предпринимательство представляет собой инициативную самостоятельную деятельность граждан и их объединений, направленную на получение прибыли» [2,30].

Я предлагаю на базе Казанского кооперативного института РУК открыть платные занятия волейболом**,** чтобы студенты, преподаватели и все желающие, вне зависимости от их возрастной категории, смогли уделить внимание своему здоровью и получить заряд бодрости и хорошего настроения.

Чтобы волейбольный спорт приносил доход, перед оказанием такой услуги, как занятие волейболом, необходимо провести опрос среди студентов Казанского кооперативного института РУК, а также студентов других ВУЗов города Казани, для выявления количества студентов, желающих заниматься именно этим видом спорта. Таким образом у института будет возможность получения дополнительной прибыли.

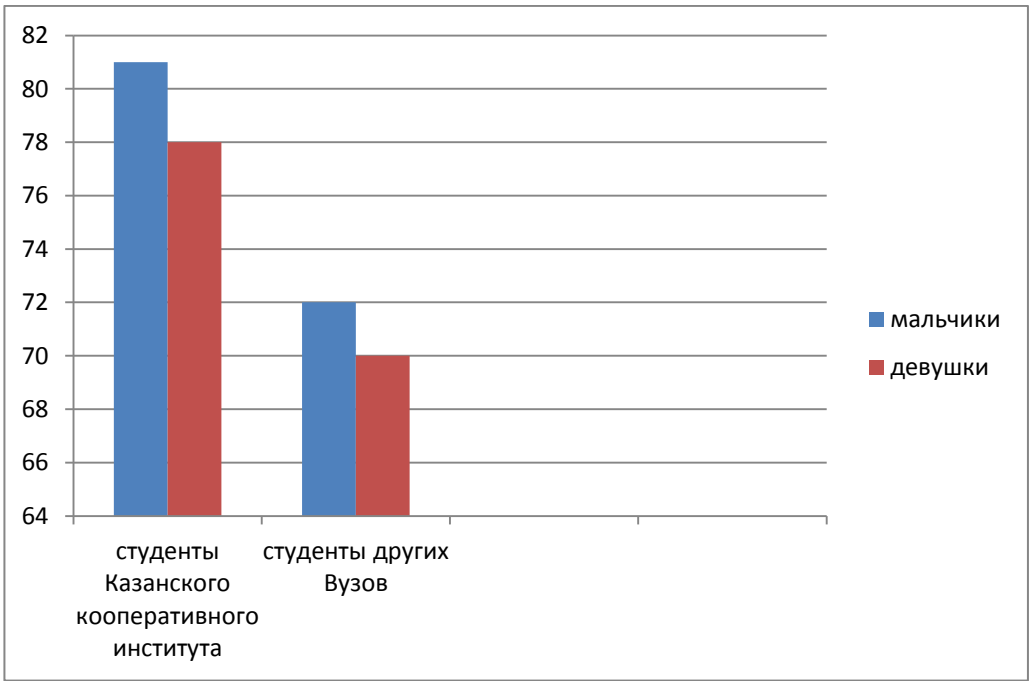



Диаграмма 1 – Опрос студентов

Среди опрошенных студентов Казанского кооперативного института РУК игрой в волейбол заинтересовались: среди мальчиков - 81%, а среди девушек – 78 %.

По мнению студентов других Казанских ВУЗов этот же опрос будет выглядеть следующим образом: мальчики – 72%, девушки -70%.

Как мы видим из диаграммы, большинство опрошенных мальчиков и девушек желают заниматься таким видом спорта, как волейбол.

После анализа диаграммы, выявлено, что более половины студентов, которые приняли участие в опросе, изъявили свое желание всерьез заниматься данным видом спорта, и предложили на базе института ведения оказания такой услуги, как занятие волейболом в определенное время.

«Занятие физической культурой является важным средством «воспитания нового человека, гармонически сочетающего в себе духовное богатство, моральную чистоту и физическое совершенство». Она способствует повышению социальной и трудовой активности людей, экономической эффективности производства» [1].

Обобщая ранее высказанные факты и понятия, можно сделать вывод о том, что волейбол, как вид занятия физической культуры и спорта, является одним из самых эффективных факторов всестороннего физического развития для человека, а для предпринимателей в этой сфере отличное средство получения прибыли.

Так же нужно отметить, что по своей распространённости эта игра занимает ведущее положение на мировой спортивной арене. Игра в волейбол стала не только чисто спортивной игрой, но также средством организации досуга, поддержания здоровья и восстановления работоспособности.

Список литературы

1. Барчуков И.С, Нестеров А.А. Физическая культура и спорт: методология, теория, практика: учебное пособие для студентов высших учебных заведений – М.: Издательский центр «Академия», 2009. – 528 с.

2. Лебедев В.И, Чеснова Е.Л. Предпринимательство в сфере физической культуры и спорта. Томск.: Издательство Томского политехнического университета, 2010. - 113 с.

3. Электронный ресурс. Режим доступа: http://legalacts.ru/doc/federalnyi-zakon-ot-04122007-n-329-fz-o/ ФЗ «О физической культуре и спорте РФ» №329 (ред. от 26.07. 2017 г) – Консультант Плюс.

## РАЗВИТИЕ ВОЛЕЙБОЛА В КАЗАНИ

***Прокаева А.Ю.,***
студентка 2 курса гр. 460-13, Казанский кооперативный институт, г. Казань
***Смелкова Е.В.,***
доцент, к.п.н. Казанский кооперативный институт, г. Казань

Волейбол – одна из наиболее распространенных игр в России и во всём мире. Массовый, народный характер волейбола объясняется его эмоциональностью и доступностью, которая основана на простоте правил игры. Особое преимуществом волейбола как средства физического воспитания – это возможность дозирования нагрузки, т.е. соответствие между подготовленностью игрока и нагрузкой, которую он получает. Это делает волейбол игрой, доступной для людей всех возрастов, как юношей, так и девушек.

Место зарождения волейбола – Соединенные Штаты Америки. Вильям Морган изобрел новую игру. Он был преподавателем физического воспитания колледжа Ассоциации молодых христиан. В 1895 году в спортивном зале он подвесил теннисную сетку и его ученики стали перебрасывать через нее камеру от баскетбольного мяча. На конференции колледжей ассоциации молодых христиан в Спрингфилде игра обрела название – «волейбол». В 1896 году волейбол впервые был представлен перед публикой, а немного позже были опубликованы правила игры, имевшие всего 10 параграфов.

В нашей стране волейбол начал развиваться в двадцатых годах в районах Средней Волги (Казань, Нижний Новгород). И потом он возник на Дальнем Востоке – в Хабаровске и Владивостоке, а в 1925 году на Украине. Волейбол раньше шутливо

называли «игрой актеров». Как было написано выше, в Казани волейбол появился в начале 20-х годов прошлого века. Тогда и состоялись первые массовые городские соревнования, проводимые в парках культуры и отдыха.

Волейбол по популярности среди видов спорта занимает одно из первых мест в Татарстане. В настоящее время в этом спорте занято более 42 800 человек, из которых около 18 600 составляют женщины. В республике действуют 39 детских и юношеских спортивных школ с волейбольными отделениями. В волейбольных секциях предприятий и учебных заведений, а также в волейбольных отделениях ДОО, ДЮСС, СДЮСШОР числится 1577 спортсменов-разрядников из числа детей и подростков и 224 тренера-преподавателя.

Соревнования по волейболу проходят с достаточно большим количеством зрителей. Самые массовые - спортивные игры и турниры среди школьников и учеников. Особое внимание уделяется развитию волейбола среди лиц среднего и старшего возрастов, а также пляжному волейболу.

В Казани находится волейбольный центр под названием «Санкт-Петербург», это новый комплекс, он был построен в казанском микрорайоне «Солнечный город». Это домашняя база волейбольных клубов Татарстана «Динамо-Казань» и «Зенит». Сооружение представляет собой крытую многофункциональную спортивную арену. Открытие Волейбольного центра, строительство которого стоило 790 миллионов рублей, состоялось в 2010 году.

Республика гордится успехами мужской волейбольной команды «Зенит-Казань», женской волейбольной команды «Динамо-Казань», а также других семи команд, участвующих в различных лигах чемпионата России.

«Зенит» («Зенит-Казань») — российский мужской волейбольный клуб из Казани. Основан в 2000 году, до 2004 года назывался «Динамо», с 2005 по июнь 2008 года — «Динамо-Таттрансгаз». Девятикратный чемпион России, шестикратный обладатель Кубка России, пятикратный победитель Лиги чемпионов. Основные цвета: бело-синие.

Днём основания клуба в Казани считается 13 мая 2000 года, когда тренер команды казанской милиции Андрей Лебедев предложил начальнику городского УВД Евгению Давлетшину заявить клуб на чемпионат первой лиги.

В сезоне 2003 – 2004 гг. команда, впервые играя в суперлиге, стала бронзовым призером чемпионата России.

25-26 декабря 2004 г. в Москве проводился финальный этап Кубка России по волейболу. Одержав в упорной борьбе победы в полуфинальной и финальной встречах, команда впервые в истории волейбола Татарстана взяла Кубок России. В том же сезоне команда вновь завоевала бронзовые медали Чемпионата. Главный тренер коллектива - наставник сборной России Владимир Алекно.

Первые успехи женского волейбола относятся к апрелю 1967 года, когда команда детско-юношеской спортивной школы Ленинского района Казани в Могилеве выиграла юношеский чемпионат Советского Союза. К этому успеху команду привел молодой тренер Эдуард Семенов. В апреле 1968 года казанские волейболистки заняли первое место на всесоюзном турнире в Иваново.

«Динамо-Казань» (до 2008 — «Каза́ночка») — российский женский волейбольный клуб из Казани. В 2002 году на базе санаторно-курортного учреждения профсоюзов Республики Татарстан «Объединение Татарстан курорт» образовалась женская волейбольная команда «Казаночка» (Казань). В первом же сезоне команда, успешно выступила в Первой лиге чемпионата России и вышла в Высшую лигу «Б».

Президентом волейбольного клуба «Динамо-Казань» является первый заместитель министра внутренних дел Республики Татарстан, генерал-майор милиции Ренат Закиевич Тимерзянов. Главный тренер команды – Ришат Сиразутдинович Гилязутдинов и старший тренер перешли в команду в 2009 году из волейбольного клуба «Индезит» (г. Липецк).

Хочется отметить, что игра в волейбол на занятиях по физической культуре в вузах популярна среди студентов. Какие задачи стоят перед проведением игр в волейбол? Во-первых, повышение уровня здоровья студентов, во-вторых, формирование физических качеств, которые понадобятся учащимся в дальнейшей жизни.

Совсем недавно 6 мужских и 6 женских команд университетов КФУ, КГЭУ, КНИТУ-КАИ, КГМУ и КГАСУ выявляли лучшую команду в Региональном этапе Чемпионата АССК России по волейболу. Среди юношей равных не было спортсменам из Казанского Энергетического университета, второе место взяли ребята из КГАСУ и бронзу этих соревнований забрал Казанский Федеральный Университет (ИВМиИТ).У девушек в игре за третье место в упорной борьбе победили представители Казанского Федерального Университета (Юридический факультет). В финальной игре встретились спортсменки КФУ и КГЭУ. Девушкам из Энергетического университета заняли второе место. Золото этих соревнований взяла команда Казанского Федерального.

В Казанском кооперативном институте на тренировки по волейболу приходят как преподаватели, так и студенты. Наибольшее количество преподавателей с кафедры экономики и инноватики. Они активно принимают участие в волейболе и занимают неплохие места, доказательством этого послужил турнир зоны «Северо-Запад», в котором приняли участие 6 сборных команд вузов. В упорной борьбе со счетом 2:0 победила команда сборной ККИ РУК. Следующими нашими противниками стали КГАВМ, но и здесь наша команда не уступила победу соперникам и обыграла их со счетом 2:0. Наша команда ККИ РУК заняла заслуженное третье место.

Таким образом, волейбол быстро развивается с момента своего появления. Это отражается на огромном числе игроков в волейболе и в растущем числе стран-членов Международной федерации волейбола. Волейбольная игра стала не только чисто спортивной, но и волейболом, развивающимся как игры для отдыха, волейбол стал средством организации досуга, восстановления работоспособности и поддержания здоровья. Волейбол способствует воспитанию чувства коллективизма, целеустремленности, решительности, настойчивости внимания и скорости мышления; улучшать основные физические качества, способность контролировать свои эмоции. В волейбол можно играть как в зале , так и на пляже.

Список литературы

1. Беляев А., Савин М. (под ред.) Волейбол. Учебник для выс. уч. завед. физ. культ. - М.: Спорт Академ. Пресс, 2002.

2.Волейбол; АСТ, Астрель, Харвест - Москва, 2010. - 141 с.

3.Костюков В.В., Тимохин А.В., Чесноков Ю.Б.Волейбол. Методическое пособие. – Москва, 1997

## ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

***Скокова А.С.,***
студентка 2 курса гр. 460-13, Казанский кооперативный институт, г. Казань
***Смелкова Е.В.,***
доцент, Казанский кооперативный институт (филиал) РУК, г. Казань

Предпринимательская деятельностью это инициативная самостоятельная деятельность граждан и их объединений, связанных с бизнес -рисками и направлена на получение прибыли. Бизнес ведется в различных областях экономики – промышленности, транспорте, финансовых рынках, сельскохозяйственном производстве и многих других сферах деятельности. Не является исключением и предпринимательство в сфере физической культуры, спорта и смежных отраслей.

Предпринимательство в области физической активности и спорта развивается во всем мире. За последнее десятилетие активно увеличилось количество видов спорта, выросла армия фанатов, набрали популярность, новые спортивные дисциплины. Массовый спрос на спорт, спортивную продукцию и услуги привел к созданию спортивной индустрии и комплексной системы спортивного бизнеса, под которой понимаем совокупность экономических отношений в сфере физической культуры и спорта. Спортивный бизнес является относительно новым направлением предпринимательства, которое полностью возникло только во второй половине XX века.

Экономический образ мышления и коммерческая деятельность глубоко интегрировались в современный спорт, во многом изменили структуру и организацию соревнований, чемпионатов, систему оплаты и обслуживания спортсменов и тренеров. Без коммерческой деятельности немыслим современный профессиональный спорт. Запрет на предпринимательскую деятельность и участие профессиональных спортсменов в Олимпийских играх в начале 1990-х годов поставили под сомнение само существование этого крупного спортивного события в мире. Отсутствие профессиональных спортсменов на Олимпиаде со временем негативно сказалось на играх, спортсменах, болельщиках. Соответственно, снижение интереса аудитории вызвало реакцию среди рекламодателей и прав покупателей на вещание конкурса, что привело к снижению цены рекламы и снижению денежных поступлений в пользу олимпийского движения.

Кто же может заниматься предпринимательской деятельностью, и в каких формах она практикуется в спортивном бизнесе. Следует подчеркнуть, что предпринимательство в спорте может реализовать не каждый, а только способный человек. Для ведения предпринимательской деятельности требуются специальное разрешение - лицензия государственных органов. Данная процедура применяется для доступа к определенным видам предпринимательской деятельности только квалифицированных и компетентных лиц, поскольку они могут представлять потенциальную опасность для жизни и здоровья клиентов, их финансового благополучия. Лицензии выдаются на предоставление образовательных услуг, массажа и спортивно-медицинских консультаций.

В предпринимательской деятельности в сфере физической культуре и спорта может работать далеко не каждый менеджер, так как требуется специальные знания. Нужны определенные знания и навыки, как в предпринимательской деятельности, так и в спортивной сфере. Необходимы не только экономические знания, но и знания анатомии, физиологии, надо квалифицированно разбираться в спортивном рациональном питании, спортивной медицине. Так же необходимы знания в психологии и педагогике спортивном менеджменте и нормативно-правовой базе в области спорта. Именно такие знания и умения могут помочь спортивному предпринимателю успешно развивать свой бизнес.

Предпринимательская деятельность в спорте осуществляется в следующих направлениях:

Во-первых, в сфере индивидуального предпринимательства, так как в настоящее время большинство профессиональных спортсменов и тренеров выступают как частные предприниматели;

Во-вторых, предпринимательскую деятельность в спорте осуществляют отдельные спортивные клубы, лиги и другие организации;

В-третьих, предпринимательскую деятельность в сфере спорта осуществляют предприятия, специализирующиеся на производстве спортивных товаров, услуг и информации. Это включает в себя предприятия по производству спортивной одежды, обуви, оборудования, специальных телевизионных и компаний и телеканалов, печатных СМИ и других фирм.

Я думаю, что с учетом финансовых проблем предпринимательской деятельности в спорте, можно сделать вывод, что это хорошая инвестиция, и получать хорошую прибыль, а во-вторых, предприниматель-это человек, который хочет работать в спорте, развивать его и получать прибыль. Он хочет создавать интересный и познавательный досуг, для

продления долголетия, для общения, для создания и поддержания красоты тела и духа. Спортивные предприниматели, играют позитивную социально-экономическую роль, так как спортивный бизнес-это социально значимый бизнес, который сможет преодолеть негативные явления, такие как курение, употребление наркотиков, преступления. Благотворительность дает предпринимателю огромное моральное удовлетворение от своего бизнеса.

Список литературы

1.Галкин В.В. Экономика и управление физической культурой и спортом : учеб. пособие для вузов / В.В. Галкин. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2006- 441 с.

2.Мяконьков В.Б., Минаева И. Ю., Тараканов А.В. Предпринимательство и спорт. Перспективы развития : мат. Третьей международной научной практ. конф.- доц. Д.И. Рогачев., к.ю.н. О.А. Шевченко.- М., 2010.-123 с.

3. Переверзин, И. И. Менеджмент спортивной организации : учебное пособие / И.И. Переверзин.- 2-е изд, перераб. и доп.- М : СпортАкадемПресс, 2002. - 244 с.

## БИЗНЕС В ОРГАНИЗАЦИИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

***Мифтахов Р.А.,***
к.п.н., доцент, отличник физической культуры и спорта РФ, Казанский кооперативный институт, г. Казань
***Тимофеева А.А.,***
студент 454 гр., Казанский кооперативный институт, г. Казань

Актуальность темы работы состоит в том, что предпринимательская деятельность осуществляется в самых разных сферах экономики, но в более остро стоит вопрос ее в изучении предпринимательства в сфере физической культуры и спорта.

Занятия физическими упражнениями имеют огромное воспитательное значение – способствуют укреплению дисциплины, повышению чувства ответственности, развитию настойчивости в достижении поставленной цели. Физическая культура представляет собой сложное общественное явление, которое не ограничено решением задач физического развития, а выполняет и другие социальные функции общества в области морали, воспитания, этики. Она не имеет социальных, профессиональных, биологических, возрастных, географических границ.

Физическое здоровье человека – это естественное состояние организма, обусловленное нормальным функционированием всех его органов и систем.

«Здоровье молодежи один из главных факторов дальнейшего производительного труда квалифицированного специалиста в его основной период трудовой деятельности» [1, 35].

Новизна исследования состоит в том, что в настоящее время очень остро стоит вопрос о здоровье молодежи и мотивации ее к занятиям физической культурой и спортом. Основной задачей преподавателя дисциплины физической культуры является привлечение студентов к основным занятиям и по возможности дополнительным кружкам, секциям и соревнованиям.

Предпринимательская деятельность в сфере физической культуры и спорта направлена на оказание спортивных услуг и получение от них прибыли.

Предприниматель, прежде чем решиться на создание собственного дела, должен произвести тщательные расчеты и обладать определенной интуицией, хорошо знать предполагаемый рынок сбыта и конкурентов.

«Предпринимательство, предпринимательская деятельность – экономическая деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от производства и продажи товаров, оказания услуг, выполнения работ» [2, 77].

Признаки предпринимательства:

1. Самостоятельность и независимость хозяйствующих субъектов.
2. Личная экономическая заинтересованности и ответственность.
3. Новаторство и творческий поиск.
4. Хозяйственный риск.

Можно выделить несколько направлений предпринимательства в спортивной деятельности:

6. Непосредственное предоставление обучающих спортивных услуг (кружки, секции, фитнес клубы и.т.д.);
7. Изготовление, продажа или предоставление в аренду спортивного инвентаря (тренажеры, экипировка, спортивный инвентарь и т.д.);
8. Продажа билетов на спортивные мероприятия;
9. Реализация спортивного питания и услуги диетологов;
10. Организация спортивных развлечений (пейнтбол, скай-парк, квесты и т.д.).

Рассматривая в совокупности проблемы здоровья молодежи и предпринимательства в сфере физической культуры и спорта, сталкиваешься с тем, что порой предоставление спортивных услуг является слишком дорогим для молодежи. Наряду с такими есть кружки и секции, оплачиваемые институтом и являющиеся бесплатными для студентов данных учебных заведений.

На базе Казанского кооперативного института открыты такие спортивные кружки, как: волейбол, баскетбол, футбол, настольный теннис, карате, танцы.

Мы опросили студентов всех курсов, в каких из предложенных в институте кружков и секций он хотели бы или уже занимаются. На диаграмме представлены результаты опроса.

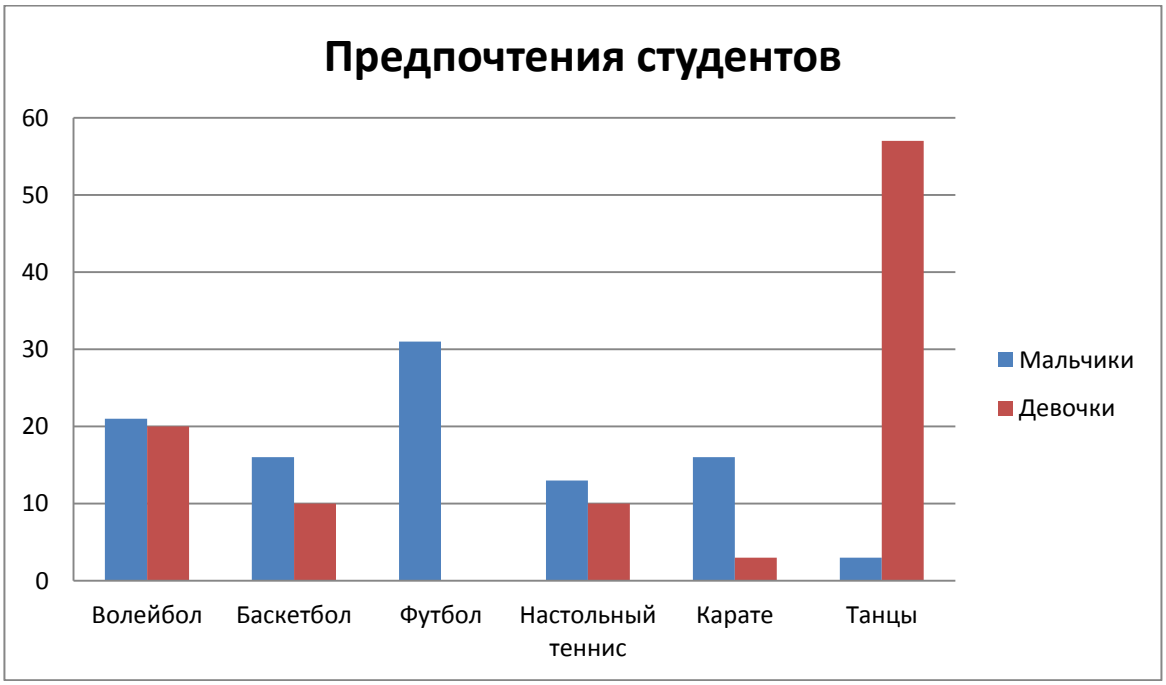



Диаграмма 1 – Опрос студентов

Более интересными и перспективными направлениями, по мнению юношей, являются: футбол – 31%, волейбол – 21%, баскетбол – 16%, карате – 16%, настольный теннис – 13%, танцы – 3%.

По мнению девушек этот же опрос будет выглядеть следующим образом: танцы – 57%, волейбол – 20%, баскетбол – 10%, настольный теннис – 10%, карате – 3%, футбол – 0%.

Как мы видим, для мужской половины студентов предпочтительнее такое направление как футбол, а для женской – танцы. Направлениями, в которых более или менее на равных заинтересованы обе половины студентов являются: волейбол, настольный теннис и баскетбол.

Предложением по совершенствованию предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта на базе института является проведение ежегодного опроса студентов в начале и конце учебного года, в каких из предложенных в институте кружков и секций он хотели бы или уже занимаются. На основе анализа этих опросов открывать новые кружки или секции по приоритетным направлениям, закрывать нерентабельные секции, а также спонсировать постоянные направления.

Физическое здоровье молодежи – это естественное состояние организма, обусловленное нормальным функционированием всех его органов и систем являющееся одним из главных факторов дальнейшего производительного труда квалифицированного специалиста в его основной период трудовой деятельности. «Лучший оздоровительный и тонизирующий эффект достигается при комплексном использовании разнообразных упражнений» [3].

Предпринимательская деятельность в сфере физической культуры и спорта направлена на оказание спортивных услуг и получение от них прибыли.

Главной задачей предпринимательства в данной сфере является мотивация молодежи занятием физической культурой и спортом, ведение здорового образа жизни.

Список литературы

1. Бальсевич В.К. Инфраструктура высокоэффективного физического воспитания в общеобразовательной школе России: методология проектирования и эксплуатации // Вестник спортивной науки. - 2005. - № 1. - С. 35-38.

2. Маслов А.В. Развитие физической культуры и спорта региона в контексте социального предпринимательства // Экономика региона. 2012. No1. С.75-82.

3. Электронный ресурс. Режим доступа: https://knowledge.allbest.ru/sport/3c0a65625b2bc68b4c43b89521306c27_0.html

## ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СФЕРЕ ОКАЗАНИЯ ФИТНЕС-УСЛУГ

***Мифтахов Р.А.,***
к.п.н., доцент, отличник физической культуры и спорта РФ, Казанский кооперативный институт, г. Казань
***Шарапова Р.Р.,***
студент 652 гр., Казанский кооперативный институт, г. Казань

Данная тема актуальна тем, что предпринимательская деятельность широко распространена в различных сферах экономики и спорта.

Цель исследования – рассмотреть возможность занятия предпринимательской деятельностью в сфере фитнеса.

В современном мире здоровье человека неразрывно связано со спортом и физической культурой. Для здоровья важны не только выполнения различных тренингов и упражнений, но и правильное питание. Это сочетание поможет противостоять различным заболеваниям, укрепить иммунную систему.

Фитнес – это здоровый образ жизни, это шанс изменить качество жизни без принятия крайних мер и особых усилий. Регулярное занятие фитнесом помогает организму человека легче переносить и быстро привыкать к различным нагрузкам.

По выражению Гиппократа: «Гимнастика, физические упражнения, ходьба должны прочно войти в повседневный быт каждого, кто хочет сохранить работоспособность, здоровье, полноценную и радостную жизнь» [1].

Фитнес оказывает сильное влияние на весь организм человека. Врачи рекомендуют заниматься фитнесом, так как фитнес укрепляет мышечные и костные ткани, происходит утолщение хрящевых тканей, связок, сухожилий. Также фитнес укрепляет мышцы спины. Занимаясь фитнесом, можно избавиться от нарушений подвижности позвонков и межпозвоночных дисков и избежать впоследствии радикулита, остеохондроза и т.п. При регулярном занятии фитнесом возможно избавление от различного рода недомоганий.

Регулярная физическая активность способствует выработке в организме гормона эндорфина, то есть гормона счастья. Выработка положительных эмоций дает человеку хорошее настроение, он становится более спокойным, расслабленным и уравновешенным, начинает получать удовольствие от жизни в полном объеме.

На сегодняшний день в России индустрия фитнеса находится в стадии роста. Разрабатываются индивидуальные программы, которые включают в себя элементы различных видов фитнеса: аэробики, борьбы, упражнений на тренажерах. В наше время посещение фитнес клубов стало уже признаком хорошего тона, что дает широкое развитие предпринимательской деятельности в этой сфере.

Предпринимательская деятельность — самостоятельная деятельность организации, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг [2].

Прежде чем, как открыть собственное дело, предприниматель должен выявить четкие цели и задачи, он должен обладать дипломатичностью, умению сотрудничать с конкурентами. Тренер-преподаватель всегда должен быть в хорошем настроении, приветливым, иметь определенные методики и практические навыки в этой сфере.

Наилучшая перспектива у тех клубов, у которых есть широкие возможности для семейного фитнеса, новые групповые и индивидуальные программы, современное оборудование и инвентарь, возможность принять после занятии душ или сауну.

Важный фактор успеха в данном виде деятельности - это место расположение клуба и развитая инфраструктура. Предпринимательская деятельность не сможет приносить прибыль, если расположить зал на окраине города вдалеке от транспортной инфраструктуры. Клиентам должно быть удобно добираться до него из дома или с работы, иметь возможность поставить транспортные средства на автомобильную стоянку, поэтому целесообразнее расположить фитнес-клуб в центральных районах города.

Фитнес-центр получает доход по следующим направлениям: продажа абонентских карт и предоставление дополнительных услуг, таких как продажа кислородных коктейлей, оздоровительный массаж, косметический сервис, сауна и другие услуги.

Значительную прибыль в работе фитнес-клубов приносит продажа абонементов. Выгодно ли открывать фитнес-клуб? Думаю, да! Прибыль обязательно покроет расходы, так как в наше время люди много внимания уделяют себе и стараются держать себя в форме и соответственно ходят в фитнес-клубы. Обладая определенными навыками в области фитнеса, можно предложить свои услуги в качестве личного спортивного инструктора, что может принести хорошую прибыль.

Открывать свой фитнес-клуб выгодно, потому что:

1) Всегда будет существовать категория людей, которые не мыслят своей жизни без физической культуры и спорта.

2) Данный вид бизнеса прибыльный, ежемесячно можно получать определенную прибыль, если правильно спланировать свою стратегию.

*3)* Этот вид бизнеса сегодня невероятно перспективный и эта деятельность со временем будет только нарастать.

На базе Казанского кооперативного института «Российского университета кооперации» возможно открыть постоянно действующий фитнес-клуб, чтобы студенты и преподаватели после учебы могли уделить внимание своему здоровью, позаниматься с квалифицированным специалистом и получить заряд бодрости и хорошего настроения.

«Фитнес востребован в последние годы и те, кто занимается этим делом, очень хорошо получает. Это дело будет всегда востребованным и будет постоянно расти и развиваться»[3].

Задача предпринимателя – постоянно продвигать свой бизнес, увеличивать количество услуг и предлагать качественные тренажеры, а главной задачей предпринимательства в данной сфере – это призывать людей заниматься фитнесом, вести здоровый образ жизни, потому что это необходимо каждому из нас.

Сегодня фитнес становится всё более профессиональным, он рассматривается уже как бизнес, так как приносит высокую прибыль при правильной организации и менеджменте.

Предпринимательство в сфере физической культуры и спорта развивается во всем мире на сегодняшний день очень активно и динамично.

Список литературы

Электронный ресурс. Режим доступа:
1. http://74330s027.caduk.ru/DswMedia/gimnastika.pdf
2. https://studfiles.net/preview/6178877/page:18/
3. http://openbusines.ru/zarabotok-na-uslugax/kak-otkryt-fitnes-klub.html

## ВОСТРЕБОВАННОСТЬ СПОРТИВНЫХ МАГАЗИНОВ «ДЕКАТЛОН» И «СПОРТМАСТЕР» В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

***Шибакова Л.Ю.,***
Казанский кооперативный институт, г. Казань
***Уткина Н.А.,***
Казанский кооперативный институт, г. Казань
***Тарасова С.С.,***
Казанский кооперативный институт, г. Казань

Ведение здорового образа жизни в нашей стране постепенно выходит на первое место. Согласно последним исследованиям социологов, количество граждан в Республике Татарстан, которые активно или регулярно занимаются различными видами спорта, превысило отметку в 10 процентов, и данный показатель постоянно растет [4, стр. 1]. На фоне популярности ведения здорового образа жизни появляются не только совершенно новые виды спорта, но и существенным образом расширяется ассортимент спортивных товаров, которые пользуются большим спросом. Именно поэтому открытие магазина спортивных товаров на сегодняшний день вновь обрело актуальность и сулит хорошие перспективы в бизнесе.

Востребованность – это - это способность обладать характеристиками, пользующимися в социуме повышенным спросом, которые делают товар необходимым, нужным.

Данный вид предпринимательской деятельности является актуальным не только в крупных мегаполисах, но и небольших городах нашей страны. Без преувеличения, в каждом населенном пункте есть люди, которые активно на любительском или профессиональном уровне занимаются тем или иным видом спорта. Поэтому на примере магазинов «Декатлон» и «Спортмастер» мы рассмотрим всю значимость спортивных магазинов в жизни населения.

Цель нашей работы заключается в рассмотрении востребованности спортивных магазинов «Декатлон» и «Спортмастер» у населения в РТ.

При статистическом документальном исследовании мы проанализировали выручку магазинов и через нее выявили какой из магазинов наиболее популярен.

Магазин «Спортмастер» каждый год посещает более 200 миллионов человек. По общим показателям данный магазин входит в топ-10 мировых розничных спортивных

сетей, а в нашей стране и на территории Восточной Европы прочно заняли первое место. На территории России насчитывается более 450 магазинов, а на территории РТ – 10 магазинов.

Таблица 1 – Показатели Спортмастера с 2012 по 2016гг. в городе Казань (млн. руб.).

| Показатель | Год | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| Чистая выручка | 581660000 | 691820000 | 811420000 | 868790000 | 919203500 |
| Активы компании | 292270000 | 356460000 | 42738000 | 501240000 | 409525100 |
| Чистый финансовый долг | 34760000 | 13400000 | 29250000 | -24620000 | 2394000 |

Таким образом, по данным таблицы 1 можно заметить, что выручка с 2012 – 2016 гг. увеличилась на 58%. Данные показатели характеризуют повышения спроса у населения спортивных товаров. Самый благоприятный год по показателям чистый финансовый долг является 2015, а самым нестабильным годом – 2012. Это свидетельствует о том, что именно в 2015 году компания «Спортмастер» была наиболее платежеспособная и устойчива к изменениям на рынке.

Первый магазин компании в России открылся в 2006 году в Москве. На начало 2017 года в стране работает сорок девять магазинов под маркой «Декатлон». По РТ насчитывается 3 магазина.

Таблица 2- Выручка магазина «Декатлон» в городе Казань в 2012 году и 2016 году (млн. руб.)

| Год | 2012 | 2016 |
|---|---|---|
| Чистая выручка | 5440000 | 9100000 |

Таким образом, с 2012 года выручка данного магазина увеличивалась на 67%. Это свидетельствует о том, что хоть данный бренд появился совсем недавно, но активно набирает востребованность у населения.

Следовательно, обе торговые марки по РТ являются популярными. «Декатлон» менее востребован, так как он появился в нашей республике значительнее позже, чем «Спортмастер». Не смотря на это он уже становится конкурентно способным. По качеству товаров «Декатлон» не уступает и другим брендам, поэтому количество посещаемости возрастает. Нужно отметить, что данные бренды стали наиболее популярны благодаря тому, что население в РТ стало активно заниматься физической культурой и спортом. Следовательно, у людей появляется потребность в спортивных товарах. Эти современные бренды помогают удовлетворить не только спрос населения, но и делают спорт доступным для всей семьи, создавая комфортные условия. В их ассортименте товары для более 70 видов спорта.

Проведенное нами статистическое исследование, позволило выявить брендовые магазины. Ими стали «Декатлон» и «Спортмастер». Благодаря этим магазинам мы заметили важность предпринимательство в сфере физической культуры и спорта. На основании этих данных, мы делаем вывод, что предпринимательская деятельность в данной сфере востребована.

Список литературы

1. О компании – интернет-магазин Спотрмастер – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.sportmaster.ru/about/. (Дата обращения: 16.11.2017).

2. Спорт. Декатлон – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://shopandmall.ru/retail/Decathlon. (Дата обращения: 16.11. 2017).

3. Спортмастер. База компаний. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.rbc.ru/companies/id/171. (Дата обращения: 16.11.2017).

4. Сколько россиян занимаются спортом. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.the-village.ru/village/city/situation/1676... (Дата обращения: 20.11.2017).

# ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СПОРТА

***Илюшин О.В.,***
к.п.н., доцент,отличник физической культуры и спорта РФ, Казанский кооперативный институт, г. Казань
***Д.С. Филиппов,***
студент 460/10 гр., Казанский кооперативный институт, г. Казань

В современной России физическая культура и спорт выходят каждый раз на новый этап развития. Это происходит благодаря упорной работе и новациям, как в спорте, так и в медицине. Можно отметить и соперничество с западными странами, благодаря которому профессиональный спорт в РФ начинает, развивается. При этом наиболее быстро формирующимися общественными отношениями в сфере физической культуры и спорта являются отношения, сформировывающиеся в области профессионального спорта.

Для успешного разрешения проблем правового регулирования профессионального спорта большое значение имеет правильное понимание основных, исходных категорий и понятий, используемых в спортивной сфере.

Профессиональный спорт - часть спорта, устремленная на организацию и проведение соревнований, за участие в которых и подготовку к которым в качестве основной деятельности спортсмены получают заработную плату и вознаграждение от организаторов соревнований. Самые значимые соревнования это – чемпионат страны, Европы, мира и олимпиада, к которой большинство спортсменов стремятся всю свою жизнь, чтобы только попасть туда. Это специфичная социальная деятельность, с помощью которой люди зарабатывают деньги. В профессиональном спорте требуется очень высокий уровень мастерства, существует иерархия спортсменов и их рыночная цена. Профессиональный спорт постоянно требует повышения зрелищности.[1]

Недавно в России профессиональный спорт стал профессией, так как длительным и изнурительным тренировкам нужно уделять много времени, что бы появился долгожданный результат. В связи с этим многие известные спортсмены, тренеры и ученые многократно говорили о необходимости социальной защиты спортсменов и распространении трудового законодательства на отношения между спортсменами и физкультурно-спортивными организациями.[2]

Спорт так же является очень сложной сферой общественных отношений, поэтому в нем проблематично установить равные правила для всех видов.

Прежде всего спортсменам нужно соблюдать правила и не переходить границы дозволенного на разных спортивных соревнованиях. Разного вида профессиональные спортсмены нарушали регламент в своих видах спортивных соревнованиях, что приводило к временным дисквалификациям или даже пожизненным, что влияло на дальнейший карьерный рост. Со многими проблемными спортсменами подписывают контракты на определенных условиях, указывая определенный пункт для того, чтобы профессиональный спортсмен соблюдал режим который устанавливает тренерский штаб. Если пункты нарушаются то руководство принимает воспитательные меры, которыми могут быть: штрафы, исключения из профессионального клуба и т.д.

В правилах спортивных федераций должны , так же указаны субсидии на оплату и услуг агентов. Остается право на терапевтические разрешения и на использование запрещенных препаратов - нарушением антидопинговых правил не является ситуация, в которой на момент совершения действий по употреблению допинга имелось терапевтическое разрешение от врача и, если профессиональный спортсмен не может обходиться и заниматься спортом без запрещенных препаратов.

В настоящее время ведется вопрос о том, что такие отношения целесообразно регулировать и проверять нормами гражданского права, поскольку отношения между спортсменами и физкультурно-спортивными федерациями имеют свою специфику и не

всегда согласуются и соблюдаются с общими правилами трудового законодательства. Следует вести проверку и проверить все отношения и деловые встречи.

Прежде всего, следует узнать, в чем содержатся главные отличия трудового договора от гражданско-правового. Во-первых, объектом и основным содержанием трудового договора играет процесс труда, а гражданско-правового - результат труда. Во-вторых, в трудовых отношениях работник обязуется выполнять работу обусловленного рода (по определенной профессии, квалификации, должности), в то время как в цивильных отношениях выполняется определенное задание. В-третьих, рабочие отношения разумеют вовлечение сотрудника в состав трудового коллектива объединения, долг работника повиноваться правилам внутреннего трудового режима, а реализация деятельность сообразно гражданско-законному условию ровным счетом ничего этого не требует.

ФЗ "О физической культуре и спорте в Российской Федерации" предусматривает, что деятельность спортсменов-профессионалов регулируется трудовым законодательством РФ, а также нормами, разработанными на основе правил международных и российских физкультурно-спортивных организаций и ратифицированными профессиональными физкультурно-спортивными объединениями по координированию с общероссийскими федерациями по надлежащим видам спорта. В данном законе удостоверяется также, что контракт о спортивной деятельности содержится на основе трудового законодательства РФ.

В Трудовом кодексе РФ содержатся статьи, где упоминаются профессиональные спортсмены. [3] В данных статьях воспроизведены обусловленные специфичные черты профессионального спорта. Кодексом предусмотрена вероятность подписания с профессиональными спортсменами экстренного трудового договора. Длительность каждодневной работы для профессиональных спортсменов может учреждаться в соответствии с законами и прочими нормативными правовыми актами, локальными нормативными актами, общественным договором или трудовым договором. Последовательность работы в ночное время может обусловливаться коллективным договором, локальным нормативным актом либо соглашением сторон трудового договора. Разрешается привлечение профессиональных спортсменов к работе в выходные и нерабочие, праздничные дни в организациях, финансируемых из бюджета, в порядке, учрежденном Правительством РФ, а в прочих организациях - в порядке, учреждаемом коллективным договором. 0плата труда в такие дни может обусловливаться на основании трудового договора, группового соглашения или локального нормативного акта организации.

Кодекс непринужденно изображает, что на профессиональных спортсменов исходит трудовое законодательство с важными деталями, предусмотренными федеральными законами и прочими нормативными правовыми актами. К обязанностям спортсменов - членов сборных команд России причисляются: выполнение персональных тренировочных планов подготовки, тренерских и турнирных заданий; выполнение инструкций наставника (г. в. тренера) сборной команды России, запросов и советов тренерского штаба, врача и медицинского персонала, руководства и сотрудников научной группы в учебно-тренировочном процессе и соревнований; борьба за честный и чистый спорт, соблюдение спортивного распорядка и питания, неприменение стимулирование средств для улучшений результатов (наркотиков, допингов), воспрещенных Медицинской комиссией М0К и международными спортивными федерациями по видам спорта; следование режима, дисциплины и общего порядка; соблюдать и не нарушать условий контракта, заключенного с учреждением (проф. организацией), обеспечившей подготовку сборных команд, трактатов с федерацией по виду спорта, Госкомспортом России. В случаи несоблюдения трудовой дисциплины членами сборных команд России анализируются на Совете сборной команды. Часто этот нормативный акт отсылает к общим нормам трудового законодательства.[2]

Трудовое законодательство позволяют рабочим лицам определенные права и гарантии при подписании и изменении трудового договора, а так же сокращении работника. Учреждает ограничения максимальной длительности рабочего времени, фиксирует право работника на отдых, а так же числа на каждогодний полностью оплачиваемый отпуск, постановляет гарантии по выплате заработной платы и ее минимальный размер, гарантии. Локальные нормативные акты, включающие нормы трудового права, с которыми соглашается работодатель в моменте ухудшения положения работников по сравнению с трудовым законодательством, коллективным договором, соглашениями или принятые без соблюдения предусмотренного Трудовым кодексом режима учета мнения представительного органа работников, являются недействительными[3]. Эти права и обязанности, затрагивают так же и спортсменов, заключающих трудовой договор.

В случае если отношения среди спортсменов и физкультурно-спортивными организациями начнут следовать нормам гражданского права, спортсмены автоматически утратят все гарантии и права, предусмотренные трудовым законодательством.

Разумеется, спорт, выступая в качестве профессии, имеет ряд особенностей, которые нужно регулировать с помощью особого закона о профессиональном спорте. В этом законе есть особенности спорта в качестве профессии, детально разобрать отношения между физкультурно-спортивными организациями и спортсменами, решить вопрос о возрастном ограничении, благодаря которому будет возможность специализироваться в спорте с учетом медицинских и правовых аспектов. Также надо учесть результативную систему, позволяющую контролировать соблюдения норм права, а так же и правил безопасности, всеми физкультурно-спортивными организациями. Пока такой закон не согласован, принято руководствоваться общественными нормами трудового законодательства, а все особенности обсудить в коллективных и индивидуальных договорах, которые дают определенную свободу сторон в регламентации трудовых и связанных отношений с ними.

В наше время, существует аренда, которая позволяет профессиональному спортсмену сменить клуб для практики, которая позволит ему улучшить результаты. Так, например, очень часто происходит в футбольном мире, где спортсмена (игрока) отправляют ради опыта и улучшения своих навыков. Сроки аренды устанавливает клуб имеющий контракт с спортсменом и с учетом самого спортсмена, которой может высказать свое мнение через агента. А со спортсменами не достигнутых совершеннолетия, часто переговоры по заключению договора (контракта) ведут родители. Этот нередко встречается в таких профессиональных спортивных видах как: фигурное катание, легкая атлетика, футбол и т.д.

Большинство отношений и договоров между спортсменом и физкультурно-спортивными организациями реально можно регулировать, благодаря нормам гражданского права. Так, можно решить вопрос о возмещение затрат на подготовку спортсменов, физкультурно-спортивной организацией в моменте, когда спортсмены переходят в другую команду до истечения срока трудового договора (контракта), но размер такого возмещения должен решаться, исходя из реальных затрат и действительно нанесенных изъянов. Благодаря гражданским договорам можно регулировать также отношения, спортсмена учавшего в рекламных акциях.

Итак, можно сделать вывод, что с появлением профессионального спорта, появились и продолжают появляться общественные отношения в представленной сфере. В профессиональной спортивной деятельности появляется проблематика механизма ее правового регулирования, в том числе в рамках гражданского права.

Так же нужно обратить внимание на контроль над принятием всех законодательных актов, регламентирующих физическую культуру спорта в РФ. К тому же не надо забывать, что спорт и физическая культура были и всегда будут оставаться важнейшим составляющим государственно-идеологическим в жизни страны. Поэтому

нужно посвятить особое внимание отечественному спорту, чтобы в стране было светлое спортивное будущее. Можно сказать, что спорт дает многим людям открыть себя по новому, кто-то открывается до совершеннолетия, а кто-то уже на закате профессиональной карьеры, чем нельзя не восхитится. Каждый человек занимаясь усердно может добиться высоких результатов, но при этом нужно соблюдать законы.

Список литературы

1. Синчук В.А. Базовые исходные понятия: «спорт», «спортивные соревнования» //opace.ru. с. 1-2

2. Кашапов Н.В. Гражданско - правовое регулирование отношений в сфере физической культуры и спорта. elibrary.ru. С. 55-57

3. Трудовой кодекс от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 17.07.2009)

4. ФЗ от 22.11.2016 N 396-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "О физической культуре и спорте в Российской Федерации" в части регулирования спорта высших достижений и профессионального спорта"

5. ФЗ «О внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации» от 28 февраля 2008 года№ 13-ФЗ

## ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ УСЛУГИ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

***Ибрагимов И.Ф.,***

К.биол.н., доцент, ФГБОУ ВПО «Казанский государственный энергетический университет»

***Таланов К.А.,***

Студент группы ЭК-5-17, ФГБОУ ВПО «Казанский государственный энергетический университет»

Физическая культура и спорт являются важнейшей сферой предпринимательской деятельности, так как они с одной стороны обеспечивают занятость населения в спортивной индустрии, с другой стороны указанные отрасли пополняются за счет налоговых поступлений федеральных и местных бюджетов.[1]

С развитием предпринимательства в России в настоящее время связаны большие надежды по достижению устойчивого конкурентоспособного положения страны в целом, поскольку малый бизнес играет роль значительной движущей силы в этом направлении.

Посредством развития предпринимательства решаются не только экономические проблемы, но и социальные. Например, развитие предпринимательства в сфере услуг физической культуры и спорта будет способствовать решению следующих социально-экономических проблем. [2]

1.Создание новых рабочих мест;

2.Увеличение объема платных услуг населению;

3.Увеличение налоговых поступлений

4.Развитие территории

5.Увеличение доли населения, регулярно занимающего физической культурой

6.Увеличение количества спортивных сооружений;

7.Популяризация здорового образа жизни, физической культуры и спорта.

Развитие малого предпринимательства обеспечит вовлеченность в занятия физической культурой и спортом разных групп населения, поскольку каждое малое предприятие, оказывающее физкультурно-оздоровительные и спортивные услуги, для обеспечения эффективности своей предпринимательской деятельности, должно найти и обеспечить реализацию определенного круга потребностей в сегментах рынка, свободных от конкуренции [4, С. 130-132].

Необходимо отметить, что проводимая государственная политика по развитию физической культуры и спорта в РФ создает благоприятные условия для формирования спроса на данном рынке, однако уровень развития предпринимательства в этой сфере остается крайне низким.

Сдерживающими факторами развития предпринимательства в сфере физической культуры и спорта являются как общие для малого бизнеса административно-правовые барьеры, недостаток финансовых ресурсов, высокий уровень налоговой нагрузки, не эффективный менеджмент, так и специфические отсутствие опыта и знаний для ведения предпринимательской деятельности, преобладание социальных мотивов деятельности над экономическими [1].

Недостаточное развитие предпринимательства в отрасли «Физическая культура и спорт», безусловно, является сдерживающим фактором развития, что, в свою очередь, негативно сказывается не только на результатах реализации государственных программ развития физической культуры и спорта, но и на эффективности функционирования сферы услуг в целом в силу мультипликативного эффекта.

Емкость мирового рынка спортивных товаров по разным оценкам составляет от 67 до 100 млрд. долларов. На сегодняшний день Российский рынок спортивных товаров составляет от 600 млн. до 4 млрд. долларов. На российском рынке спортивных товаров доминирующее положение занимают крупные международные компании.

Россияне тратят на спортивные товары от 50 до 200 долларов ежегодно. Рынок спортивной обуви включает в себя разнообразие кроссовок для каждого вида спорта - кроссовки для фитнеса, баскетбола, футбола, бега, тенниса, а также специализированные для занятий на улице или в зале. Предпринимательская деятельность, обеспечивающая такое многообразие видов спортивной обуви приносит вклад в экономическое развитие страны. [3, С.197]

Также в настоящее время активно развивается рынок физкультурно-спортивных услуг. Популярность фитнес клубов, персонального тренинга, спортивного питания, спортивного массажа и др. Пропаганда здорового образа жизни, активно продвигаемая спортивным предпринимательством, не может остаться незамеченной. Люди стремятся укрепить здоровье, похудеть, стать более привлекательными внешне, повысить свою внутреннюю самооценку, а широко развитый рынок физкультурно-спортивных услуг в свою очередь предлагает широкий выбор различных вариантов, что позволяет не только улучшить здоровье нации, но и положительно повлиять на экономический рост в стране. [5, С. 3]

В настоящее время рынок фитнеса становится с каждым днем все более квалифицированным, инвесторы начали рассматривать фитнес в качестве бизнеса, который при хорошей организации и качественном менеджменте будет приносить высокую прибыль. В наши дни замечается передвижение массового сознания людей к другим, новым приоритетам. Новая рациональная позиция заключает в себе то, что в основе лежит здоровье человека, а тренировки же по каким-либо методикам рассматривают как составную часть целого комплекса мероприятий, вместе с различными косметическими и SPA услугами, правильным и здоровым питанием и психотерапией.

Отдельное внимание следует обратить на рынок спортивного питания, набирающее популярность в настоящее время. Несмотря на двоякое отношение к данной сфере, предпринимательская деятельность в сфере распространения спортивного питания становится наиболее популярной и приносит доход не только масштабным корпорациям, но и индивидуальным предпринимателям.[6, С.16]

Вывод: Физическая культура и спорт являются важнейшей сферой предпринимательской деятельности, в основе этой деятельности лежит здоровье человека. Из этого следует рассматривать фитнес в качестве бизнеса, который при хорошей организации и качественном менеджменте будет приносить высокую прибыль.

Список литературы

1. Электронный учебник по основам физической культуры в вузе URL: http://cnit.ssau.ru/kadis/ocnov_set/tema6/.\
2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/#
3. Система ММЦ // Российский рынок спортивных товаров.- 2007. - №3. - С.197.
4. Попова А.О. Тенденции развития услуг физической культуры и спорта // Вестник Самарского государственного экономического университета. -2015. - №9. - С. 130-132.
5. Степанова О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта. М.: Сов. спорт, 2012. - С. 3.
6. Столбов В.В. История физической культуры и спорта: учеб. для ИФК. 3-е изд. М.: ФиС, 2015. - С.16.

## ОСОБЕННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ СПОРТЕ

***Ивкина В. В.,***
Старший преподаватель кафедры физической культуры и спорта, Казанский кооперативный институт, г. Казань
***Свищева Е. С.,***
студентка 251 группы, Казанский кооперативный институт, г. Казань

В современной жизни широкое развитие сферы физкультуры и спорта уже является неотъемлемой частью жизни, как отдельного индивида, так и общества в целом. При этом в рамках названной сферы в качестве ее довольно специфической составляющей оформилась область профессионального спорта. Профессиональный спорт – это предпринимательская деятельность, целью которой является удовлетворение интересов профессиональных спортивных организаций, спортсменов, которые выбрали спорт своей профессией.[1]

Анализ в области профессионального спорта показывает, что предпринимательская деятельность в данной области имеет некоторые особенности. Первой особенностью является субъектный состав складывающихся здесь отношений. В зависимости от осуществления предпринимательской деятельности следует выделить в области профессионального спорта лиц, которые осуществляют предпринимательскую деятельность и не осуществляющих таковую.[2] Далее, по цели и характеру деятельности субъектов нужно указать на существование в рассматриваемой области спортсменов-профессионалов, зрителей, профессиональных спортивных организаций, соответствующих органов публичной власти.

Непосредственно предпринимательской деятельностью в области профессионального спорта, конечно, занимаются не все из названных субъектов. В частности, зрители, органы публичной власти такую деятельность не осуществляют, цели их участия – это получение удовольствий для зрителей, обеспечение некоторых публичных интересов для органов власти. Обычно в роли предпринимателя тут, как правило, выступают следующие субъекты: сами профессиональные спортсмены, их агенты, профессиональные спортивные организации.

Однако, профессиональный спортсмен, в качестве самостоятельного субъекта предпринимательской деятельности, выступает крайне редко. Дело в том, что эти виды спорта предполагают наличие единой сплоченной команды, которая выполняет одинаковую функцию. Поэтому профессиональная спортивная деятельность не может носить самостоятельного характера. Здесь спортсмен должен подчиняться правилам игры и тренировочной деятельности в составе команды.

Оформление спортсмена-профессионала в качестве субъекта предпринимательской деятельности чаще всего отвечает таким ситуациям, когда спортсмен принимает участие в соревнованиях единолично. Такое положение характерно для индивидуальных видов спорта, однако, практика и здесь не исключает командной подготовки. В индивидуальных видах спорта самостоятельное участие спортсмена обуславливается его предпринимательской деятельностью. Так же предпринимательскую деятельность в профессиональном спорте осуществляют и так называемые агенты. Это лицо, которое выполняет посреднические представительские функции при заключении профессиональными спортсменами договоров об их участии в профессиональной спортивной деятельности.[3] Данный агент может представительствовать на переговорах от имени спортсмена, заключать от его имени договоры или просто содействовать в заключении договора на участие. Такой агент может быть индивидуальным (физическое лицо) или коллективным (юридическое лицо).

Второй особенностью предпринимательской деятельности в данной сфере является ее форма. В области профессионального спорта предпринимательская деятельность осуществляется в виде оказания услуг. Такие услуги могут оказывать все вышеперечисленные лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность в профессиональном спорте. Например, профессиональный спортсмен в индивидуальных видах спорта может оказывать платные услуги в виде выступления на различных соревнованиях. Профессиональные спортивные организации, а также иные лица могут осуществлять предпринимательскую деятельность в форме оказания посреднических услуг в области профессионального спорта.[4]

Третьей особенностью предпринимательской деятельности в сфере профессионального спорта выступает специфика ее правового регулирования. Правовые акты, которые регулируют эту деятельность можно классифицировать по различным основаниям. По юридической силе правового акта здесь можно выделить законы и подзаконные акты. Следует заметить, что в настоящее время среди подзаконных актов особое место занимают локальные акты профессиональных спортивных организаций (статус спортсмена, регламент соревнований и др.)

Далее по предмету регулирования, следует выделить акты общие, регулирующие общие вопросы предпринимательской деятельности (ГК РФ и иные акты общего действия), а также специальные акты – регулирующие предпринимательскую деятельность в профессиональном спорте (Закон о спорте и др.).[5] И так, источником правового регулирования отношений в области профессионального спорта может быть и обычай делового оборота.

В заключение хотелось отметить, что все приведенные рассуждения свидетельствуют о необходимости другого легального определения профессионального спорта в действующем законодательстве. На наш взгляд оно может быть экономической деятельностью, направленной на постоянное получение дохода, осуществляемая на основе систематической соревновательной и тренировочной деятельности в рамках определенного вида спорта.

Список литературы

1. Федеральный закон «о физической культуре и спорте в РФ» № 329
2. Васькевич В.П., Челышев М.Ю. Правовое регулирование профессионального спорта//Российская юстиция. 2015. № 7. с.35-36
3. Скачкова Г.С. Особенности регулирования трудовых отношений в области физической культуры и спорта//Трудовое право. 2014. №5. с.65-73
4. Белых В.С. Субъекты предпринимательской деятельности: понятие и виды в кн.: Правовое положение субъектов предпринимательской деятельности. 2015 г. с.336
5. Хохлов В.А. Гражданско-правовая ответственность за нарушение договора, автореф.дисс..доктр.юрид.наук, 2013 г. с.41

# СПОРТИВНЫЙ БИЗНЕС КАК ВИД ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

***Калючева Г.Р.,***
преподаватель физической культуры, Казанский кооперативный институт, г. Казань (СПО)
***Гареева Г.А.,***
преподаватель физической культуры, Казанский кооперативный институт, г. Казань (СПО),
***Гайнутдинов А.А.,***
преподаватель физической культуры, Казанский кооперативный институт, г. Казань (СПО)

В последнее время спорт стал важной отраслью экономики многих стран, включая Россию. К этой области привлечены немалые материальные и финансовые ресурсы и большое количество рабочей силы. Постоянно совершенствуются и разрабатываются новые модели управления спортом и его финансирования. Вместе с тем, тенденции стремительной коммерциализации и профессионализации спорта, с одной стороны, а также острая конкуренция вокруг бюджетных средств - с другой, свидетельствуют о том, что спортивные руководители должны научиться самостоятельно получать прибыль из имеющихся в их распоряжении ресурсов. Поэтому вопросы предпринимательства в сфере спорта должны находиться в фокусе внимания как исследователей, так и функционеров спорта.

Различные аспекты предпринимательства в области физической культуры и спорта разработаны в странах с развитой рыночной экономикой, особенно в трудах таких зарубежных ученых, как К. Граттон, П. Тейлор, К. Гейнеманн, М. Гарднер, Х. Фишер, В. Андрефф, Ж . Нус, Дж.А. Годдард, С.М. Добсон и др.

Среди постсоветских стран наибольший вклад в разработку проблем предпринимательства в сфере спорта сделали российские ученые (В. Алешин, Л.В. Аристова, С.И. Гуськов, Л. Жестянников, В.И. Жолдак, Е.В. Кутепов, В.А. Леднев, И. И. Переверзин и др.). отметим, что в работах современных отечественных авторов исследования предпринимательства в области спорта не столь широко отражены.

Это побудило автора к более системному изучению предпринимательства в сфере спорта и определило цель этой статьи, что заключается в раскрытии сущности и главных факторов развития предпринимательской деятельности в области спорта.

Предпринимательская деятельность в сфере физической культуры и спорта на сегодня осуществляется:

- индивидуальными предпринимателями, так как большинство профессиональных спортсменов и тренеров выступают на спортивном рынке труда как частные предприниматели;
- спортивными клубами, лигами, федерациями и другими организациями в спорте;
- предприятиями, специализирующимися на производстве спортивных товаров, услуг и информации в сфере физкультуры и спорта (предприятия, производящие спортивную одежду, обувь, снаряжение и атрибутику; специализированные телевизионные каналы и радиокомпании; спортивные печатные издания и т.д.) [3].

В целом, спортивное предпринимательство - особый вид бизнеса, что требует определенных знаний и умений от предпринимателя (в первую очередь, в отношении спорта и коммерции). Спортивное предпринимательство требует не только организаторских способностей, но и глубокого знания составляющих спортивной науки - анатомии, биохимии, физиологии, рационального питания, спортивной медицины, психологии и педагогики спорта, спортивного менеджмента и маркетинга [3].

Наряду с индивидуальным предпринимательством широкое распространение в спорте получили услуги спортивных агентов (менеджеров, посредников), которые являются связующим звеном между работодателями и спортсменами. Вознаграждением агентам служат комиссионные от суммы контрактов спортсменов [1].

Как социально-экономическое явление предпринимательство в сфере спорта отражает систему отношений, возникающих в процессе производства и реализации товаров и услуг спортивного назначения между всеми участниками спортивной деятельности. Предпринимательство в области спорта основано на том, что товары и услуги спортивного назначения предоставляются потребителям платно по рыночным ценам.

Потенциальные потребители предпринимательских структур в сфере спорта имеют намерение возмещать расходы, связанные с предоставлением товаров и услуг спортивного назначения. В этом смысле они являются типичными покупателями. их экономическая поведение на рынке определяется ценой, которая формируется под влиянием спроса и предложения, популярности спортсмена, спортивной фирмы и тому подобное. Как известно, цена является важной предпосылкой увеличения или сокращения производства продукции. В свою очередь, производители товаров и услуг спортивного назначения определяют потребности потребителей с учетом рыночной конъюнктуры. Соответственно они имеют большие возможности диверсификации деятельности, а интересы владельцев и работников существенно зависят от размера прибыли в условиях рыночного ценообразования [4].

Для того чтобы достичь собственных целей субъекты хозяйствования в отрасли спорта должны функционировать эффективно и результативно.

Основными субъектами хозяйствования в предпринимательской деятельности в сфере спорта являются юридические лица. Вместе с тем, предпринимательской деятельностью в области физической культуры и спорта могут заниматься не только юридические лица. Достаточным является государственная регистрация в качестве индивидуального предпринимателя. [2].

Впрочем, значительная часть субъектов хозяйствования является юридическими лицами. В организацией отрасли физической культуры и спорта понимается юридическое лицо, которая имеет в собственности, ведении хозяйства или оперативном управлении собственное имущество и отвечает согласно своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени реализовывать имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

Предпринимательский сектор в сфере спорта представлен, в основном, коммерческими организациями, отдельными специалистами, а также некоммерческими организациями, которые являются участниками рыночных отношений. [5, с.31]

Подытоживая, отметим, что предпринимательская деятельность - это эффективное средство хозяйствования в условиях рыночной экономики. Развитие предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта обеспечивает высокую эффективность ее функционирования. Эффективное предпринимательство в сфере физической культуры и спорта возможно лишь при наличии определенной ситуации - предпринимательской среды, то есть рыночной системы отношений, а также свободы предпринимателя, которая позволяет принимать наиболее эффективные решения. Благоприятная предпринимательская среда включает в себя высокую степень экономической свободы, наличие определенных спортивных предприятий, доминирование в сфере деятельности физкультурно-спортивных организаций и предприятий экономических отношений рыночного типа, возможность использования необходимых ресурсов - финансовых, материальных, человеческих, наличие соответствующего законодательства и налогообложения.

Список литературы

1. Галкин В. В. Экономика спорта и спортивный бизнес / В.В. Галкин. - М.: КНОРУС, 2009. - 320 с.
2. Друкер П. Эффективное управление / П Друкер. - М.: АСТ, Астрель, 2004. - 284 с.
3. Кольцова Н.Г. Проблемы развития предпринимательства в области спорта // Теория и методика физического воспитания и спорта. - 2013. - № 2. - С. 83-88.
4. Мичуда Ю.П. Сфера физической культуры и спорта в условиях рынка: закономерности функционирования и развития / Ю.П. Мичуда. - М.: Олимпийская л-ра, 2014. - 215 с.
5. Савченко С.А. Профессиональный спорт как разновидность предпринимательской деятельности // Теория и методика физического воспитания и спорта. - 2015. - № 6. - С. 31-37.

## ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ СЕКТОР В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И ТУРИЗМА

***Ибрагимов И. Ф.,***
зав. кафедрой, к. биол. н.,доцент, Казанский кооперативный институт, г. Казань
***Газарян С. В.,***
студентка 251 группы, Казанский кооперативный институт, г. Казань

Подавляющее большинство населения Российской Федерации уделяет немалое внимание продуктам питания, которые они покупают, услугам здравоохранения, которые они получают, здоровью своих детей, собственной красоте. Физкультура и занятия спортом могут стать отличным инструментом для поддержания здоровья и привлекательности, а некоторые виды активного отдыха позволят совместить полезное с приятным и станут отличным развлечением.

За последние годы экономические отношения в области спорта и спортивной индустрии России претерпели существенные изменения: радикальным образом преобразована макроэкономическая среда, качественно изменены отношения собственности в системе спортивных организаций и их инфраструктуре, поставлена на рыночную основу деятельность многих спортивных клубов, команд и федераций. В настоящее время наиболее эффективный метод финансирования развития данной отрасли основывается на государственно-частном партнерстве, что способствует сокращению расходов со стороны государства и поступлению налоговых поступлений в бюджет со стороны предпринимательского сектора. Данное партнерство в социальном плане способствует развитию и модернизации отрасли, оздоровлению населения, а также созданию новых рабочих мест.

Согласно конституционному положению, в Российском государстве поощряется деятельность, которая способствует развитию физической культуры и спорта (ч. 2 ст. 40 Конституции РФ) [1].

Нормативно-правовое регулирование деятельности в области физической культуры и спорта регламентировано федеральным законом от 04.12.2007 № 329-ФЗ (ред. от 26.07.2017) «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» (далее – Закон физической культуре и спорте) [1].

Согласно ч. 1 ст. 4 Закона о физической культуре и спорте, законодательство РФ в этой сфере основывается на Конституции РФ и состоит из:

1) Закона о физической культуре и спорте;

2) иных федеральных законов;

3) принимаемых в соответствии с федеральным законодательством и на основании законов субъектов РФ [1].

В рамках общего конституционного подхода, в случае, когда международным договором РФ установлены правила иные, чем законодательством РФ, то применяются правила международного договора РФ (ч. 4 ст. 4 Закона о физической культуре и спорте).

Нормативно-правовое регулирование деятельности в области физической культуры и спорта на уровне субъекта закреплено в Конституции РФ, поскольку в соответствии с п. «е» ч. 1 ст. 72 Конституции РФ, общие вопросы физической культуры и спорта находятся в совместном ведении РФ и субъектов РФ [6].

Спортивные организации при осуществлении своей деятельности выполняют две основные функции: социальную и экономическую. Важно заметить, что раздельное рассмотрение этих функций не представляется возможным, поскольку именно их взаимодействие позволяет получать положительные синергетические эффекты [3, С.320].

Экономическая функция спортивной организации заключается в частичном или полном обеспечении хозяйственных процессов. Социальная функция в свою очередь проявляется в возможности реализовывать определённые потребности человека и общества. Специфической чертой социальной функции является соревновательная компонента; общими чертами являются такие как воспитательная, оздоровительная, рекреативная, социальной интеграции и социализации личности, коммуникативная и другие компоненты. Социальная функция отражается в подготовке спортсменов, проведении спортивных мероприятий, пропаганде здорового образа жизни [4, С.2-42].

Организации предпринимательского типа — это организации индустрии спорта, полностью финансируемые за счет собственных источников от предпринимательской деятельности. Предпринимательски-ориентированные организации - это организации, финансирование которых осуществляется как за счет бюджетных источников, так и за счет предпринимательской деятельности. Организации социального и административного типа финансируются исключительно за счет бюджета или за счет членских взносов.

Бизнес в сфере спорта открывает неограниченные перспективы. Здесь есть место бизнес деятельности, как в профессиональном спорте, так и на поприще любителей здорового образа жизни и физкультуры.

В сфере услуг всегда будут востребованы фитнес-тренеры. Такой заработок доступен для мужчин и женщин. Организация собственного тренажерного зала потребует некоторых средств, а вот начать оказывать тренерские услуги можно без вложений на старте [6].

Спорт и физкультура требуют обеспечения различными товарами, снаряжением, специальным питанием и прочее. Поэтому магазин или пункт проката спортинвентаря может стать прибыльным делом, особенно в курортном городе, где будет спрос на плавсредства или лыжное снаряжение.

Все больше людей привлекает активный туризм. В маленьком городе, где есть достопримечательности, интересные ландшафты или исторические окрестности, можно организовать пешие экскурсии и восхождения или велопоходы. Доходный бизнес – скалодромы, которые весьма популярны среди детей и взрослых. В общем и целом, способы заработка в спортивной сфере столь разнообразны, как и сам спорт.

Список литературы

1. Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» № 329-ФЗ от 30 марта 2008 г № 329-ФЗ от 30 марта 2008 г.
2. Боровских С. В Развитие предпринимательства в сфере физической культры и спорта. [Электронный ресурс]. URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=26098058
3. Галкин В.В. Экономика спорта и спортивный бизнес. / Учебное пособие / В.В. Галкин. - М.: КНОРУС, 2016. - 320 с.
4. Гуттман А. Капитализм, протестантизм и современный спорт // Логос. - 2014. - С. 2-42.
5. Нишуков В. Понятие спорта // Логос. - 2014. - № 3. - С. 181-190.

6. Электронный учебник по основам физической культуры в вузе URL: http://cnit.ssau.ru/kadis/ocnov_set/tema6/.

## ИНТЕГРАЦИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И СПОРТА

***Власова А.В.***
студентка гр. 642, Казанский кооперативный институт, г. Казань
***Баранова А. А.***
Старший преподаватель, Казанский кооперативный институт, г. Казань

За последние десятилетия многократно увеличилась численность занимающихся спортом. Массовый спрос на спорт, спортивные товары и услуги привел к созданию индустрии спорта и комплексной системы спортивного бизнеса. Во всем мире очень динамично развивается предпринимательство в сфере физической культуры и спорта. Экономический образ мышления и коммерческая деятельность глубоко интегрировались в современный спорт.

Малое предпринимательство играет значительную роль в экономике. Следует отметить особо важное направление в предпринимательской деятельности – социальное предпринимательство, главной отличительной особенностью которогоявляется то, что оно влечет за собой какие-либо социальные преобразования.По мнению исследователей Н. Антониковой и Н. Кадол, наиболее значимые определения социального предпринимательства можно объединить в три основные группы:

1)с акцентом на том, что социальное предпринимательство —это создание коммерческих предприятий с социальной целью;

2)с выделением значимости инновационной деятельности социальных предпринимателей, направленной на достижение значимого социального эффекта;

3)с представлением социального предпринимательства в качестве катализатора широких и долгосрочных общественных трансформаций.

Таким образ ом, развитие института социального предпринимательства необходимо, поскольку оно может стать инструментом изменения концепции и видения социальной политики и роли государства, способствовать социальной интеграции, увеличению занятости и уменьшению бедности, активизации населения, инновационному развитию общества, решению демографических проблем, повышению качества жизни, а также улучшению имиджа страны и восстановлению утраченных ею позиций. Последние направления в значительной сте пени определяются развитием предпринимательства в сфере физической культуры и спорта, целью которого должно явиться формирование здорового образа жизни населения, а также создание на основе партнерских отношений с органами власти инфраструктурных условий для развития спорта высших достижений.

С развитием предпринимательства в России в настоящее время связаны большие надежды по достижению устойчивого конкурентоспособного положения страны в целом, поскольку малый бизнес играет роль значительной движущей силы в этом направлении. Так развитие сферы услуг в большей степени зависит от уровня развития и эффективности предпринимательской деятельности малых предприятий, нежели крупных и средних, что связано со специфическими особенностями малого бизнеса. Именно малые предприятия способны удовлетворить запросы потребителей в необходимом ассортименте услуг, обеспечив при этом максимально воз можную их доступность и индивидуализацию предложения.

Увеличение количества таких организаций в отрасли стимулирует ее развитие. Сдерживающими факторами развития предпринимательства в сфере физической культуры и спорта являются как общие для малого бизнеса – административно-правовые барьеры, недостаток финансовых ресурсов, высокий уровень налого вой нагрузки, неэффективный ме неджмент, так и специфические – отсутствие опыта и знаний для

ведения предпринимательской деятельности, преобладание социальных мотивов деятельности над экономическими.

Достижение любой цели опирается на использование ресурсов, поэтому организация эффективного использования ресурсов – это цель, способствующая реализации первичной цели. Развитие человеческого потенциала и улучшение качества жизни населения – это цель деятельности социально ориентированного предпринимательства, а таким оно должно быть в любой отрасли экономики, так как при отсутствии социальной ответственности долгосрочное развитие предприятия невозможно. Недостаточное развитие предпринимательства в отрасли «Физическая культура и спорт», безусловно, является сдерживающим фактором развития, что, в свою очередь, негативно сказывается не только на результатах реализации государственных программ развития физической культуры и спорта, но и на эффективности функционирования сферы услуг в целом в силу мультипликативного эффекта.

Список литературы

1. Малых Н.И. Спортивный бизнес и менеджмент; Теоретические и прикладные вопросы экономики и сферы услуг – Орел, 2012. – 60 с.
2. Маслов А.В. Развитие физической культуры и спорта региона в контексте социального предпринимательства; Экономика региона – Екатеринбург, 2012. – 82 с.
3. Корян А.Д. Малый бизнес в сфере физической культуры и спорта и его влияние на экономику;Концепт – Киров, 2016. – 3756 с.
4. Боровских С.В. Развитие предпринимательства в сфере физической культуры и спорта; Современные проблемы и тенденции развития – Краснодар, 2016. – 7 с.

## СПОНСОРСТВО В СПОРТЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ

***Андреев Н. М.,***
Студент 11-171 группы, Казанский кооперативный институт, г. Казань (ФСПО)
***Мисникова В. Ю.,***
Старший преподаватель, Казанский кооперативный институт, г. Казань (ФСПО)

В преддверии спортивных мероприятий различного уровня каждый из нас становится свидетелем того, как компании международного уровня начинают продвигать тот или иной товар для его популяризации и увеличения продаж: реклама по телевидению; уличная реклама; информация о спонсорах на рекламных щитах хоккейных коробок и т.д. Из этих видов рекламы мы слышим о том, что эта компания является спонсором спортивных соревнований или события другого уровня. Спонсорство в спорте является распространенным инструментом продвижения товаров и услуг. Пожалуй, невозможно представить какой-либо современный популярный бренд, который так или иначе не был задействован в спонсировании спортивных событий. Процесс спонсирования входит в сферу спортивного маркетинга. Спортивный маркетинг – специфическое приложение маркетинговых принципов и процессов к спортивным продуктам, а также продвижение любых других товаров благодаря сотрудничеству со спортом [1].

Важно понимать, что спортивный маркетинг означает маркетинг спорта, а также использование спорта в качестве инструмента для продажи других продуктов и услуг. Если по маркетингу спорта с целью его продвижения имеется большое количество доступной информации, то информации о спонсорстве в спорте в качестве инструмента для продажи товаров, а тем более услуг, информации, несомненно, меньше.

Целью нашего исследования является оценка эффективности спонсорства в спорте как инструмента продвижения товаров и услуг.

Как отмечает немецкий исследователь Мерел Вальравен, впервые был зафиксирован в конце 1980-х – начале 1990-х гг, а исследователи долгое время прилагали усилия, пытаясь, дать этому процессу определение [7]. Благо на сегодняшний момент существует множество определений данного термина, но более точное мы можем найти только в словаре того языка, откуда данный термин и берёт своё начало. Согласно Оксфордскому словарю, спонсорство – это финансовая помощь, предоставляемая лицом или компанией, которая оплачивает радио- или телепрограмму, концерт или спортивное мероприятие, обычно вместо рекламы [5].

В качестве примера продвижения товаров через спонсирование спортивных мероприятий можно привести международную компанию Рэд Булл (Red Bull). Спонсируя спортивные мероприятия и используя некоторые из самых важных характеристик успешных спортсменов (быстрота реакции, концентрация и выносливость), компания не только организует уникальные рекламные кампании, но и увеличивает объемы своих продаж. Другим примером для представления концепции маркетинга путем его введения в спортивные состязания является известный бренд чипсов Lay's. Согласно маркетинговым исследованиям, 42% опрошенных граждан привыкли потреблять чипсы во время просмотра фильмов, телепередач и спортивных матчей [2]. Все это демонстрирует широкую область возможностей для корпораций позиционировать себя через спортивный маркетинг и тем самым подчеркивать важность этой области для потребителя.

Другая компания, Coca Cola Co. является самым долгоиграющим брендом на маркетинговом рынке и в сфере спонсирования, поскольку, как утверждает сама компания, она является постоянным корпоративным партнером Олимпийских игр, начиная с 1928 года [3]. Как бы это необычно не звучало, но действительно, этот бренд сотрудничает не только с организаторами каждой олимпиады и Международным олимпийским комитетом (МОК), но и более чем с 200 Национальными олимпийскими комитетами (НОК) во всем мире. Также, The Coca-Cola Co. входит в топ-5 американских компаний-спонсоров, и тратит порядка 275-280 миллионов долларов в год [6]. Американский бренд активно занимается рекламированием своей продукции путём спонсирования футбольных матчей, международных соревнований, Олимпийских игр и других видов спортивных состязаний. Без всякого сомнения, можно предположить, что компания, спонсируя спортивные мероприятия и вкладывая такие крупные суммы денег, получает с этой деятельности неплохой доход. И действительно, согласно исследователям издания Marketing Week, только за летние Олимпийские игры в Лондоне в 2012 году компания увеличила свой доход до 698 млн долларов [4].

Помимо увеличения прибыли, различные корпорации в ходе спонсирования спортивных событий участвуют в поддержании своего бренда на высоком уровне. Данное утверждение можно доказать случаем с известным гольфистом Тайгером Вудсом (Tiger Woods). Многие его спонсоры, такие как Gillette, Accenture, AT&T и General Motors расторгли с ним спонсорский контракт после известий о фактах его многочисленных супружеских измен. Представители этих компаний не хотят, чтобы их бренд был связан с подобного вида скандалами, поскольку данные действия отражают негативную ауру и на сам бренд, рекламируемый нечестивым спортсменом.

Таким образом, проанализировав примеры спонсорской деятельности, мы можем сделать вывод о том, что спонсорство, как инструмент продвижения товаров и услуг является крайне эффективным способом решения следующих задач:

1. увеличение прибыли при спонсировании различного рода спортивных мероприятий;
2. поддержание статуса бренда путем заключения договоров с именитыми спортсменами мирового значения.

Список литературы

1. Савицкий В. Новый маркетинг [Электронный ресурс] / В. Савицкий //Спорт и маркетинг: что общего? Руководство по применению спортивного маркетинга. – 2008г. – №7. – Режим доступа: http://www.new- marketing.ru
2. Маркетинговое исследование потребителей чипсов [Электронный ресурс] : компания FDP Group. - Электрон. дан. – Режим доступа : http://fdfgroup.ru/poleznaya-informatsiya/gotovye-issledovaniya/marketingovoe-issledovanie-potrebiteley-chipsov/, свободный. – Загл. с экрана.
3. Coca-Cola Sponsorships: London 2012 Olympic Games [Электронный ресурс] : The Coca-Cola Company. – Электрон. дан. – Режим доступа : http://www.coca-colacompany.com/stories/coca-cola-sponsorships-london-2012-olympic-games, свободный. – Загл. с экрана.
4. Olympic marketing boosts Coke volumes [Электронный ресурс] : издательство Marketing Week. – Электрон. дан. – Режим доступа : https://www.marketingweek.com/2012/10/16/olympic-marketing-boosts-coke-volumes/, свободный. Загл. с экрана.
5. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English / A. S. Hornby. – 7th ed. – Oxford : Oxford University Press, 2006. – 1780 p.
6. Sponsorship's Big Spenders: IEG's Top Sponsor Rankings [Электронный ресурс] : ESP. – Электрон. дан. – Режим доступа: http://www.sponsorship.com/IEGSR/2016/09/19/Sponsorship-s-Big-Spenders--IEG-s-Top-Sponsor-Rank.aspx, свободный. – Загл. с экрана.
7. Walraven, Merel. Sports Sponsorship Effectiveness: Investigating awareness, sponsor equity and efficiency. / Merel Walraven // Uitgeveril BOXPress. – 2013. – 122 p.

## ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СФЕРЕ ФИТНЕС УСЛУГ

***Петухов А. В.,***
Старший преподаватель, Казанский кооперативный институт, г. Казань
***Ишмухаметова Л.Ф.,***
студентка 473/3 гр., Казанский кооперативный институт, г. Казань

На сегодняшний день современного человека социальные и психологические мотивации стимулируют к занятиям физической культурой и использованию различных соответствующих услуг.

Для оказания фитнес-услуг следует выявить стремление к их приобретению будущим покупателем. Потребление любого товара или услуг должно вызывать чувство удовлетворения. В случае приобретения фитнес-услуг это чувство определяется потребностью в ощущении хорошего состояния здоровья; принадлежности человека к определенной социальной группе. Также, есть потребители, у которых собственное тело является инструментом достижения жизненного успеха. Немаловажную роль играет сосредоточенность на будущем, которая подразумевает собой долгую жизнь, видеть здоровым свое потомство и не отягощенную болезнями старость.

Инвестиции в открытие фитнес-клубов также значительным образом отличаются в зависимости от формата: наиболее качественные проекты премиум уровня могут обойтись инвесторам в сумму более 200 млн рублей; клубы бизнес и комфорт формата в 80-100 млн рублей; небольшие фитнес-студии – 5-7 млн рублей. [1]

На рынке потребители фитнес - услуг выступают в качестве покупателей и представляют собой спрос, а производители фитнес - услуг – предложение, и выступают в качестве продавцов. Стараясь привлечь, возможно, большее количество клиентов, крупные и малые фитнес - клубы вступают в конкурентные отношения, которые становятся непременным спутником их каждодневной работы.

Совокупный спрос на рынке фитнес-услуг определяется неценовыми факторами, такими, как численность населения, уровень его доходов и наличие времени, которое оно может затратить на приобретение фитнес-услуг. Речь идет также и о прогнозировании спроса в связи с социально-демографическими процессами в обществе. Частный спрос на рынке фитнес - услуг характеризуется спросом отдельных потребителей на отдельные услуги. Однако в условиях рынка между потребностью и возможностью потреблять лежит необходимость оплатить конкретную услугу. [2]

Рынок фитнес - услуг – это сложная система сегментов рынка, в каждом из которых выступают потребители со схожим социальным уровнем жизни. Сегментация рынка может быть осуществлена в зависимости от расположения региона, численности населения, его социального и половозрастного состава.

Наиболее значительным фактором является половозрастной состав населения. Статистика показывает, что 30 - 45 % посетителей клуба - это люди в возрасте 25 - 35 лет, 40 - 55 % - в возрасте 35 - 50 лет, среди клиентов преобладают женщины (до 69%). Для большинства посетителей главным фактором является короткое расстояние между жильем и клубом.

В рыночной экономике соотношение спроса и предложения определяет цены фитнес - услуг. Для привлечения покупателя и мотивирования его к приобретению большинство фитнес клубов используют гибкую систему оплаты основных и второстепенных услуг. Для этого они имеют два способа. Первый способ заключается в том, чтобы сформировать у покупателя, который приобретает более дешевую или неполную карту, положительные эмоции, тем самым побуждая к приобретению более дорогой карты. К примеру – отсутствие каких либо ограничений в выходные дни. В итоге, посетитель покупает более дорогой товар и тем самым чувствует себя причастным к спортивному обществу. Второй способ заключается в создании системы расценок на услуги, которая заставляет покупателя испытывать неудобство при покупке более дешевых видов услуг. Клиент начинает испытывать своеобразное чувство вины перед администрацией клуба за то, что он не приобрел полноценную, дорогую услугу. При такой политике создается очень сложная система стоимости основных и дополнительных услуг.

На сегодняшний день рынок фитнес - услуг становится все более профессиональным, долгое время показывает положительную динамику и имеет большой потенциал роста даже при экономической нестабильности. Сам бизнес в сфере фитнеса приносит хорошую прибыль при правильной организации.

Список литературы

1. М. Боровиков. Рынок фитнес-услуг 2016 в России: рост вопреки кризису, 11.10.2016, http://www.buybrand.ru/market-reviews/11989/

2. Чеснова Е.Л. В.И. Лебедев. Предпринимательство в сфере физической культуры и спорта: учебно-методическое пособие – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2010. – 112 с. 50

## СЕКЦИЯ 4. РАЗВИТИЕ СЕРВИСА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

### ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

**Алибеков Ш.И.,**
профессор, доктор экономических наук, профессор Юридического колледжа Северо-Кавказского института (филиала РПА) ВГУЮ МИНЮСТ РФ, Республика Дагестан, Махачкала
**Магомедова А.А.,**

студент Юридического колледжа Северо-Кавказского института
(филиала РПА) ВГУЮ МИНЮСТ РФ, Республика Дагестан, Махачкала

Важнейшее значения для экономики республики должно сыграть развитие туризма. Каждое село в Дагестане имеет свою богатую историю, культуру, промыслы. Имеются все условия для развития этнографического, событийного, кулинарного, спортивного, религиозного и других видов туризма.

Вопросу формирования туристического имиджа территории Северного Кавказа была посвящена научно-практическая международная конференция, которая прошла в Махачкале 18 - 19 ноября под эгидой Комитета по туризму Республики Дагестан. На ней были выдвинуты рекомендации, связанные с особенностями и преимуществами территорий Северного Кавказа как объектов для развития туризма.

Туризм в Дагестане стабильно и последовательно развивался в годы существования СССР. Количество туристов, посещающих республику, ежегодно увеличивалось и достигло к концу 70-х годов 500 тысяч человек. Гости приезжали отдохнуть на море, побывать в горах, на охоту и рыбалку.

На территории республики насчитывается 35 туристских предприятий, 110 гостиниц, 23 санатория, 51 туристическая база. Объём платных туристских услуг в 2013 году составил 4 610 млн руб. и за 1 полугодие 2014 года - 2934 млн руб. Объем налоговых отчислений предприятий туристской отрасли за 2 года вырос более чем вдвое – со 160 млн руб. в 2011 году до 359 млн руб. – в 2013[2].

Знакомство с Дагестаном лучше всего начинать именно с Дербента, поскольку столица республики Махачкала на неподготовленного посетителя произведет впечатление полного хаоса. В вытянутом вдоль моря городе, рассчитанном примерно на полмиллиона человек, проживает примерно вдвое больше людей со всеми вытекающими отсюда последствиями – стихийной застройкой, назойливой уличной торговлей, разбитыми дорогами, пробками и прочими «достопримечательностями», характерными для стран «третьего мира». Хотя и в этом есть своя прелесть – нигде в России такого больше нет.

Второй обязательный пункт программы пребывания в Дагестане – поездка в горы (собственно, Дагестан в переводе с тюркского и значит «страна гор»). Первый из наиболее популярных маршрутов – крупнейшее на Северном Кавказе Чиркейское водохранилище в полутора часах езды от Махачкалы; плотина одноименной ГЭС высотой более 300 метров считается непревзойденным шедевром инженерного- искусства. Второй горный маршрут пролегает через самый длинный в России Гимринский автодорожный тоннель, соединяющий прибрежную часть Дагестана с районами, где проживают аварцы – наиболее многочисленная нация республики. Здесь самым «хитовым» туристическим местом считается Хунзахское плато, которое называют сердцем Дагестана. От махачкалинского аэропорта эти впечатляющие панорамные виды отделяют примерно три часа езды.

Недавно побывавший в Дагестане ведущий телепрограммы на НТВ «Поедем, поедим!» Джон Уоррен сказал в интервью журналу «Проджи», что «в Дагестане есть, что показать туристам: потрясающе красивые места, интересные традиции и обычаи, вкусная кухня, люди. Нужно просто красиво «упаковать» Дагестан, обеспечить хороший сервис, и все получится».

К решению этого вопроса необходимо подойти системно, основательно, пригласить специалистов мирового уровня для создания у нас полноценного туристического кластера.

Важное значение имеет обеспечение безопасности и доброжелательности к приезжим, а также качественного сервиса. Туристы должны себя чувствовать в республике комфортно и безопасно.

Главный вопрос, который интересует практически всех, кто ни разу не был в Дагестане – а как там с безопасностью? Это не удивительно, поскольку представление большинства россиян об этой республике сформировано телевидением, которое

на протяжении многих лет дает сюжеты из Дагестана исключительно в связи с терактами и спецоперациями. Недостатка в таких историях в Дагестане в самом деле нет (хотя за последние три года крупных терактов с большим количеством жертв здесь не было), однако общая правоохранительная статистика говорит о том, что на самом деле этот регион – один из наименее криминализованных в стране.

По основному показателю уровня преступности – количество зарегистрированных преступлений на 100 тысяч жителей – Дагестан вместе с Чечней и Ингушетией делят последние места в России. Не то чтобы в этих республиках живет какое-то особо дисциплинированное население – просто многие истории разрешаются неформальным путем, без участия правоохранительных органов.

По собственному опыту автор этих строк может сказать, что с точки зрения бытовой безопасности для туристов каких-то особых проблем в Дагестане нет. За последние пять лет я бывал в этой республике много раз и никогда лично не сталкивался ни с пресловутой террористической угрозой, ни с уличной преступностью, ни с некорректным отношением к гостям правоохранительных структур. Хотя лучше всего, конечно, путешествовать по Дагестану (особенно в горы) в сопровождении местных жителей – это дает высокую гарантию от возможных проблем и недоразумений. Если вы собираетесь в Дагестан в первый раз и у вас нет там знакомых, то можно, например, обратиться в республиканский туристический информационный центр, предлагающий организованные экскурсии и размещение гостей.

Одним из ключевых критериев эффективности деятельности глав муниципальных образований и министерства туризма должны стать конкретные показатели по росту количеству приезжих туристов, объектов инфраструктуры, гостиниц, доходов от туристической деятельности и т.д.

Хочется отметить уникальный опыт Грузии, которой удалось в период с 2009 года по 2013 год обеспечить один из самых высоких в мире темпов роста туризма: общее количество прибытий туристов увеличилось более чем на 300% – с 1,5 млн. до 5,4 млн. человек. Общие доходы от туристической деятельности выросли за тот же период с 475 млн. долл. США до 1,8 млрд. долл. США (или более 115 млрд рублей), более чем в 20 раз превысив среднемировой показатель роста. Телеканал CNN признал Грузию одним из лучших направлений, рекомендованных к посещению в 2016 году [4].

Но современное состояние сферы туризма в Дагестане нельзя считать удовлетворительным. Имеются большие проблемы: низкое качество предоставляемых туристских услуг, слабая инфраструктура туристских комплексов, вследствие чего, Дагестан, обладая уникальными природно- климатическими условиями и древнейшими памятниками истории, уступает многим российским регионам по степени развития туристской базы и по посещаемости туристами.

Нестабильность в экономике и обществе, имидж «горячей точки» резко снижают туристскую привлекательность региона. Преодоление имиджа опасного для туристов региона, повышение комфортности и уровня обслуживания, недостаток элементарной культуры, толерантности, специфичный менталитет населения - это факторы, которые определяют спрос на поездки туристов в республику.

Туристы будут приезжать туда, где они уверены в собственной безопасности, туда, где есть спокойствие и стабильность. Отметим, что отношение к Дагестану тех, кто приезжает в республику в качестве туристов или с какими-то деловыми целями, всегда меняется в положительную сторону. Туристы и гости Дагестана начинают понимать, что все страхи и тревоги, предварявшие поездку в Страну гор, оказались ложными.

Необходимо стимулировать создание в районах гостевых домиков и гостиниц со всеми удобствами, современных кафе с традиционной кухней, наличие этнической и сувенирной продукции в магазинах и т.д.

Необходимо дальнейшее развитие летнего пляжного и развлекательного туризма. Гостиниц и пансионатов на побережье недостаточно, чтобы вместить всех желающих отдохнуть. Очень важна задача привлечения частных инвестиций в эту область.

Для дальнейшего перспектива развития туризма в Дагестане стоит развивать горнолыжный спорт и туризм, который в Дагестане также имеет большие перспективы [1].

Будут развиваться и горные туристические маршруты – походы и экскурсии в аул Кубачи, крепость Нарын-Кала, гору Шалбуз-даг, селение Ицари, места, связанные с жизнью и творчеством Расула Гамзатова. Развитие туризма в этом направлении связано с ростом интереса к этнокультурному наследию наших народов.

Горнолыжная база «Чиндирчеро», успешно функционирующая уже несколько лет, представляет сегодня большой интерес для отдыхающих дагестанцев и жителей близлежащих регионов. К услугам отдыхающих 2– 5-местные комфортабельные номера и коттеджи на 150 мест, горные лыжи, сноуборд, квадроциклы, снегоходы. На территории курорта расположены бары, кафе, рестораны, игровые площадки и т. д.

Помощник министра по туризму и народным художественным промыслам Дагестана Гамзат Газимагомедов отметил, что сегодня среди нас находятся соотечественники, проживающие в различных субъектах России и за рубежом. Это важный человеческий ресурс, который может оказать содействие в популяризации и продвижении наших туристских продуктов на отечественный и зарубежный рынки и привлечении инвестиций в туристскую отрасль Дагестана.

Отмечено, что туризм является не только доходной сферой бизнеса и средством пополнения бюджета региона, развития инфраструктуры и создания дополнительных рабочих мест, но и одной из сфер деятельности, с помощью которой можно формировать позитивное общественное мнение о Дагестане и Северном Кавказе, информируя мир о положительных тенденциях развития.

Апанди Махмудов отметил, что Дагестан на глазах меняется в лучшую сторону. «Когда Эстония отделилась от Советского Союза, в государстве было две важнейшие задачи – это объединение эстонского народа и развитие туризма. Небольшой городок Таллин в прошлом году принял всего 1,5 миллионов туристов. Наша дагестанская диаспора готова отправлять эстонских туристов в Дагестан, потому как наши отдыхающие пресытились пляжным отдыхом, сегодня востребован экстремальный туризм, а Дагестан обладает огромным потенциалом для такого отдыха»[3].

Исходя из вышеизложенного, отметим, что учитывая наличие удивительной природы, великой истории, богатого этнокультурного наследия, нам представляется, что информация о Дагестане будет интересна и востребована в любом субъекте России, в любой стране мира. Это позволит лучше понять и узнать Дагестан как гостеприимный регион с многонациональным и радушным народом. Также хочется подчеркнуть, что сейчас, когда нарастает конкурентная борьба на туристских рынках, помощь и содействие наших соотечественников, проживающих за пределами Дагестана, нам очень необходима.

Список литературы

1. Аванесов С.С., Магомедов А.М. Потенциал развития экстремального туризма в Дагестане // Вопросы структуризации экономики. 2014. N1. С. 294-296.

2. Атаева Т.А. Влияние туризма на создание положительного образа бренда Республики Дагестан // Теория и практика общественного развития. 2015. N14. С.57-59.

3. Даитов В.В. Перспективы развития культурно-исторического туризма в Республике Дагестан в контексте социологического исследования отрасли // Наука и мир. 2015. Т.1. N11(27). С. 137-139.

4. https://www.riadagestan.ru

# ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ТРАНСПОРТНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

***Асадуллин Э.З.,***
доцент, кандидат технических наук, доцент кафедры Естественных дисциплин, сервиса и туризма Казанского кооперативного института (филиала) Российского университета кооперации, г. Казань
***Алексеев К.П.,***
студент группы 4311 Казанского кооперативного института (филиала) Российского университета кооперации, г. Казань

Транспорт обеспечивает одно из важнейших условий любого коммерческого договора – поставку товара. Поэтому в договоре купли-продажи необходимо отдельными главами выделять такие важные моменты, как базисные условия поставки, сроки поставки, транспортное страхование и др.

При заключении договора купли-продажи в международной и внутрироссийской предпринимательской деятельности следует грамотно оговаривать условия купли-продажи товара. Простые, унифицированные положения договора, определяющие взаимоотношения сторон, могут стать причиной недоразумений. Подробное же изложение прав и обязанностей покупателя и продавца приводит к снижению риска того, что стороны по-разному трактуют условия договора.

Система обязательств между продавцом и покупателем при различных факторах, влияющих на коммерческую деятельность (куплю-продажу), называется *базисными условиями поставки*.

В торгово-транспортной практике с течением времени выработался ряд традиций, которые уже не было смысла расшифровывать, а достаточно было просто обозначить их в контракте. В 1936 г. Международная торговая палата создала сборник таких торгово-транспортных правил «ИНКОТЕРМС» (Incoterms), которые официально регламентируют определенные права и обязанности сторон при исполнении условий договора.

С момента издания «ИНКОТЕРМС» в 1936 г. они редактировались в 1953, 1967, 1976, 1980, 1990 годах. Такая регулярность корректировки международных терминов связана с постоянно меняющейся экономической обстановкой в мире, а также с накоплением опыта в сфере коммерческой деятельности. Последняя редакция «ИНКОТЕРМС» была осуществлена в 2000 г. Текст издания 2000 г. существенно отличается от редакции 1990 г. «ИНКОТЕРМС2000» учитывает появление и развитие зон, свободных от таможенных платежей. Введение в практику электронных платежей нашло отражение в международных терминах. В данной редакции также принято во внимание, что технология перевозочных процессов все время прогрессирует.

Следует отметить, что, несмотря на то, что «ИНКОТЕРМС» официально рекомендован для обеспечения международных контрактов, он широко используется при составлении договоров между российскими предпринимателями для поставок товаров внутри страны [1].

Опыт коммерческой деятельности показывает, что практика самостоятельного составления базисных условий почти всегда ведет к недоразумениям и ошибкам, которые впоследствии могут привести к убыткам и конфликтам между покупателем и продавцом.

Термины же «ИНКОТЕРМС» учитывают целый ряд условий, обеспечивающих коммерческую и юридическую основу взаимоотношений между сторонами. Официальное описание каждого термина начинается с краткого определения, а затем идет более детальное описание прав и обязанностей как продавца, так и покупателя. Всего в каждом термине выделено по 10 стандартных пунктов, которые повторяются во всех терминах, но расшифровываются в соответствии с понятием каждого отдельного термина. В официальном издании

«ИНКОТЕРМС» перечисление обязанностей представлено в следующем виде:

| А. ОБЯЗАННОСТИ ПРОДАВЦА | Б. ОБЯЗАННОСТИ ПОКУПАТЕЛЯ |
|---|---|
| А.1. Предоставление товара в соответствии с договором | Б.1. Уплата цены |
| А.2. Лицензии, свидетельства и иные формальности | Б.2. Лицензии, свидетельства и иные формальности |
| А.3. Договоры перевозки и страхования | Б.3. Договоры перевозки и страхования |
| А.4. Поставка | Б.4. Принятие поставки |
| А.5. Переход рисков | Б.5. Переход рисков |
| А.6. Распределение доходов | Б.6. Распределение расходов |
| А.7. Извещение покупателя | Б.7. Извещение продавцу |
| А.8. Доказательства поставки, транспортные документы или эквивалентные электронные сообщения | Б.8. Доказательства поставки, транспортные документы или эквивалентные электронные сообщения |
| А.9. Проверка – упаковка – маркировка | Б.9. Проверка – упаковка – маркировка |
| А.10. Другие обязанности | Б.10. Другие обязанности |

Всего в «ИНКОТЕРМС» содержится 13 базисных условий поставки, которые разделены на четыре группы: «E», «F», «C», «D»; целесообразно кратко рассмотреть каждый термин.

Группа «E». Отправление.

EXW (EX WORKS) ФРАНКО-ЗАВОД (название места). Согласно данному термину считается, что продавец выполнил все свои обязательства по поставке, если он предоставил товар покупателю на территории своего предприятия или в другом названном месте. Все расходы, связанные с погрузочно-разгрузочными работами, транспортировкой, а также с оплатой таможенных пошлин, несет покупатель.

Группа «F». Основная перевозка не оплачена.

FCA (FREE CARRIER) ФРАНКО-ПЕРЕВОЗЧИК (название места). Данное условие предполагает, что продавец доставляет перевозчику товар, прошедший таможенную очистку, в место, указанное покупателем. В этом случае выбор места передачи товара существенно влияет на условия по обеспечению погрузочно-разгрузочных работ. Если передача товара происходит на территории, принадлежащей продавцу, то он и ответствен за отгрузку товара. В случае, если поставка осуществляется на другой территории, то продавец товара ответственности не несет. Под термином «перевозчик» понимается любое лицо, которое на основании договора перевозки обязуется осуществить или организовать перевозку посредством любого вида транспорта. Данный термин используется при транспортировке любым видом транспорта, включая смешанные перевозки.

FAS (FREE ALONGSIDE SHIP) ФРАНКО ВДОЛЬ БОРТА СУДНА (название порта отгрузки). Согласно этому термину продавец считается выполнившим свои обязательства в момент, когда товар размещен вдоль борта судна на причале или на лихтерах в указанном порту отгрузки. С этого времени все расходы и риски переходят на покупателя. Продавец также осуществляет таможенную очистку товара для экспорта (в отличие от редакции 1990 г., где таможенная очистка производилась покупателем). Данный термин применяется исключительно для перевозок водным видом транспорта [2].

FOB (FREE ON BOARD) ФРАНКО-БОРТ (название борта отгрузки). Термин означает, что продавец исполнил все свои обязанности тогда, когда товар перешел через поручни названного судна в порту отгрузки, указанном в договоре. С этого момента времени все расходы и риски ложатся на покупателя. Ответственность за таможенную очистку товара для экспорта в данном случае возлагается на продавца. Данный термин используется только для перевозок водным видом транспорта.

Группа «С». Основная перевозка оплачена. CFR (COST AND FREIGHT) СТОИМОСТЬ И ФРАХТ (название порта

назначения). Этот термин возлагает на продавца обязанность расчетов за перевозку товара до порта назначения и фрахт судна; оплата расходов по таможенной очистке также является обязанностью продавца. В соответствии с этим условием считается, что продавец выполнил все свои обязательства в момент времени, когда товар перешел через поручни судна в порту отгрузки. Тогда же, несмотря на оплаченную продавцом перевозку, риск потери и повреждения товара, а также непредвиденные расходы, которые возникают в процессе перевозки, переходят на покупателя. Данный термин может применяться только при перевозке водным видом транспорта.

CIF (COST, INSRANCE AND FREIGHT) СТОИМОСТЬ, СТРАХОВАНИЕ И ФРАХТ (название порта назначения). Согласно этому термину на продавца возлагаются расходы по перевозке груза до порта назначения, расчеты за фрахт судна, страхование товара от риска потери или повреждения груза в пути следования в пользу покупателя. Также продавец несет ответственность за таможенную очистку товара, предназначенного на экспорт. Считается, что продавец выполнил свои обязательства с момента пересечения товаром поручней зафрахтованного судна в порту отгрузки. Однако, несмотря на то, что перевозка и страхование данного груза были оплачены продавцом до порта назначения, все расходы и риски в пути следования товара несет покупатель с момента перехода товара через поручни в порту отгрузки. Следует оговорить, что согласно данному базисному условию поставки продавец обеспечивает страхование с минимальным покрытием. Данный термин используется только при перевозке груза водным видом транспорта.

Список литературы

1. Асадуллин Э.З., Ибляминов Ф.Ф, Закирова Т.Р. Основные направления развития технического сервиса в агропромышленном комплексе Татарстана. Вестник КГАУ 2 (36), 2015 – С. 60-62.

2. Асадуллин Э.З., Ибляминов Ф.Ф. Исследование технологических процессов и совершенствование организации технического сервиса на предприятиях АПК //Актуальные проблемы развития туризма. Материалы международной конференции. – 2016. – Казань. – С. 13-16.

3. Асадуллин Э.З. Исследование состояния и структуры рынка автосервиса, проектирование и строительство станций технического обслуживания. – Казань, Известия КГАСУ 2014 г., 2 (28) – 302 с.

## ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ СИСТЕМЫ АВТОСЕРВИСА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

***Асадуллин Э.З.,***
доцент, кандидат технических наук, доцент кафедры Естественных дисциплин, сервиса и туризма, Казанский кооперативный институт, г. Казань
***Исмунц А.Г.,***
студент группы 4311, Казанский кооперативный институт, г. Казань

Парк легковых автомобилей, принадлежащих гражданам, выполняет значительный объем пассажирских перевозок. Условиям его эксплуатации присущи специфические особенности которые влияют на формирование потоков требований (заявок) по его техническому обслуживанию и ремонту, обусловливают структуру системы автосервис, ее производственно-техническую базу.

В эксплуатации и организации ТО и ремонта автомобилей индивидуального пользования имеются специфические особенности, которые необходимо учитывать при

определении необходимого комплекса профилактических и ремонтных работ для поддержания их в технически исправном состоянии.

Поддержание автомобилей в технически исправном состоянии обеспечивается путем своевременного проведения ТО и ремонта, за полноту объема и качество которых ответственны предприятия системы автосервис: СТОА, спец автоцентры (САЦ) и мастерские, входящие в состав различных организаций и частные.

Структура системы ТО и ремонта легковых автомобилей включает основные элементы, основополагающие документы и содержание работ. Автомобиль от производства до списания периодически подвергается трем комплексам технических воздействий ТО и ТР (при предпродажной подготовке, в гарантийный и послегарантийный период эксплуатации), которые и являются основой автосервиса.

Сходство частичное, так как для автомобилей индивидуального пользования обязательность планово-предупредительного обслуживания (по талонам сервисных книжек) распространяется только на период действия заводских гарантий.

Для автомобилей индивидуального пользования неравномерность менее предсказуема. Сначала немного истории. 1908 год, США, Детройт. Генри Форд начинает выпуск модели автомобиля, на этот раз с индексом «Т». Цель – сделать автомобиль обычной вещью каждодневного потребления. Создав надежный автомобиль, Форд развертывает его массовое производство, впервые организовав сборку на конвейере; первым создает фирменную систему ТО и ремонта. Благодаря этому, «Форд Т», стал очень популярным. Более того, он представил множеству людей свободу передвижения, и это было, пожалуй, главное МОДЕЛЬ «Т» можно было встретить в любом уголке земного шара [1].

Система фирменного обслуживания – это техническое обслуживание и ремонт, производимая СТО фирмы производителя или СТО, которое сертифицировано фирмой – производителем. Это дает уверенность клиенту, что квалификация персонала, качество запасных частей соответствует необходимому уровню.

При покупке грузовиков клиентам предлагается одновременное заключение сервисных контрактов. Такой контракт может включать в себя как плановое техническое обслуживание, так и полное техническое обслуживание, а также и ремонт. При этом предусматриваются значительные скидки по ценам на запасные части и расценкам за норма/час. Расчеты по сервисным контрактам производятся равными платежами, что дает клиенту возможность более четкого планирования своих расходов.

Данная форма организации технического обслуживания широко распространена в Европе. На СТО внедряются новые компьютерные программы по техническому обслуживанию. Суть в том, что данные заглянувшего на сервис клиента заносятся в компьютер. Помимо обычных параметров – модель, год выпуска, номера шасси, двигателя и т.д. в память попадают также подробнейшие нюансы условий эксплуатации, включая высоту над уровнем моря, степень изношенности дорожного покрытия, применяемые ГСМ, тип перевозки и среднегодовой пробег грузовика.

Для современных зарубежных предприятий автосервиса характерно выполнение различных функций: продажи и покупки новых и подержанных автомобилей, продажи топлива и масел, продажи запасных частей, производства различных работ по ТО, ТР, диагностированию и т. п. Это привело к созданию различного типа станций как по назначению, так и по видам выполняемых услуг [2].

Автозаправочные станции (АЗС). Кроме выполнения своих прямых функций заправки автомобилей топливом и маслами АЗС обеспечивают так называемый малый сервис: подкачивание шин, очистку салона, доливку охлаждающей жидкости, продажу некоторых запасных частей и принадлежностей для ухода за автомобилем. Имеют место АЗС и с большим объемом предоставляемых услуг. АЗС с функциями обслуживания автомобилей получили широкое распространение за рубежом. Например, в США на АЗС

выполняется около 16% всех работ по ТО и ТР автомобилей. Примерно 70% всех АЗС в США, а их более 200 тыс., выполняют работы по ТО и ТР.

СТО общего назначения. По характеру производственной деятельности эти станции аналогичны отечественным комплексным СТО. Наиболее перспективными считаются СТО с продажей автомобилей. Продавая исправный автомобиль с надлежащим товарным видом, фирма завоевывает престиж и доверие у покупателя. Считается, что человек, купивший автомобиль на станции, станет ее постоянным клиентом, в чем заинтересованы владельцы станции. Станции скоростного обслуживания. Предназначены только для проведения регламентных работ ТО. Например, на станциях фирмы «Пит-Стоп» (США) производят мойку автомобиля, заправку его маслом, топливом и другими жидкостями в течение 12 мин. При этом используются поточные линии с дистанционным управлением с помощью ЭВМ.

Производительность поточной линии около 150 автомобилей за смену. Стоимость данного комплекса обслуживания на этих станциях на 25% дешевле, чем на обычных станциях. Станции самообслуживания. На этих станциях владельцу автомобиля предоставляется рабочее место и необходимый инструмент для выполнения работ собственными силами. Это выгодно владельцу автомобиля, так как, ТО на 70-80%, а ремонт в 3-4 раза по стоимости здесь дешевле, чем на других станциях. Станция при этом получает почасовую оплату за аренду оборудования, инструмента и производственной площади, что обеспечивает ее рентабельность. Распространению станций самообслуживания способствует достаточно высокая стоимость ТО и ремонта.

Станции самообслуживания по назначению можно разделить на два типа - для ТО малого объема и ТО и ТР большого объема с применением диагностического оборудования.

На станциях первого типа в основном производятся мойка, смазка и заправка автомобиля, выполнение которых может быть полностью или частило автоматизировано (с использованием монетных автоматов для включения моечных установок, диагностических стендов и другого оборудования) [3].

На станциях второго типа выполняется более широкий круг услуг. Станции ремонта аварийных автомобилей. Как самостоятельные специализированный предприятия, такие станции стали создаваться, когда были разработаны эффективные методы и средства ремонта поврежденных автомобилей, сделавшие рентабельными подобные предприятия. Основной причиной создания таких станций явился рост объемов работ по ремонту кузовов и окраске автомобилей в связи с увеличением числа дорожных происшествий и ростом автомобильного парка.

В основном станции предназначены для восстановления работоспособности или внешнего вида автомобилей, получивших значительные повреждения кузова. Это специализированные предприятия, использующие эффективные методы ремонта и имеющие высокопроизводительное оборудование, позволяющее быстро и качественно восстанавливать деформированные части кузова.

Станции безопасности движения. Проводят принудительную проверку узлов и агрегатов, обеспечивающих безопасность движения автомобиля. Число таких станций невелико, но наличие на них поточных линий делает их весьма производительными. В ФРГ около 200 станций проводят проверку более 5 млн. автомобилей в год. В последнее время получают развитие автоматизированные станции контроля систем, обеспечивающих безопасность движения автомобиля.

Специализированные станции. Выполняют отдельные операции ТО или ремонта, например, ремонт шин, автоматической трансмиссии, аккумуляторов и т. п. Этот тип станций получил широкое распространение в США, где их насчитывается более 50 тыс. Примерно половина из них специализируется по ремонту и окраске кузовов автомобилей.

Основное преимущество этого типа станций заключается в том, что узкая номенклатура работ позволяет их механизировать и эффективнее использовать

высокопроизводительное оборудование. В европейских странах специализированные станции также находят распространение, однако в отличие от станций США они не так узко специализированы и гораздо крупнее. Передвижные станции. Фирмы уделяют большое внимание организации обслуживания автомобилей вблизи места жительства или работы их владельцев, используя для этого передвижные станции, которые оборудуются на шасси грузовых автомобилей. Водитель-слесарь производит не только ТО и мелкий ремонт, но продает запасные части и автопринадлежности. Существуют два вида передвижных станций; станции скорой технической помощи для обслуживания автомобилей, потерпевших аварию или неисправных, и станции по обслуживанию автомобилей на дому, производящие ТО и ремонт в гараже владельца. Дорожные СТО. В основном это небольшие станции на 1-3 поста, сооружаемые в комплексе с АЗС, Дорожные станции, как правило, располагаются на расстоянии примерно 50 км друг от друга, В большинстве случаев наряду с производственными помещениями в них размещены бар и магазины.

Несмотря на многообразие предприятий по обслуживанию автомобилей, большинство зарубежных станций обслуживания имеют небольшие размеры. Обобщение зарубежных данных показывает, что 45-50% станций имеет 3-9 автомобиле-мест, 20-25% - от 10 до 19, 15-20 % — от 20 до 35 и 10-4-15% – свыше 35 автомобиле-мест. Средняя численность работающих на станциях обслуживания: в США – 4,2 чел., Франции – 4,5 чел., Италии – 5,2 чел.

Список литературы

1. Асадуллин Э.З., Ибляминов Ф.Ф, Закирова Т.Р. Основные направления развития технического сервиса в агропромышленном комплексе Татарстана. Вестник КГАУ 2 (36), 2015 – С. 60-62.

2. Асадуллин Э.З., Ибляминов Ф.Ф. Исследование технологических процессов и совершенствование организации технического сервиса на предприятиях АПК //Актуальные проблемы развития туризма. Материалы международной конференции. – 2016. – Казань. – С. 13-16.

3. Асадуллин Э.З. Исследование состояния и структуры рынка автосервиса, проектирование и строительство станций технического обслуживания. – Казань, Известия КГАСУ 2014 г., 2 (28) – 302 с.

## АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

***Ахмадуллина Н.Н.,***
студент 2 курса, Казанский кооперативный институт, г. Казань
***Галимова Ч.Р.,***
студент 2 курса, Казанский кооперативный институт, г. Казань
***Гиматдинова Ф.В.,***
студент 2 курса, Казанский кооперативный институт, г. Казань
***Кулькова. В.Ю.,***
профессор, доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и инноватики, Казанский кооперативный институт, г. Казань

В новеньком тысячелетии гостиничный бизнес в РФ уверенно развивается. Случается переустройство давних русских гостиниц и постройки свежих, собственно, что говорит о внимании российских и иностранных инвесторов к гостиничному бизнесу, которых не страшат долгие сроки окупаемости планов, элементы как правило, 7 – 10 лет, и большие невысокие нормы доходности по сопоставлению с вложениями в офисную недвижимость. Мотивированные указатели, определяющие становления гостиниц, отнесены Федеральной мотивированной программкой «Развитие внутреннего и въездного туризма в Русской Федерации (2011–2018 годы)».

Большущее распространение возымели мелкие приватные отели и хостелы, которые оказываются наименее зависимыми от перемен в наружной предпринимательской среде. Их ведущими гостями туристы и бизнесмены среднего класса, которые нуждаются в неплохом комфорте и защищенности по применимым тарифам. Для удачливости их последующего становления им нужно сливаться в сети, дозволяющие ставить единые стереотипы сервиса и снижать операционные потери. Становление хостелов сдерживается дефицитностью нормативно-правовой базы регулировки их работы.

Впрочем, подъем гостиниц не всякий раз сопрягается с одновременным увеличением значения обслуживания и свойства сервиса, которые находятся в зависимости не только от материально-технической базы отели, но и от сотрудников, занятых в них. Улучшению обслуживания и переходу гостиничных предложений на свежий степень содействует возникновение во множества ареалах государства зарубежных (Carlson / Radisson / SAS, Accor,Marco Polo Hotels and Resorts и др.) и русских гостиничных сеток(Амакс, Интурист Желал Групп, Алросо, Российские гостиницы и др.). В минувшем году количество русских гостиниц под управлением интернациональных сеток подросло на 3772 номера за счет открытия свежих гостиниц в Столице сетью Accor и сетью Marriott – в Краснодаре и Воронеже.

Отечественные гостиничные сети пока же имеют малозначительные навыка работы по сопоставлению с зарубежными операторами, а стереотип их брендов наименее известный, но, развитый личный бизнес с учетом российского законодательства и районной специфичности, они в будущем имеют все шансы достичь большущий производительности.

С финансовой точки зрения базар гостиничных предложений дает собой базар монополистической конкуренции, на котором срабатывают большое количество гостиниц, предлагающие дифференцированные предложения как по пространству их месторасположения, например и по тарифам, рассчитанные на всевозможных покупателей. Возникновение предназначенных средств размещения для молодежи, лиц среднего и престарелого возраста говорит об учете возрастной структуры туристов, а гостиницы различных ценовых категорий – об их общественной ориентации на людей с различным уровнем дохода. Данная дифференциация гостиничных предложений априори подразумевает конкретную дифференциацию значения сервиса.

Таблица 1. Динамика некоторых показателей гостиничного бизнеса

| показатели | 2002 г. | 2007 г. | 2009 г. | 2013 г. | 2014 г. |
|---|---|---|---|---|---|
| Количество гостиниц и аналогичных мест размещения | 4120 | 5917 | 7410 | 9869 | 13958 |
| Количество номеров, тыс. | 179317 | 219,4 | 249,2 | 319,1 | 433,0 |
| Число размещенных лиц, тыс. чел. | 17088,8 | 20041,8 | 21174,3 | 31732,9 | 36817,0 |
| Доход, млн руб. | 26518,0 | 98028,8 | 98279,2 | 185658,2 | 190616,9 |
| Затраты, млн руб. | 20511,5 | 81500,7 | 90368,4 | 150012,1 | 183946,4 |
| Прибыль, млн руб. | 6006,5 | 16528,1 | 7910,5 | 35646,1 | 6670,5 |
| Рентабельность,% | 22,6 | 16,9 | 8,0 | 19,2 | 3,5 |
| Средний доход с номера, тыс.руб. | 147,9 | 446,8 | 399,4 | 581,7 | 592,1 |
| Средняя цена номера, руб. | 2772 | 4427 | 4426 | 5851 | 5748 |
| Загрузка номерного фонда, % | 70,9 | 72,8 | 72,3 | 66,0 | 62,1 |

Источник: Росстат, расчеты авторов

Тест финансовых характеристик работы русских гостиниц демонстрирует, с одной стороны, подъем дохода, размера выгоды и среднего дохода с номера (revPAR), а с иной стороны, понижение рентабельности продаж и коэффициента загрузки гостиничных номеров. Средний гость живет в русских отелях в пределах 5 дней.

Становление гостиничного бизнеса инициирует предпринимательскую работу, потому что делает свежие трудящиеся пространства и наращивает налоговые поступления в бюджеты разного значения. Отели, интернируясь с турфирмами, перевозчиками, экскурсионными и досуговыми организациями, оказывают мультипликационное влияние на почти все раздела экономики. Впрочем, вклад гостиниц и ресторанов в валовую добавленную цену государства остается небольшим и оценивается ориентировочно в 1%.

На становление сферы гостиничных предложений оказывают воздействие внутренние и наружные моменты. В случае если внутренние моменты находятся в зависимости от самих гостиниц и именно связаны с особенностями их организации и функционирования, то наружные моменты находятся в зависимости от социально-экономической и политической истории в стране. Понижение прибылей россиян и снижение курса государственной денежных единиц привело к уменьшению выездного туристского струи и наращиванию внутреннего, который добился в 2015 году 50 млн. чел. Снижение курса рубля стимулировало приток в страну зарубежных туристов на 6%. Эти веяния позитивно сказываются на гостиничном коммерциале.

Становление гостиничного бизнеса одевает ярко воплощенный про циклический нрав, увеличиваясь в этап финансового взлета, при этом темпами более быстрыми, чем подъем реального ВВП и падает в этап упадка.

Сдерживающим моментом становления гостиничного бизнеса считается накладность гостиничных предложений при их сравнительно невысоком уровне обслуживания. Например, за последние 15 лет средняя стоимость номера (ARR) увеличилась в 2 раза. Подъем тарифов на гостиничные номера говорит о превышении спроса на гостиничные предложения по сопоставлению с их предложением. Вследствие этого понижение тарифов на гостиничные номера станет содействовать развитию внутреннего туризма и подъему количества гостей отели. Дефект дешевых по категории «цена-качество» гостиничных номеров привел к выходу в свет на рынке гостиничных предложений личных коммерсантов, предлагающих туристам собственные предложения для размещения – жилплощади и апартаменты.

Нынешний покупатель гостиничных предложений услуг, оборудованный разной техникой, отыскивает свежий степень комфорта и удобств. Социологические выборочные опросы гостей гостиниц говорят о том, собственно, что отели обязаны владеть даровой Wi-Fi, большущее численность розеток в номерах, мудрые номера, в коих все оснащение и электроэнергию контролируется одним пультом дистанционного управления.

В образовавшейся истории менеджмент гостиниц воспринимает меры, с одной стороны, на наращивание размера продаж за счет формирования свежих гостиничных товаров и конфигурации ценовых услуг, а с иной, – на оптимизацию расходов.

Список литературы

1. Дручевская Л.Е. Перспективы и особенности гостиничного бизнеса в России. // Сервис в России и за рубежом. 2013. №6 – С. 16–22.

2. Машуров И.В., Воловик М.Е. Оценка влияния макроокружения на развитие индустрии гостеприимства в регионе.// Российское предпринимательство. 2016. № 22. – С. 3149–3 158.

3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики (Росстат) [Электронный ресурс]. URL: http/ www.gks.ru (дата обращения 19.11.2017).

4. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)». [Электронный ресурс] // http://www.fcp.economy.gov.ru. (Дата обращения 19.11.2017).

# НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РТ В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ ПО РАЗВИТИЮ СЕРВИСНЫХ УСЛУГ

***Биктимирова Х.С.,***
кандидат экономических наук, зав. кафедрой Естественных дисциплин, сервиса и туризма, Казанский кооперативный институт, г. Казань
***Асадуллин Э.З.,***
доцент, кандидат технических наук, доцент кафедры Естественных дисциплин, сервиса и туризма, Казанский кооперативный институт, г. Казань

Кооперация в общем виде представляет собой форму сотрудничества экономически и юридически самостоятельных предприятий для реализации своих хозяйственных интересов и предоставления различного рода услуг потребителям. Для достижения общих целей в ней органично сочетаются права частной и коллективной собственности.

Многолетний опыт развития кооперации в нашей стране и за рубежом свидетельствует о том, что потребительская кооперация - органичный структурный элемент агропромышленного комплекса, представляющий собой одну из форм социальной защиты и экономической поддержки сельского населения. Функциональное содержание потребительской кооперации, направленно в основном на удовлетворение потребностей сельского населения и определяет ее место в составе АПК [1, С. 45].

К основным направлениям деятельности потребительской кооперации относится предоставление услуг. В нашей стране механизмы развития сервиса протекают неравномерно в зависимости от региона, сервис практически не развит в сельской местности.

В Республике Татарстан принят Указ президента республики Татарстан «О концепции развития потребительской кооперации в республике Татарстан на 2011-2015 годы». В соответствии с этим Указом предусмотрено развитие индивидуальной предпринимательской деятельности, малого и среднего бизнеса в несельскохозяйственной сфере, в том числе в сфере услуг.

Потребительская кооперация является структурным элементом агропромышленного комплекса. Во многих сельских районах доходы, поступающие от ее функционирования, составляют основу местного бюджета, обеспечивая социальное и экономическое развитие, играют важную роль в формировании доходов населения.

У населения сельской местности растет уровень доходов, принята и действует программа «Социальное развитие села до 2013 г.». Минсельхозпрод РТ предоставляет субсидии на улучшение жилищных условий молодых семей и молодых специалистов, проживающих в сельской местности, ставятся задачи повышения привлекательности проживания в сельской местности, расширяется сеть автомобильных дорог с твердым покрытием в сельской местности. Только одно повышение уровня оплаты труда, без оптимизации социальной структуры села, увеличения количества и разнообразия объектов инфраструктуры, не способно улучшить качество жизни. В свою очередь, улучшение качества жизни позволит повысить эффективность и конкурентоспособность всей аграрной отрасли.

Замедленная социально-экономическая адаптация сельских жителей к рыночным условиям объясняется не только экономической нестабильностью в условиях трансформации общества и кризисным состоянием сельской социальной инфраструктуры, но и недостаточно активной жизненной позицией сельчан, предполагающей приспособление своих потребностей и запросов к имеющимся жизненным условиям; традиционализмом трудового поведения, заключающегося в ориентации большинства на государственные гарантии, неготовностью основной части

трудоспособного населения организовать самостоятельные формы хозяйствования на земле.

Органы местного самоуправления, встроившись в систему управления как первичное звено управления районного уровня, практически самоустранились от решения проблем создания и обеспечения деятельности социальной инфраструктуры. Совершенствование социальной инфраструктуры с целью повышения качества жизни сельского населения решит задачу удовлетворения базовых потребностей, снизит трудовую нагрузку в личном подсобном хозяйстве и поможет эффективнее использовать свободное время; с учетом динамики поведения отдельных возрастных групп, по-разному мотивированных на проживание и трудовую деятельность на селе [2, С. 12].

Производительность фермерских хозяйств (по сравнению с крупными производителями) невысока, в первую очередь, из-за слабой технической оснащенности. Развитие фермерских хозяйств – процесс, который необходимо развивать, поддерживать, стимулировать, не сдерживая и не форсируя его. Развитие этого института фактически создает условия для развития среднего класса. Стабильный средний класс, как известно, является опорой любого государства. Он должен составлять не менее 50%. В этом случае их потребительское и социальное поведение будет стабилизирующим образом воздействовать на развитие общества и экономики. На фермерство возложена серьезная задача не только по обеспечению населения качественной продовольственной продукцией, но и вовлечению в производственные процессы сельских жителей, созданию необходимой инфраструктуры на местах.

Получить кредит в коммерческих банках для кооперативов затруднительно, потому что кооперативы не всегда имеют стабильную платежеспособность. Кроме того, в силу топологии расположения сельских поселений, строить в каждом селе крупные СТО экономически нецелесообразно.

Автомобильный транспорт является важной составной частью инфраструктуры. Развитие автомобильного транспорта невозможно без организованной системы технического обслуживания и ремонта. В организации системы ТО и Р в сельской местности важную роль могут сыграть потребительские кооперативы. Для создания предприятий автосервиса в сельской местности собственных возможностей кооперативов, как правило, недостаточно, по той причине, что кооперативы в нашей стране являются, в основном, «чистыми», т.е. в них установлено равенство пайщиков, и размер собственного капитала зависит от числа пайщиков.

В этих условиях есть несколько вариантов решения этой проблемы:

- поиск инвесторов для строительства СТО;
- развитие индивидуального предпринимательства;
- организация выездного сервиса.

Для привлечения инвесторов необходимо их убедить в том, что вложение средств будет перспективным и безрисковым. Основной движущей силой рынка капитала и процесса принятия решения является информация. Информация должна быть на макроуровне (регион, район, село) и на уровне предприятия. Для проведения подобных исследований требуются услуги аналитиков, специалистов по развитию рынка услуг.

Государство уделяет внимание развитию индивидуального предпринимательства, существуют различные программы развития села, однако получить такие субсидии затруднительно. Индивидуальные предприниматели выполняют работ по ТО и Р автомобилей жителей сельской местности, в случае необходимости, они имеют возможность привлекать наемных рабочих и создавать индивидуальное предприятие. Такие предприятия, в силу отсутствия высокотехнологического оборудования, не могут выполнять сложные работы, но выполнять мелкие и простые работы по ТО и Р они в состоянии. При этом, обеспечением запасными частями и расходными материалами занимаются сами клиенты.

Интересной формой организации ТО и Р является выездной сервис. При его организации городские и дорожные СТО выполняют обслуживание потребителей, проживающих в сельской местности. Для организации выездного сервиса потребители заключают договора, которые включают периодическое ТО, выполнение регламентных работ, ремонтные работы, технические консультации, поставку запасных частей и расходных материалов. Недостатком можно считать плохую работу, а зачастую, отсутствие заводских (дилерских) сервисных центров, хотя отдача от средств, вложенных в ТО, вдвое превышает прибыль от продажи новых машин.

Техника для производства сельскохозяйственных работ имеет высокую стоимость. В том случае, когда недостаточно средств для покупки новой техники, имеется возможность приобрести подержанную. По сравнению с новыми машинами экономия может составлять до 50%, а это вполне существенно. Такая техника способна значительно увеличить производительность хозяйства, урожайность, следовательно, повысить доходную часть. Вложенные средства окупятся в ближайшее время, с учетом того, что возможно приобретение не только за наличный, безналичный расчет, но также по лизингу и в кредит.

Создание вторичного рынка техники позволит значительно пополнить автомобильный и тракторный парк сельскохозяйственных предприятий и создать условия для модернизации техники. В ходе предпродажной подготовки техники, бывшей в эксплуатации, должно восстанавливаться 80-100% от ресурсов нового изделия, что, в свою очередь, должно гарантировать качество техники, реализуемой на вторичном рынке [3, С. 212].

Список литературы

1. Насретдинов И.Т., А.М. Мухаметшин, Н.К. Козар и др. Оптимизация сервисной деятельности предприятий потребительской кооперации Коллективная монография. – Казань, 2013, – 210 с.

2. Фатхуллина Л.З. Роль социальной инфраструктуры села в повышении качества жизни населения. Автореф. диссертации. Спец. 22.00.03. – Казань, 2010. - 28 с.

3. Асадуллин Э.З. Исследование состояния и структуры рынка автосервиса, проектирование и строительство станций технического обслуживания. – Казань, Известия КГАСУ 2014 г., 2 (28) – 302 с.

## НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ СЕРВИСА ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

***Биктимирова Х.С.,***
кандидат экономических наук, зав. кафедрой Естественных дисциплин, сервиса и туризма, Казанский кооперативный институт, г. Казань
***Асадуллин Э.З.,***
доцент, кандидат технических наук, доцент кафедры Естественных дисциплин, сервиса и туризма, Казанский кооперативный институт, г. Казань

Самый перспективный бизнес на нашем рынке техники – сервис. В последние годы спрос на сервис техники резко увеличивается по следующим причинам:

– сотни тысяч новых предприятий, приобретающих технику, не обзаводятся ремонтной базой, рассчитывая на сервис производителей;

– средние старые предприятия, стараясь снижать себестоимость, избавляются от ремонтных цехов, предпочитая обслуживать машины в сервисных фирмах;

– крупные предприятия, сохраняя ремонтные мощности, не хотят иметь запасов деталей, предпочитая срочные поставки;

– потребители новейших моделей не могут ремонтировать их сами, не желая затрат на специальное оборудование и обучение ремонтников;

– частные владельцы автомобилей и сельхозтехники, для которых рынок ужесточил условия заработков, но и предоставил возможности для их увеличения, не хотят тратить время на ремонт машин [1].

Острая конкуренция со стороны малых мастерских, работающих по принципу «домашнего доктора», вынуждает сервисные фирмы искать новые способы привлечения и удержания клиентов. Острая конкуренция со стороны мелких независимых специализированных мастерских возрастает во всех странах. В 70-х гг. эти мастерские использовали 30-40% емкости рынка сервиса, то сейчас в Европе их доля выросла до 50% [2].

Методы экспресс-маркетинга.

**1.** Переход на прибыльное время. Часы работы.

Нередко можно привлечь больше клиентов и поднять продажи, всего лишь изменив часы работы вашего бизнеса – так, чтобы быть готовым к приему посетителей все то время, когда люди готовы активно покупать.

Конечно, идеальный с точки зрения самих клиентов вариант – это работа 24/7, круглосуточно и без выходных. Некоторые компании так и работают. Но поскольку мы стремимся к прибыли, а не к удовлетворению клиентов любой ценой, стоит работать только в те часы, когда продажи как минимум окупают расходы.

Если вы обслуживаете частных лиц, проверьте наличие значимых клиентских потоков рядом с вашим бизнесом в те часы, когда вы закрыты. Если такие потоки есть, то проверьте также, готовы ли люди совершать покупки в это время. Если вы работаете на рынке B2B – проверьте, активны ли ваши клиенты в нерабочее для вас время. Возможно, после этого вы примете решение открываться на часдва раньше, закрываться позже или перенести обеденный перерыв на другое время (а то и вовсе отказаться от него).

Если ваша компания обслуживает клиентов по всей России – не забывайте, пожалуйста, что, когда в Москве два часа ночи, во Владивостоке и Хабаровске уже начался рабочий день. Иногда бывает особенно выгодно работать в то время, когда все остальные заведения, подобные вашему, закрыты.

Если же вы уже работаете в необычное для вашей отрасли время, позаботьтесь о том, чтобы донести эту информацию до как можно большего числа потенциальных клиентов. Сообщайте об этом в рекламе, используйте броские надписи на дверях и плакаты в окнах или витринах, таблички на кассе, печать на пакетах для покупок, листовки и т. п. И, разумеется, пусть все ваши сотрудники говорят клиентам об этом.

Быстрая проверка возможностей

– Активны ли ваши клиенты в те часы, когда ваш бизнес закрыт:

– Готовы ли они совершать покупки у вас в это время:

– Имеет ли смысл начинать работу раньше и/или заканчивать позже.

**2.** Упрощение процесса покупки

За счет чего можно упростить процедуру покупки? Например, за счет избавления покупателя от совершения лишних действий.

В интернетмагазинах при оформлении покупки клиенту обычно приходится заполнять форму, насчитывающую десятокдругой полей, причем часть из них представляют собой длинные последовательности цифр – номер кредитки, номер телефона, пароль и т. д. Если сократить количество полей для заполнения, оставив только абсолютно необходимые, а также использовать информацию, сохраненную при предыдущей покупке, – процент оформленных до конца и оплаченных заказов резко вырастает.

Еще один способ облегчить жизнь клиента – обслужить его быстрее. Даже если никаких избыточных операций нет, существует ряд способов сделать ту же работу за меньшее время.

Вопервых, имеет смысл отладить бизнеспроцессы и нормировать работу продавцов, кассиров и т. д. по времени – ввести стандарты на скорость обслуживания клиента (только не забудьте убедиться, что эти стандарты реалистичны) и добиться их соблюдения. Там, где покупке предшествует переписка, имеет смысл ввести также стандарты на скорость ответа на письма.

Вовторых, можно использовать разного рода шаблоны документов, писем, договоров, счетов и т. п., которые позволяют быстро подготовить все необходимые бумаги.

Втретьих, используйте компьютеры и программы автоматизации – многие вещи, которые у человека занимают несколько минут, а то и часов, компьютер делает за сотые доли секунды. Кроме того, в отличие от человека, компьютер не способен забывать и ошибаться, так что не приходится терять время исправление ошибок.

Наконец, можно сократить потери времени для клиента, перейдя на формат «одного окна» – когда все обслуживание ведется силами одного человека и покупателя не перенаправляют от одного сотрудника к другому. Масса времени экономится на том, что клиенту не приходится перемещаться с места на место и объяснять одно и то же разным людям.

Порой клиент сталкивается с трудностями другого рода – ему бывает сложно понять, какой из десятка (а то и сотни) продуктов на полке ему нужен, какой объем продукта надо купить и т. п., например, многие клиенты в магазине автозапчастей могут легко запутаться в ассортименте.

Еще один способ сделать покупку более простой и комфортной для клиента – сделать вместо него какуюто работу, которую он обычно выполняет сам уже после покупки.

Например, если вы хотите взять автомобиль в аренду, в большинстве компаний вам придется забрать автомобиль из пункта проката и вернуть его в пункт проката. А вот некоторые компании предлагают подогнать машину в любую точку города и из любого же места забрать.

Часто клиенты ожидают, что дополнительный сервис будет оказан им бесплатно, особенно если речь идет о дорогих товарах и услугах, а усилие для продавца невелико. Но во многих случаях покупатели спокойно относятся к требуемой доплате, лишь бы не делать эту работу самим, не тратить свое время исилы.

**3.** Планируйте продажи, чтобы закрыть больше сделок

«Воронка продаж»

В сфере сложных продаж (и особенно продаж B2B) практикуется такая технология, как «воронка продаж».

Выстраивание схемы

Если вы хотите грамотно выстроить «воронку продаж», первым делом надо создать схему работы с клиентом в вашем бизнесе.

Например, классическая схема, по которой работают многие отделы корпоративных продаж, выглядит так:

«Холодный» звонок потенциальному клиенту → назначение встречи → проведение встречи → отправка коммерческого предложения → согласование договора → подписание договора

Однако схема может быть и другой. Например, в одной международной компании, схема работы выглядит так:

Аналитика новостей федеральных и международных компаний → отбор перспективных потенциальных клиентов → поиск рекомендателя, который мог бы организовать встречу с топменеджментом компании → презентация перед

топменеджментом → коммерческое предложение → согласование договора → подписание договора

Сбор статистики

После того как вы построите схему, надо будет собрать статистику. Дело втом, что накаждом изшагов часть потенциальных клиентов отсеивается. Собственно, именно поэтому технология и называется «воронкой продаж»– до каждого следующего этапа добирается все меньше и меньше потенциальных покупателей. И вам надо знать, какой процент отсеивается на каждом изшагов.

Например, статистика отдела корпоративных продаж может выглядеть так.

Сделали 600 звонков – дозвонились до 510 клиентов (остальные не брали трубку, отсутствовали на работе, абонент был недоступен, номер был записан неправильно и т. п.).

Поговорили с 510 клиентами – назначили 102 встречи с вашим торговым представителем.

Провели 102 встречи – убедили 72 клиентов рассмотреть ваше коммерческое предложение.

Разослали 72 коммерческих предложения – получили 48 положительных ответов.

Составили 48 договоров – из них 36 удалось в итоге подписать.

В таком случае мы говорим, что «воронка продаж» в цифрах выглядит следующим образом:

| Этап процесса продаж | На входе | На выходе | % успеха |
|---|---|---|---|
| 1. Дозвон потенциальному клиенту | 600 (100%) | 510 | 510/600=85% |
| 2. Назначение встречи | 510 (85%) | 102 | 102/510=20% |
| 3. Проведение презентации на встрече | 102 (174%) | 72 | 72/102=70% |
| 4. Отправка коммерческого предложения | 72 (12%) | 48 | 48/72=66% |
| 5. Согласование договора | 48 (8%) | 36 | 36/48=75% |
| 6. Подписание договора | 36 (6%) | | |

Цифры во втором столбце показывают (в абсолютных числах и в процентах), сколько потенциальных клиентов добрались от начала процесса продаж до этого этапа. Третья колонка показывает, сколько из них успешно прошли на следующий этап. И, наконец, четвертая колонка показывает, как мы подсчитываем процент успеха (или, как это называется на профессиональном языке, «процент конверсии», или «конверсию») для каждого этапа [3].

Например, если нам удалось назначить 102 встречи с клиентами и по итогам этих встреч нам предложили выслать 72 коммерческих предложения – мы говорим, что конверсия на этапе встречи составила 72/102 =70%. В целом же конверсию «воронки» нам показывает цифра процентов в самой нижней клетке второго столбца – компании удается закрыть сделку лишь с 6% тех потенциальных клиентов, которых обзвонили сотрудники.

После того как собрана статистика, становится возможным планирование и нормирование работы отдела продаж.

После того как вы собрали статистику и запланировали количественные показатели для каждого этапа, критически важным становится контроль за соблюдением этих норм. Перечисленные выше несложные шаги позволят вам сделать процесс продаж достаточно стабильным и предсказуемым. Ну а для того, чтобы добиться еще лучших результатов, существуют технологии оптимизации «воронки продаж». С их помощью можно улучшить показатели каждого этапа – и добиться того, чтобы на 100 звонков приходилось не шесть, а восемь или десять продаж.

Даже небольшое изменение цифр в статистике «воронки продаж» может означать очень существенный рост прибыли. Например, переход от шести подписанных договоров к десяти на каждые 100 звонков означает рост продаж на 67%.

Список литературы

1. Насретдинов И.Т., Мухаметшин А.М., Козар Н.К. и др. Оптимизация сервисной деятельности предприятий потребительской кооперации Коллективная монография. – Казань, 2013, – 210 с.

2. Асадуллин Э.З. Исследование состояния и структуры рынка автосервиса, проектирование и строительство станций технического обслуживания. – Казань, Известия КГАСУ 2014 г., № 2 (28) – 302 с.

3. Александр М. Левитас. Экспресс-маркетинг. Быстро, конкретно, прибыльно. Манн, Иванов и Фербер; Москва. – 2016.

## ОРГАНИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ СЛУЖБЫ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ СЕРВИСА ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

***Биктимирова Х.С.,***
кандидат экономических наук, зав. кафедрой Естественных дисциплин, сервиса и туризма, Казанский кооперативный институт, г. Казань
***Асадуллин Э.З.,***
доцент, кандидат технических наук, доцент кафедры Естественных дисциплин, сервиса и туризма, Казанский кооперативный институт, г. Казань

С 1999 г. многие компании стали объединять отделы, отвечающие за маркетинг, PR, рекламу, прямые продажи, продвижение товаров и внутрифирменные отношения в единые отделы «интегрированных маркетинговых коммуникаций» (IMC), подчиненные коммерческому директору.

Отличие интегрированных маркетинговых коммуникаций в том, что они являются не сложением традиционных функций, а единой многоканальной синхронизированной коммуникацией, ориентированной на установление двухсторонних отношений с различными целевыми аудиториями, для каждой из которых подбирается своя модель.

В основе IMC – убеждение, что потребители интегрируют все полученные разными путями сведения о фирме и опыт общения с ней и ее продукцией и в результате благожелательно или нет относятся к фирме и ее продукции. Поэтому выгоднее доводить до них синхронизированные действия, информацию и продукцию – тогда влияние на потребителей эффективнее.

IMC – это новый взгляд на весь комплекс продвижения товара. И если раньше маркетолог и рекламщик направляли обществу каждый свою информацию, порой противоречивую, то сейчас формируется целостный поток информации, с единым финансированием, менеджментом и идеями.

До выработки маркетинговой стратегии, предприятие должно сформировать четкое представление о том, *кто относится к возможным группам потребителей и что предприятие сможет им предложить.*

Необходимо определить цели, которых намерены достичь:

– захватить целевые рынки;
– охватить все секторы рынка или специализироваться в одном;
– добиться максимальной прибыли;
– повысить рентабельность и расширить деятельность;
– обеспечить стабильные условия работы персонала, стимулирующие его производительность;

– обеспечить занятость населения и экономическое развитие города, в котором находится предприятие.

Видение руководством настоящего и будущего отражается в подходе предприятия к своим рынкам в плане политики сбыта продукции, стратегии ценообразования и работы с клиентами.

*Информационная база маркетинга*

Информация является основой развития предприятия. Ее специфика в том, что она не исчезает при потреблении, ее качество повышается с поступлением каждой новой информационной порции.

На предприятии должны быть созданы условия для доведения соответствующей информации до каждого сотрудника.

При этом важны:

- общий положительный настрой на пользование информацией, формируемый под влиянием *личного примера* всех руководителей предприятия;

— благоприятные условия поиска и пользования информацией – доступность, упорядоченное хранение, постоянное обновление.

Компьютерная система должна поддерживать маркетинговую базу знаний – доступное в режиме реального времени собрание информации, ответов на вопросы и решений проблем, которые были найдены когда-либо ранее. С такой базой практически любой сотрудник компании может дать быстрый и точный ответ на вопрос клиента.

*База знаний* — это основа интеллектуального обеспечения компьютерных экспертных систем, представляющая собой совокупность программных средств, которые обеспечивают хранение, накопление, удаление, поиск, переработку и запись в память компьютера разнообразных компьютерно реализованных моделей представления знаний в различных сложно структурированных формах. Базы знаний содержат модели трех типов знаний: предметные знания, управляющие знания и метазнания.

*Предметные знания* – это совокупность декларативных и процедурных знаний предметной области.

*Управляющие знания* — совокупность знаний о различных стратегиях принятия решений в предметной области.

*Метазнания*– это знания о знаниях, которые в компьютерной форме хранятся в базе знаний, и о процедурах, которые можно совершать со знаниями, всякий раз, когда компьютер овладевает дополнительными знаниями и данными.

Модуль «база знаний» должен обеспечивать:

— накопление информации о клиентах, конкурентах, поставщиках – от первого контакта;

— возможность структурировать и управлять информацией о деловых контактах – от момента ввода первичной информации в базу данных до завершения цикла;

— информацию о клиентах или конкурентах сделать доступной другим сотрудникам компании;

— анализ соотношения затрат и выгоды, отдачи от инвестиций по маркетинговым мероприятиям – сколько времени уходит на цикл продажи, занимает ли продажа некоторым категориям клиентов больше времени, чем остальным и т. д.;

— изменение вида и функций форм, добавлять по мере необходимости новые деловые правила, осуществлять оптимальную методологию продаж;

— определение контрольных точек, которые помогут ориентироваться в процессе продаж, и квоты, чтобы измерять производительность;

— публикация части базы знаний на Web-сервере, чтобы клиенты и коммерческие агенты могли помочь себе сами.

База знаний состоит из баз данных (БД), которые ведутся для обеспечения управления.

*База данных о парке проданных машин* с разбивкой по моделям, модификациям, годам изготовления служит для контроля гарантийных сроков, анализа продаж машин, прогноза реализации сервиса и запасных частей.

База данных о парке тех же моделей машин, поступивших на рынок от других продавцов (серые дилеры, частный ввоз, поставки по государственным и благотворительным программам и т. п.) служит, *совместно с предыдущей базой,* для анализа рынка, прогноза потребности рынка в автомобилях, сервисе, запасных частях, сопутствующих товарах, трудовых резервах и т. д.

*База данных о покупателях и заказчиках* с разбивкой по категориям или группам клиентов служит для анализа и прогноза потребностей потребителей, рассылки приглашений на сервис и на рекламные мероприятия, рекламы, поздравлений и т. п.

База данных о клиентах, купивших машины, дает много информации о вкусах, намерениях и привычках покупателей. Пример базы приведен в таблице.

| Возраст | Род занятий | Применение машины | Водитель | Кол-во автомобилей у клиента |
|---|---|---|---|---|
| До 25 | Неквалифицированный рабочий | Личная | Муж | Легковая |
| 25—29 | Квалифицированный рабочий | Служебная | Жена | Грузовая |
| 30—39 | Профессионал | Аренда | Оба | Пикап |
| 40—49 | Руководитель | Такси | | Внедорожник |
| 50—59 | Домохозяйка | Инвалид | | Специальная |
| больше 60 | Студент | | Обмен машины | |
| | Безработный | | Да | |
| | Пенсионер | | Марка | |
| | Чиновник | | Модель | |
| | и т. д. | | Год выпуска | |

База данных о партнерах должна обеспечивать возможности оперирования следующей информацией:

- коды группы партнеров – дилеры, агенты, клиенты, поставщики и т. д.;
- категории приоритета для обработки заказов;
- категории и коды условий расчетов – скидок, бонусов, комиссионных;
- категории права возврата товаров;
- подгруппы для рассылки технической информации и рекламы;
- подробные реквизиты;
- состояние расчетов с ними;
- история продаж или закупок;
- история расчетов.

База данных технической информации– это компьютерная библиотека инструкций по ремонту, каталогов запасных частей, информации о конструктивных изменениях и т. п., позволяющая получать информацию в интерактивном режиме с любого рабочего места.

База данных маркетинговой информации– это компьютерная библиотека данных о рынке и конкурентах, собираемых при исследованиях рынка.

База данных состояния товарных запасов и размещения по единицам хранения на складах. Она должна показывать имеющиеся в наличии, свободные, включенные в заказ и отправленные изделия. Запись содержит критические параметры, используемые в правилах принятия решения о восполнении производственных запасов. Состояние запасов и их размещение может быть вспомогательной записью в главном файле размещения

единиц хранения на складе, для облегчения внутрискладских перемещений. Товары в пути являются дополнительной частью файла о состоянии запасов.

База данных состояния производственных процессов содержит текущее состояние любого товара или заказа. Она содержит информацию о завершенных операциях, сроках выполнения, числе выполненных операций и оставшихся операциях.

База данных требуемых для процесса операций и товаров. Эти записи называют файлами маршрутизации, или перечнем операций и ведомостью товаров (комплектовочным Графиком). Файлы операций должны содержать ожидаемые или стандартные сроки исполнения процесса, а ведомость товаров должна содержать количества всех товаров для данного процесса (исполнения заказа). Этот файл необходим для разбиения заказов на потребности в товарах и загрузку персонала и оборудования.

База данных поставок закупленных товаров. Записи должны поддерживаться для каждого товара, отображая имеющиеся в наличии количества, расходы, поступившие заказы, контрактные обязательства и записи о поставках в соответствии со сроками, оговоренными с поставщиками. Эта информация используется для поддержки принятия решений о закупках и ассигнованиях, прогнозирования потребности в поставках закупок и расчета производственных запасов.

База данных стоимости перевозок и маршрутов используется для оценки экономической эффективности перевозки грузов.

База данных активности спроса на товары накапливает данные о спросе на товары в зависимости от периода времени и размещения. Она используется для анализа спроса и периодической проверки прогнозов для управления запасами.

База данных активности клиентов накапливает данные спроса по каждому покупателю для анализа маршрутов, издержек распределения, ценообразования и прочих маркетинговых исследований. Она может быть совмещена с БД активности спроса на товары, но обычно содержится отдельно из- за ограничений размера.

База данных объема работ и портфель заказов содержит оценку будущих запасов и потребности во времени обработки, свойственных имеющимся в наличии заказам; текущую работу и прогноз спроса. Она является основой для контроля обязательств перед покупателями, а также основой для планирования использования рабочей силы и оборудования.

Необходимость централизованного использования всех этих баз данных обеспечивает большую эффективность и большую точность в выполнении всей совокупности логистических функций, поскольку персонал, использующий специальные данные, будет лучше обучен и получит большие возможности для оптимального управления системой в целом.

Необходимость использования этих БД в оперативной деятельности обусловлена доступностью в качестве справочных материалов при планировании, заключении сделок и, в некоторых случаях, большей точностью, поскольку они будут поддерживаться людьми, хорошо знакомыми с данными и фактами предпринимательской деятельности. Например, имеются объективные причины для централизованного ведения записей о состоянии запасов на складах распределения: лучший контроль за счет использования более мощных методов прогнозирования и управления, возможности внутрискладского перемещения ненужных или непредвиденных запасов и т. д. С другой стороны, местному складу требуется информация о состоянии запасов для реагирования на запросы покупателей. Обычно предпочитают распределенное хранение на каждом складе данных о состоянии запасов, в частности, из-за уверенности в локальных данных для нужд прогнозирования.

Современные средства связи, информационные технологии, системы отображения и переработки информации сделали возможным добиться лучшего как в случае децентрализованного, так и централизованного хранения информации. БД могут

храниться централизованно, но с удаленными терминалами. Данные о логистических операциях могут вводиться в информационную систему либо централизованно, либо локально.

Список литературы

1. Асадуллин Э.З., Ибляминов Ф.Ф, Закирова Т.Р. Основные направления развития технического сервиса в агропромышленном комплексе Татарстана. Вестник КГАУ 2 (36), 2015 – С. 60-62.

2. Асадуллин Э.З., Ибляминов Ф.Ф. Исследование технологических процессов и совершенствование организации технического сервиса на предприятиях АПК //Актуальные проблемы развития туризма. Материалы международной конференции. – 2016. – Казань. – С. 13-16.

3. Асадуллин Э.З. Исследование состояния и структуры рынка автосервиса, проектирование и строительство станций технического обслуживания. – Казань, Известия КГАСУ 2014 г., 2 (28) – 302 с.

## ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

***Бойкова И.П.,***
кандидат экономических наук, преподаватель Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации, г. Гомель, Берарусь
***Сивуха К.Э.,***
студент 3 курса факультета экономики и управления Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации, г. Гомель, Берарусь

Конкуренция является одним из мощнейших факторов экономического развития, что в настоящее время является неоспоримым фактом. Конкуренция тесно связана с понятием конкурентоспособности, которое предполагает наличие у субъекта конкурентных преимуществ, позволяющих ему занять более выгодную позицию на рынке. Увеличение объёма продаж и достижение конкурентоспособности выпускаемой продукции является важнейшей задачей для любой организации, потому что реализация конкурентоспособного товара завершает кругооборот хозяйственных средств организации. Это позволяет выполнять обязательства перед работниками организации и другими субъектами хозяйствования.

Система потребительской кооперации в Республике Беларусь за свою длительную историю продемонстрировала высокую степень жизнеспособности и в настоящее время продолжает активно участвовать в формировании и развитии потребительского рынка страны по многим отраслевым направлениям. Основными рынками потребительской кооперации Республики Беларусь выступают сельские населенные пункты, большинство поселков городского типа и районные центры. Однако следует отметить тот факт, что в настоящее время действующие субъекты хозяйствования системы не в полной мере используют свой экономический потенциал, что выражается в снижении их конкурентоспособности. Это приводит к необходимости разработки прикладных направлений повышения конкурентоспособности организации потребительской кооперации, нацеленных на достижение конкурентных преимуществ относительно других субъектов рынка в современных условиях, посредством применения современного аналитического инструментария, что является целью настоящей статьи.

В результате усиления конкурентной борьбы удельный вес торговых организаций потребительской кооперации во всем товарообороте страны в последнее время имеет тенденцию к снижению, прибыль многих райпо недостаточна для их самоокупаемости и самофинансирования, обеспечения конкурентных преимуществ на рынке товаров и услуг.

Потребительская кооперация является самой крупной торгующей организацией в Буда-Кошелевском районе. Удельный вес потребкооперации в товарообороте района составляет 65,7%. К услугам, оказываемым Буда-Кошелёвским райпо населению относятся: заготовка вторсырья; заготовка продуктов питания; изделия кондитерские; изделия хлебобулочные; изделия швейные; продукты питания; промтовары; товары народного потребления [1].

Основными прямыми конкурентами райпо, которое представлено магазином «Родны кут», выступают магазин «Евроопт» (ООО «Евроторг»), «Корзинка» (ИП). К косвенным относятся – «Особино» (РУП «Белоруснефть-Особино»), «Хлебный» (киоск Жлобинского хлебозавода).

Далее проанализируем список конкурентов по следующим показателям: доля рынка, наличие поддержки (любой: ТВ, пресса, радио, места продаж и т.д.), уровень узнаваемости торговой марки. В таблице 1 приведена оценка силы по каждому из конкурентов. Сильный конкурент – игрок с более высокой долей рынка; инвестирующий в поддержку продаж продукта выше, чем Буда-Кошелёвское райпо; обладающий более высоким уровнем знания. На основании данных таблицы 1 построим матрицу конкурентов (таблица 2).

Таблица 1 – Оценка силы каждого конкурента магазина «Родны кут»

| Название | Поддержка | Доля рынка | Уровень узнаваемости торговой марки | Вывод |
|---|---|---|---|---|
| «Евроопт» | Выше | Выше | Выше | Сильный |
| «Корзинка» | Ниже | На уровне | Ниже | Слабый |
| «Особино» | Выше | На уровне | На уровне | Сильный |
| «Хлебный» | Ниже | Ниже | Ниже | Слабый |

*Примечание* – Источник: собственная разработка на основании открытых источников

Таблица 2 – Матрица конкурентов магазина «Родны кут»

| Название | Прямые конкуренты | Косвенные конкуренты |
|---|---|---|
| Сильные | «Евроопт» | «Особино» |
| | Данный конкурент – угроза для организации. Необходимы стратегии защиты текущих клиентов. | Данный конкурент – угроза для организации. Необходимы стратегии защиты текущих клиентов. |
| Слабые | «Корзинка» | «Хлебный» |
| | Данный конкурент – источник роста для организации. Необходимы программы, направленные на привлечение покупателей этого магазина в магазин «Родны кут» | Данный конкурент не представляет угрозы для организации, но необходимо проводить мониторинг действий этого магазина. |

Примечание – Источник: собственная разработка

Исходя из полученных результатов можно сделать вывод, что магазин «Евроопт» имеет наибольшие преимущества. В магазине «Евроопт» установлены более низкие, чем в среднем по рынку, цены на товары, также проводятся акции. Посетители магазина могут приобрести дисконтные карты. Также магазин предлагает широкий ассортиментный ряд, большую торговую площадь. Магазин «Корзинка» является прямым конкурентом для магазина «Родны кут» Буда-Кошелёвского райпо. В данном магазине слаборазвита рекламная деятельность, отсутствуют дисконтные и накопительные карты. В фирменном магазине «Особино» (РУП «Белоруснефть-Особино») в основном реализуются продукты из мяса курицы, поэтому магазин является косвенным конкурентом. Косвенные конкуренты это организации, продающие товар с другими характеристиками или абсолютно другой продукт, но работающие с нашей целевой аудиторией. Данный

конкурент очень важен, так как путём проведения определённых мероприятий, магазин «Родны кут» может завоевать потребителей. Киоск «Хлебный» также является косвенным конкурентом, так как занимается реализацией только хлебобулочных изделий. Но необходимо проводить мониторинг действий данного магазина.

Для визуализации проведенного анализа построим карту конкурентов на рисунке 1. Карта конкурентов позволяет выделять те организации, которых можно назвать двигателями рынка.

Можно сделать вывод, что основным двигателем рынка является магазин «Евроопт», который используют ***стратегию*** «лучшей цены при оптимальном ассортименте». Компания ООО «Евроторг», которой принадлежит торговая марка «Евроопт», демонстрирует пример социально ответственного ведения бизнеса, проявляет заботу о своих покупателях. Несмотря на не самые легкие времена, магазины сети продолжают продавать товары по низким ценам в рамках постоянно действующей акции «Красная цена». Также компания провела удивительную для торговли акцию, полностью отказавшись от торговых надбавок на определенные виды социально значимых продуктов. Такая политика компании привлекает в «Евроопт» все новых и новых покупателей.

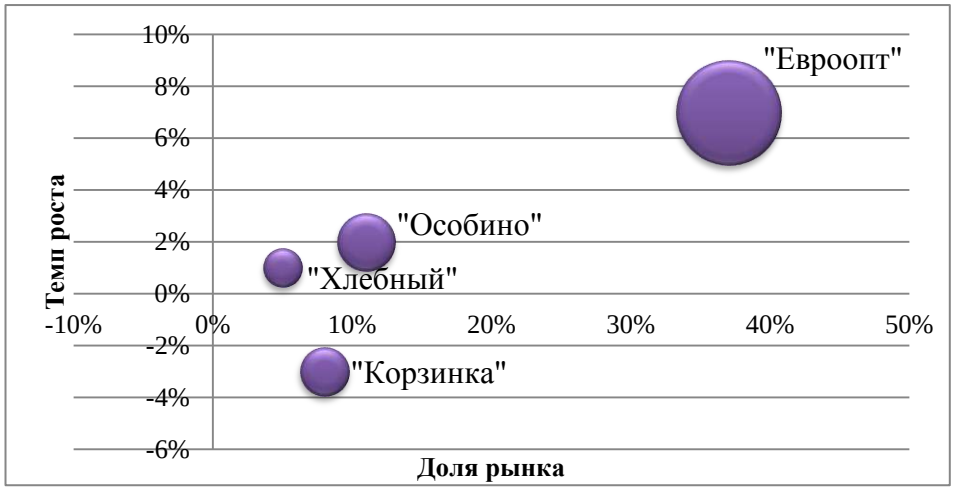



Рисунок 1 – Карта конкурентов магазина «Родны кут»

*Примечание – Источник: собственная разработка*

Подводя итоги можно сделать вывод, что Буда-Кошелёвское райпо существует в достаточно нестабильных условиях и для получения дополнительных конкурентных преимуществ организации следует использовать все свои возможности. Добиться конкурентного преимущества продукции можно за счёт улучшения полезного эффекта продукции. Таким образом, можно сделать вывод, что обеспечение конкурентоспособности товара требует новаторского, предпринимательского подхода, сутью которого являются поиск и реализация инноваций. Больше внимания необходимо уделять ассортиментной политике организации, расширять и обновлять ассортимент, проводить исследования и анализ спроса на товары. Что касается маркетинговой части, то основная целевая аудитория магазина потребительской кооперации «Родны кут» это работающие люди, у которых нет возможности и времени часто ездить за покупками. Покупатели посещают магазин вечером по дороге домой, приобретают в основном товары первой необходимости. В приоритете у таких потребителей свежесть продуктов, удобство расположения и относительно невысокие цены. Поэтому, важно отметить, что акции, распродажи и подарки не станут главным стимулом к совершению покупок и не превратят «минутных» посетителей в постоянных клиентов. Немаловажно повышать культуру обслуживания и имидж предприятия.

Список литературы

1. Предприятия, информации о компании [Электронный ресурс]. Режим доступа : http://1info.by. – Дата доступа : 21.11.2017.

# О НЕОБХОДИМОСТИ КОМПЛЕКСНОГО ПОДХОДА ПРИ ВНЕДРЕНИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

***Вейбендер Т.Л.,***
доцент, кандидат экономических наук, Институт менеджмента и бизнеса Тюменского индустриального университета, г. Тюмень
***Важенина А.О.,***
студент 3 курса Института менеджмента и бизнеса Тюменского индустриального университета, г. Тюмень

Под информационными технологиями сегодня, в первую очередь, понимается все, что связано с хранением, управлением и передачей информации в цифровом формате. Все преимущества развития технологий в этом направлении может оценить каждый: раньше для того, чтобы найти информацию о чем-либо, необходимо было прочесть огромное количество литературы. При этом некоторые из них были доступны только в читальных залах крупнейших библиотек [1,2]. Теперь же достаточно открыть поисковую систему и просто сформулировать вопрос.

В основе управления бизнеса лежит разработка стратегии, ее адаптация к специфике компании и реализация. Каждая компания стремится стать социально устойчивой, а также увеличить свой инновационный потенциал. Все это предполагает изменение функционирования предприятий. Однако во многих компаниях инновационные процессы и внедрения протекают довольно медленно или не проникают в предприятие вообще, что приводит к застою, а, следовательно, и к уменьшению мотивации работников и потере устойчивости компании.

На сегодняшний день одним из самых важных инструментов для повышения эффективности предприятия является внедрение информационных технологий.

Информационные технологии (ИТ) – это комплекс взаимосвязанных научных, технологических, инженерных дисциплин, изучающих: методы эффективной организации труда людей, занятых обработкой и хранением информации; методы организации и взаимодействия с людьми и производственным оборудованием, их практические приложения, а также все связанные с этим социальные, экономические и культурные проблемы. Например, современные ИТ, разработанные специально для предприятий общественного питания, позволяют значительно упростить, оптимизировать и ускорить целый ряд рутинных повседневных, специфических для этого бизнеса операций, а именно: формируют схему закупок, данные по продуктам и информацию по блюдам, подаваемым в ресторанном бизнесе[3].

Появление основных информационных технологий, основанных на системе бюрократического контроля, возникло на предприятиях общественного питания еще в СССР в эпоху социализма. Контроль на предприятии касался всего: рабочих мест, процедуры и величины вознаграждения, дисциплины, уровней ответственности и т.д. Определение объема работ, оценка достижений работников, распределение вознаграждений - все определялось установленными правилами и процедурами [4].

Разумеется, что с усовершенствованием программ происходит и трансформация мошенничества, которое тоже меняется со временем. Если в СССР в заведениях общественного питания работники занимались мошенничеством «вручную» (разбавляли коньяк дешевой крепкой ржаной водкой, чай и кофе подкрашивали жженым сахаром, разбавляли сметану водой, обильно добавляли хлеб или крупы в мясной фарш и уменьшали установленные нормы мяса для приготовления первых и вторых блюд), то уже более высокий уровень развития информационных технологий предполагает более квалифицированное мошенничество в общественном питании. Теперь заведения сталкиваются с компьютеризацией в системе, которая помогает «чисто» провернуть

аферу. В большинстве случаев махинации связаны с недобросовестностью персонала, иногда это связанно с некорректной работой программы, и персонал этим пользуется. Поэтому так важно иметь в программе средства защиты и контроля мошенничества и представлять различные схемы типовых лазеек:

1. Основной схемой мошенничества в ресторанах является недостаток в объеме блюд и напитков. Противодействие данной схемы - услуга «тайный покупатель», проверка шеф-повара, введение должности технолога или специалиста по качеству, который блюдо или товар взвешивает целиком или по ингредиентам;

2. Нередко в баре, имеет место продажа своего товара. Схема посложнее – это разбавление дорогих сортов алкоголя аналогичными дешевыми. И высвободившийся элитный алкоголь продается в обход системы. Контроль данной схемы – вход и выход персонала только через одни двери, все проверяются охранником;

3. Пересортица – популярное слово в розничной торговле, по сути продажа одного товара, а списание другого. В итоге первого товара больше, а второго соответственно недостаточно. В процессе инвентаризации такие ситуации хорошо видны, потому что это обычно однотипные товары. Считается мошенничеством, если повар намеренно использовал ингредиент не из технологической карты (обычно более дешевый). Искоренение пересортицы на кухне - осуществление жесткого контроля за технологией производства;

4. Удаление заказа целиком или некоторых строк из него. Использование данной схемы считается грубым и требует сообщников на кухне. Официант удаляет заказ из системы, а при сдаче выручки утверждает, что гости сделали заказ, а потом отказались от него и ушли, тем самым увеличив свою прибыль на стоимость этого заказа. Противодействие данной схеме – все удаления и отмены только с карточки администратора, программа фиксирует данные действия, и в конце смены формируется соответствующий отчет, по каждому удалению пишется объяснительная, у официантов отсутствует доступ к закрытым заказам.

В таких случаях административный персонал ресторана часто обращается за помощью по этим вопросам именно к техническим специалистам, которым важно знать все слабые места в системе автоматизации учета в сфере услуг.

Следовательно, система, успешно работающая в социалистическом обществе, себя изжила и на сегодняшний день не применима, поскольку без информационных технологий уже не обходится ни одно предприятие. Таким образом, только при формировании грамотно разработанной концепции и последовательного комплексного внедрения всех составляющих ресторанного бизнеса, одной из которых являются информационные технологии, гарантирован успех в развитии деятельности предприятий общественного питания. Важно, соблюдать контроль при найме персонала, чтобы избежать вероятности махинаций в работе.

Список литературы

1. Уварина, Ю.А. Бизнес-модель для сервисных компаний / Ю.А. Уварина, Э.А.Фияскель// Журнал: Инновации,-2013, с.30-37 Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/biznes-model-dlya-servisnyh-kompaniy.

2. Руст, А.М. Бизнес-модель инновационного развития предприятия / А.М.Руст, В.Н.Суязов // Вестник Саратовского государственного технического университета, – 2010, с. 252-256. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/biznes-model-innovatsionnogo-razvitiya-predpriyatiya

3. Кутаева, Т.Н. Общественное питание в системе потребительских услуг / Т.Н. Кутаева, Е.А.Кутаева // Журнал: Вестник НГИЭИ, - 2013, №3(22), с. 114-125. Режим доступа: https://elibrary.ru

4. Федоров, О.Г. Этапы развития информационных технологий. Классификация информационных технологий / О.Г. Федоров // Информационные технологии в науке и образовании, – 2009, с.36-44. Режим доступа: https://elibrary.ru

# КАЧЕСТВЕННОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ И СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМЫ ОБСЛУИВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ ОБЩЕПИТА, КАК ФОРМУЛА УСПЕХА

***Вотякова Т.А.,***
ГАПОУ «Казанский торгово-экономический техникум», г. Казань

Подбор и развитие персонала является важнейшим условием успешной работы любого предприятия. Это особенно справедливо в современных условиях, когда ускорение научно- технического прогресса значительно убыстряет процесс устаревания профессиональных знаний и навыков. Несоответствие квалификации персонала потребностям предприятия отрицательно складывается на результатах деятельности. Возрастающее значение профессионального обучения и подготовки кадров для предприятия общественного питания привело к тому, что современные предприятия общественного питания взяли на себя обновление квалификации своих сотрудников совместно с учебными заведениями.

Поведение персонала и его способность общаться с клиентами – это один из основных показателей качества профессионального обучения и обслуживания в предприятии общественного питания. Как объяснить персоналу, что такое застольная атмосфера, и сделать так, чтобы он мог создавать ее?

Первый этап: Нужно уметь предугадывать желания клиентов. Имея полученные знания и опыт при дуальном обучении, можно понять, каковы клиенты и чего они ждут от предприятия. Клиентов приходится обслуживать, в основном, в стандартных ситуациях, когда они:

- спешат или имеют достаточно времени;
- не хотят тратить слишком много денег или, наоборот, не жалеют их;
- обращают внимание на гастрономические предложения или безразличны к ним;
- не понимают меню или заранее знают, что заказать и т.д.

К этим примерам можно добавить и многие другие. Руководитель предприятия должен определить оптимальный стандарт работы персонала, но в каждом особом случае официанты самостоятельно решают возникающие проблемы на основе собственного опыта и полученных дополнительных знаний, умений и навыков в учебном заведении.

Как официант по одежде, выражению лица, интонациям и движениям клиента может попытаться предугадать его желания, так и клиент, наблюдая за обслуживающим персоналом, может делать определенные выводы.

Проводя исследование на предприятиях общественного питания г. Казани можно сделать следующие выводы, тем самым создать памятку сотрудника предприятия (таблица 1).

Таблица 1. Памятка для сотрудников ресторана

| Что вы видите | | Что это может значить |
|---|---|---|
| Одежда | Пиджак с галстуком | Большинство клиентов так одеты. Ищите подробности |
| | Спортивная | Они хотят веселиться. Предпочитают веселиться, не соблюдая формальностей, они невнимательны |
| | Темный костюм | Может быть деловой обед: формальное обслуживание |
| | Строгие или нарядные костюмы | Будьте готовы к празднованию: шампанское, специальные десерты |
| | Часы, сумка обувь | Обращайте внимание на марку, состояние |
| Возраст | Маленькие дети | Дополнительные салфетки, стаканчики, детские стулья, специальное меню |
| | Подростки | Напитки и соки |
| | Молодые люди | Неформальное обслуживание: пиво, обильная пища |
| | Взрослые (старше 40лет) | Традиционный прием, учтивость, уважение, привычная горячая пища, зубочистки |
| | Пожилые люди | Маленькие порции, не очень острая пища, они не любят ждать, любят общение |
| Действия | Меню закрыто, лежит на столе | Клиент готов заказывать |
| | Клиент смотрит в зал | Клиент ищет официанта |
| | Руки сложены на груди, глаза в верх | Необходимо быстро обслужить клиента, он нетерпелив |
| | Клиент смотрит на часы | Клиент раздражен |
| Общение | Клиент любит поговорить | Слушайте его, проявляя уважение |
| | Клиент молчалив | Будьте терпеливы, сделайте необходимые пояснения, успокойте его |
| | Клиент чувствует себя неуверенно | Помогите ему советами, объясните, что к чему |
| | Клиент не знает, что делать | Используйте искусство внушения, обратите внимание на специальное предложение шефа |

Второй этап. Как узнать, что думает клиент

Таблица 2. Практические рекомендации для работников ресторанов

| Персонал | Что думает клиент? |
|---|---|
| Веселые лица | Я больше люблю, когда меня обслуживают веселые и спокойные люди. Наконец-то я их нашел |
| Спокойные лица | Этим людям нравится их работа |
| Серьезные лица | Что-то в этом ресторане не так… Надеюсь, что все обойдется |
| Не очень ухоженные лица | Возможно это предубеждение, но официант с неопрятной бородой заставляет меня думать, что обслуживание будет неаккуратным и вялым. Если при этом официант еще и не причесан, с холодным безразличным взглядом, неулыбчивый, то я предвижу ужасное обслуживание |
| Внешний вид | Я никогда не ошибаюсь: если персонал аккуратно причесан, с ухоженными ногтями, в чистой и отглаженной форме, в обуви с неутоптанными каблуками – значит, я в ресторане с отличным обслуживанием |
| Движения | Не очень приятно, если тебя обслуживает официант, чрезмерно жестикулирующий или едва передвигающий ноги |

Третий этап. Каково мнение клиента о ресторане. Оно создается на основе собственных представлений гостя.

Таблица 3. Показатели уровня обслуживания клиента

| Показатель обслуживания | Представление клиента |
|---|---|
| Обслуживание быстрое | У клиентов принимают заказ через минуту после того, как они сели за столик, закуски подают не позднее, чем через пять минут и т.д. |
| Меню соответствует клиентам | 90 процентов блюд в меню вызывают интерес клиентов |
| Персонал помогает клиентам при выборе блюд | Персоналу хорошо известно, что есть в меню и на кухне. Он дает подробные объяснения |
| Персонал предупреждает требования клиентов | Клиенты не должны просить вино, когда оно заканчивается. Семьям с маленькими детьми сразу же предоставляю детский стул, даже если об этом не просят |
| Персонал умеет общаться | Те, кто обслуживают, улыбаются, помогают друг другу. Даже в часы пик каждый клиент получает то, что он заказал, без лишних вопросов: «Это вы заказал лапшу» |
| Персонал следит за ходом трапезы | Официант проверяет, что все в порядке, по крайней мере, два раза в течение обеда |
| Персонал вежлив и приятен | Персонал улыбается, все довольны (это заметно по спокойной работе), тепло относятся к клиентам |
| Персонал умеет хорошо держат себя | Официант всегда смотрит в глаза клиенту, когда разговаривает, не трогает лицо или волосы руками |
| Персонал внимателен и аккуратен | По крайней мере, 10 сотрудников ежедневно благодарят за умелое обслуживание |

**Четвертый этап.** Как общаться. Как уже отмечалось, следует баловать гостей и доставлять им удовольствие. Когда появляется клиент, нужно обязательно встретить и поприветствовать его, независимо от того, чем в данный момент занят официант. Подобно тому, как принимают гостей дома: им уделяют особое внимание.

Всем известен факт, что ранее работа с кадрами заключалась исключительно в мероприятиях только по набору рабочей силы. Современные же предприятия считают, что

набор подходящих людей является всего лишь началом в достижении цели. Современное обслуживание в комплекте с качественным профессиональном образованием позволит всегда быть на шаг вперед своего конкурента. Весьма убедительным примером здесь может послужить место образовательного фактора. В наши дни ситуация такова, что образование, и не столько высшее, сколько профессиональное, становиться определяющим элементом, формирующим качественные характеристики персонала. Таким образом, мероприятия по обучению персонала следует рассматривать как инвестиции в нематериальное достояние предприятия.

Список литературы

1. Мазманова Б. Участие работников в прибылях и партнерство // М.: Эксперт – 2015 г., 125 с.

2. Наволоцкая Я.Е. Руководство современного менеджера ресторана // М., СПб: Вершина, – 2014 г., 278 с.

## ВЛИЯНИЕ ГЕОГРАФИИ ТУКАЕВСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА НА РАЗВИТИЕ КОППЕРАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА И НАСЕЛЕНИЕ В РАЙОНЕ

***Гайсин Р.И.,***
доцент, кандидат педагогических наук, доцент кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма, Казанский кооперативный институт, г. Казань
***Гилазова К.Р.,***
студент 841 группы, Казанский кооперативный институт, г. Казань

Тукаевский муниципальный район Республики Татарстан расположен на северо-востоке республики. Район имеет богатую историю, он образовался в 1974 году путем соединения сельских поселений Сармановского, Мензелинского, Челнинского районов. Основным фактором образования района явилась начало крупнейшего строительства на берегах реки Камы предприятия машиностроительного комплекса КАМАЗ. Современная территория района входит в Набережночелнинскую агломерацию. Промышленно-производственный потенциал агломерации определяют предприятия нефтепереработки, автомобилестроения, а также ОЭЗ промышленно-производственного типа «Алабуга».

Территория района с точки зрения кооперации производства делится на три зоны: западная, северная и южная зоны. Для каждой зоны характерно свое развитие, а также характерные только ей экономические ресурсы. На развитие этих зон непосредственное положительное влияние оказывает городской округ Набережные Челны, однако ситуация не всегда являлась таковой, так как начиная с 1974 года по 2010 год город поглотил в себя не только не малую часть сельских поселений (Новые Гардали, Боровецкое), а также являлся местом притяжения молодежи с соседних районов республики.

В районе проживает 1% (35,7 тыс. чел) населения республики, миграционный прирост населения составил на 2016 год составил 22,1 чел на 1000 жителей района [2,3].

По прогнозам численность Тукаевского муниципального района за период до 2030 года должна увеличится с 39731 на 2016 год до 50051.

Этот процесс по прогнозу будет происходить по сельским поселениям по разному. В период с 2013 года за только счет миграционного прироста численность района увеличилась как видно из таблицы 1.

Таблица 1. Демографические показатели района Тукаевского муниципального района

| № | Параметры | 2013 год | 2014 год | 2015 год | 9 месяцев 2016 года |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Численность постоянного населения (на начало года) - всего: | 37581 | 38045 | 38953 | 39731 |
| 2 | Число родившихся за год | 537 | 579 | 486 | 347 |
| 3 | Число умерших за год | 547 | 536 | 558 | 398 |
| 4 | Естественный прирост (+), убыль (-) населения | -10 | 43 | -72 | -51 |
| 5 | Число прибытий | 1781 | 2098 | 1996 | 1459 |
| 6 | Число выбытий | 1307 | 1233 | 1145 | 694 |
| 7 | Миграционный прирост (+), снижение (-) населения [1)] | 474 | 865 | 851 | 765 |

Так прогнозное увеличение численности наблюдается в 16 из 23 сельских поселений. Среди наиболее крупных прогнозных увеличений можно выделить группы поселений с градацией увеличения поселений таблица 2.

Данные показатели поселений характеризуются по их расположению в экономических зонах района. Большинство поселений относится к перспективным зонам севера и запада района, где на развитие оказывает кооперация с городом, влияние близкое расположение поселений к центру района Набережные Челны, кроме Круглопольского поселения, где прогнозная численность снижается в связи с расширение зоны города Набережные Челны к 2030 году.

Северная зона – центр село Кузкеево. Расположенное на береговой части Нижнекамского водохранилища. В эту зону входят 22 населенных пункта района, эта зона характеризуется зоной туристко-рекреационной деятельности. На территории на сегодняшний день функционируют порядка пяти крупных коттеджных поселков.

Южная зона – центр поселок Комсомолец, в нее входит 40 населенных пунктов. Специализация - сельскохозяйственная. На территории зоны расположено одно из крупнейших предприятий республики «Камский бекон», совхоз «Сосновоборский».

Западная зона – центр село Биклянь, в нее всходит 23 населенных пункта. По территории проходит крупная железнодорожная ветка связывающая Урал и предприятия нефтехимии Нижнекамского района.

Из предприятий потребительской кооперации на территории района имеется организация ПО «Тукаевское районное потребительское общество» расположенное в селе Нижний Суык-Су. Основным выдом деятельности организации является Основной вид деятельности, торговля розничная в неспециализированных магазинах, дополнительные виды деятельности, деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания, переработка и консервирование мяса и мясной пищевой продукции, производство хлеба и мучных кондитерских изделий, тортов и пирожных недлительного хранения, производство сухарей, печенья и прочих сухарных хлебобулочных изделий, производство мучных кондитерских изделий, тортов, пирожных, пирогов и бисквитов, предназначенных для длительного хранения, торговля оптовая пищевыми продуктами, напитками и табачными изделиями. Продукция общества пользуется большим спросом у населения района.

Таблица 2. Прогнозная численность населения по ряду поселений Тукаевского муниципального района [1].

| № | Название поселения | 2015 | 2030 |
|---|---|---|---|
| Группа первая прогнозное увеличение численности более чем на 1000 жителей | | | |
| 1 | Биклянское | 3072 | 5491 |
| 2 | Калмашское | 1654 | 2909 |
| 3 | Князевское | 4509 | 5545 |
| 4 | Малошильнинское | 4442 | 8254 |
| Группа вторая прогнозное увеличение численности более чем на 500 жителей | | | |
| 1 | Комсомольское | 1038 | 1903 |
| Группа третья прогнозное увеличение численности более чем на 100 жителей | | | |
| 1 | Азьмушкинское | 2690 | 3033 |
| 2 | Биюрганское | 795 | 951 |
| 3 | Бурдинское | 1129 | 1365 |
| 4 | Кузкеевское | 1267 | 1491 |
| 5 | Нижнесуксинское | 2000 | 2143 |
| 6 | Новотроицкое | 1690 | 1773 |
| 7 | Тлянче-Тамакское | 1891 | 2037 |
| Группа четвертая прогнозное увеличение численности менее чем на 100 жителей | | | |
| 1 | Мусабай-Заводское | 926 | 970 |
| 2 | Семекеевское | 663 | 705 |
| 3 | Стародрюшское | 689 | 705 |
| 4 | Шильнебашское | 1105 | 1170 |

В хозяйственной части района выделяют предприятия расположенные в основном в группе поселений относящихся к первой прогнозной группе. На территории района добычу подземных вод разного уровня полезности осуществляют: ООО «Коммунальные сети-Татарстан», ООО «Коммунальные сети-Бетьки», ООО «Коммунальные сети-Суык-Су», ОАО «Тукаевские коммунальные сети», ООО «Камский бекон», ООО «Челны-Бройлер».

Определенное воздействие на численность населения, а также на кооперацию производства поселений района оказывает и развитие транспортной инфраструктуры. Плотность транспортных путей 69,2 км/1000км$^2$ по железнодорожному транспорту и 450км/1000 км$^2$ по автомобильному транспорту. Общая протяженность железных дорог в районе – 119,8 км, а автомобильных дорог – 841 км. По территории района, как в меридиональном, так и в широтном направлении имеются автомобильные дороги разного уровня. Восточным широтным коридором является федеральная трасса М 7 (Москва-Уфа) проходит по территории Шильнебашского сельского поселения. Южным меридиональном коридором является автодорога Н. Челны- Сарманово. Западным коридором автодорога Н. Челны- Заинск, с ответвлением на город Нижнекамск. В районе по категориям дрог имеется следующая градация, которая представлена в таблице 3.

Таблица 3. Категорийность дорог Тукаевского района [1].

| № | Название дороги | Категорийность |
|---|---|---|
| 1 | М-7 «Волга» | I |
| 2 | Наб. Челны- Заинск- Альметьевск | I |
| 3 | Кузембетьево-Наратлы Кичу | IV |
| 4 | Тлянче Тамак - Чурашево | IV |
| 5 | Казаклар - граница района | IV |
| 6 | Бетьки-Прости | IV |
| 7 | Н.Челны-Нижнекамск-Иштеряково | I |
| 8 | Н. Челны-Сарманово | II |

Рассматривая интенсивность движения автотранспорта по трассе М 7 «Волга» на 1136 км в 2008 году – 24765 авт/сут., ежегодно количество автомобилей увеличивается на 1,8 %., тем самым к 2015 году составит 27212 авт./сут., а к концу расчетного срока составит 33287 авт./сут. [1]. Планируется дальнейшее совершенствование сети придорожного сервиса, по дорогам коррида восток, юг и запад района, которое в свою очередь будет благоприятствовать определенную увеличению доли занятости в тех поселениях где планируется их строительство, что также скажется положительно и на увеличении населения поселений.

Исходя из выше изложенного можно сделать вывод о планомерном увеличении населения района именно в тех поселениях, которые относятся к зонам севера и запада района, где прослеживаниется больше кооператорская, промышленная и туристско-рекреационная специализация, в отличае от зоны юга – где ярко выражена сельско-хозяйственная специализация.

Список литературы

1. Схема территориального планирования Тукаевского муниципального района. Том – 1, Казань: 2010. – 168с.

2. Республика Татарстан: экономические и эколого-географические особенности. Учебно-методическое пособие/ Гайсин И.Т., Гайсин Р.И., Мифтахов А.И. /Казань: КФУ, 2014. – 52с.

3. Biktimirov, N.M., Gaisin, R.I., Gaisin, I.T The use of new methodologies for demographic investigations in national-territorial subdivisions of Russia Life Science Journal Volume 11, Issue SPEC. ISSUE 8, 2014, Pages 194-197

4. http://tukay.tatarstan.ru Итоги социально-экономического развития Тукаевского муниципального района за 9 месяцев 2016года

## ЭКОЛОГО-ГЕОГРАФИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА КАК НРАВСТВЕННАЯ КУЛЬТУРА

***Гафурова В.В.,***
преподаватель кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма, Казанский кооперативный институт, г. Казань
***Хаялеева А.Д.,***
преподаватель кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма, Казанский кооперативный институт, аспирант Казанского (Приволжского) федерального университета, г. Казань

Проблема взаимосвязи человека с природой довольно актуальна. В настоящее время, эколого-географическая проблема взаимодействия человека и природы, а также воздействия человеческого общества на окружающую среду стала очень обостренной. Нашу планету, может спасти лишь только деятельность человека, совершаемая на основе четкого понимания законов природы. В рассмотрении многочисленных взаимодействий в природных сообществах, осознание того, что человек не царь природы, а всего лишь часть природы. Это означает, что эколого-географическая нравственная проблема сегодня не только решает вопросы сохранения окружающей среды от последствий загрязнения человеком на Земле.

Взаимодействие решение проблем возможно при наличии у человека достаточного уровня эколого-географической нравственной культуры, эколого-географического сознания. Конечно же, формирование должно начинаться с детства и продолжатся всю жизнь. Особенно актуально встает вопрос об успешности процесса формирования эколого-географической ответственности у выпускника общеобразовательных школ. Ряд проблем эколого-географического образования требует внимательного рассмотрения.

Процесс нравственного воспитания является самостоятельным разделом учебно-воспитательной деятельности. В свою очередь он органично сливается с другими направлениями воспитания личности. Нравственное воспитание имеет ряд особенностей. А именно оно может выступать в качестве для решения различных задач воспитательного процесса.

В решение проблем эколого-географического образования и воспитания школьников большой вклад внесли Захлебный А.Н., Гайсин И.Т., Мамедов Н.М., Миронов А.В., Хусаинов З.А. и др.

Понятие «эколого-географическая культура» относится ко всем предметам школьного курса. Под ним понимают культуру всех видов человеческой деятельности, так или иначе связанную с освоением, познанием и изменением природы, состоит из знаний эколого-географических норм, их понимания. Осознания необходимости их исполнения, формирования чувства гражданской ответственности за судьбу природы, разработка природоохранных мероприятий.

Проблемы эколого-географического воспитания затрагивают все больше вопросов нравственного характера. Правильно организованное эколого-географическое воспитание и образование среди учащихся неразрывно связано с укреплением нравственных форм поведения в обществе. С развитием эмоционально-нравственных чувств учащихся, обогащением их новых содержанием нравственного поведения. Формирование нравственно – эколого-географической культуры происходит в основном на занятиях географии, биологии и экологии.

Формирование правильного отношения к окружающей среде должно основываться на основе эколого-географического сознания.

Эколого-географическое сознание – комплекс мнений, настроений, идей, отражающих отношение личность к среде обитания. Оно предполагает соблюдение нравственных и экологических принципов природопользования, активную деятельность по изучению и охране природы своей местности. Теоретическая база нравственно эколого-географического воспитания основывается на решении трех задач в их единстве: развития, обучение и воспитание. Критерием развитость ответственного отношения к окружающей среде является нравственная забота о будущем поколениях.

Основная цель формирования нравственно – эколого-географической культуры достигается по мере решения в единстве следующих задач: воспитательных, образовательных, развивающих.

Нынешнее общество характеризуется стремительным распространением технических инноваций, коммуникационных сетей, многие из которых подчас предваряют свое время. В настоящее время становится ясным, что адаптация личности в той среде, в которой она существует в своей жизнедеятельности, – весьма непростой процесс. Но не стоит забывать и о влиянии окружающей среды на адаптацию человека. Степень развития современного общества зависит и от эколого-географической обстановки природы. Для осуществления задач, которые стоят перед нашей страной, необходимо формировать нравственно-эколого-географическую культуру, эстетическое отношение к природе, нести ответственность за ее состояние. Природа не может защищать себя от негативного, корыстного воздействия. Равнодушно-пассивное отношение к ней со стороны человека приводит к гибели многих растений и животных. В нравственном обществе сформирован закон об охране окружающей среде, который обязан выполнять каждый гражданин нашей страны. К его выполнению подрастающего поколения подготавливается в условиях единого учебно-воспитательного процесса школ. Полноценный эффект будет достигнут, когда человек станет эколого-географически образован и эколого-географически культурен. Только в этом случае он сможет реально оценить последствия своей практической деятельности при взаимодействии с природой.

Список литературы

1. Бекетова С.И., Гайсин И.Т., Власова Е.И. Формирование эколого-географического мировоззрения в процессе обучения географии. /Вестник Самарского технического университета. Серия психолого-педагогические науки. – №2, 2016. – С.16-27.

2. Гайсин И.Т. Непрерывность экологического образования. Монография. – Казань: Изд-во «Тан Заря», 2002. – С.198.

3. Максаковский В.П. Географическая культура. – М.: Владос, 1998.

4. Насретдинов, И.Т. Методология экономической теории инновационной экономики кооперативного сектора / Насретдинов И.Т., Мокичев С.В. // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. – 2013. – № 3. – С. 46-50.

5. Фархуллин Р.Ш., Гайсин Р.И., Экономическая и социальная география России: учебно-методическое пособие. Казань – 2013. – 98 с.

## РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗВИТИЮ СЕРВИСА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

***Зверев В.А.,***
студент 341 группы, Казанский кооперативный институт, г. Казань
***Давлетбаева Р.М.,***
доцент, кандидат педагогических наук, доцент кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма, Казанский кооперативный институт, г. Казань

Социальная поддержка населения особенно необходима в сельской местности, поэтому организация потребительской кооперации, на местах имеет большое значение. Это выражается в содержании планово-убыточных магазинов, доставке социально-значимых товаров в отдаленные населенные пункты, предоставление бесплатных услуг и др.

Для улучшения сервиса сельского населения, защиты их прав, активизации развития потребительского рынка требуется создание новых форм организации сервисных процессов на селе, более активное участие органов местного самоуправления в этом процессе, увеличение адресной поддержки государства, а также совершенствование нормативно-законодательной базы деятельности сервиса на селе.

Укрепление экономического пространства, активизация развития инфраструктуры сельской торговли окажет положительный эффект на динамичное развитие производственно-технологических и транспортных связей, финансово-кредитной системы.

Обеспечить возрастающие потребности населения, а также повысить уровень жизни в сельской местности позволит формирование торговых предприятий с закреплением за ними функций снабжения отдаленных и труднодоступных населенных пунктов полным ассортиментом товаров первой необходимости на основе договорных взаимоотношений.

Важным направлением программы является создание системы распределения товарных потоков путем организации сети мелкооптовых торговых центров на базе нерентабельных крупных объектов села. Вопросы активизации потребительского рынка и появление конкурентоспособных цен на потребительские товары должны быть реализованы путем предоставления дополнительных налоговых льгот местными органами самоуправления предприятиям-арендаторам в создаваемых торговых центрах.

Фактором, способствующим развитию сельской розничной торговли, является развитие оптовой торговли потребительской кооперации, предназначенной для снабжения отдаленных и труднодоступных населенных пунктов, где не осуществляют свою деятельность кооперативные организации. Оптовая торговля всегда выполняла

посреднические функции между производителями товаров и организациями, реализующими их населению. Выполнение традиционных функций оптовыми предприятиями с началом осуществления рыночных реформ было приостановлено. Причиной этого стал дефицит оборотных средств у розничных предприятий, сокращение объемов их деятельности вследствие развития конкуренции на сельском потребительском рынке, более высокие цены на товары чем у конкурентов из-за необходимости содержания материально-технической базы, низкая платежеспособность обслуживаемого населения и сокращение его численности.

В рамках системы потребительской кооперации целесообразно образовывать интегрированные торговые комплексы, выполняющие функции как оптовой, так и розничной торговли. Такие хозяйствующие субъекты смогут более эффективно организовать деятельность предприятий, входящих в их состав: осуществлять кольцевой и централизованный завоз товаров в обслуживаемые магазины, оперативно выполнять их заявки, рационализировать размещение товарных запасов, управлять затратами с целью их оптимизации, а в отдельных случаях и минимизации.

Возрождение и развитие организационных форм потребительской кооперации невозможно без существенной поддержки со стороны государства и органов местной власти, которое заключается:

- в применении гарантированных минимальных закупочных цен на сбываемые через потребительские кооперативы сельскохозяйственные продукты и произведенные из них продовольственные товары, поставляемые для государственных нужд;
- в предоставлении дотаций и компенсаций при закупке сельхозпродукции, а также предоставление финансовой помощи и льгот в получении кредитов;
- в оказании организационно-экономической помощи для развития сельских кооперативных торговых точек;
- в субсидировании расходов предприятий потребкооперации по доставке товаров первой необходимости в отдаленные населенные пункты.

## МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ СБАЛАНСИРОВАННОСТИ МНОГООТРАСЛЕВОЙ ЭКОНОМИКИ

***Закирова Т.С.,***
студент 431 группы, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Поташев А.В.,***
профессор, доктор физико-математических наук, профессор кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Поташева Е.В.,***
доцент, кандидат педагогических наук, доцент кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Одним из важнейших инструментов создания современных подходов к решению задач социально-экономического характера является адекватное их математическое моделирование. В качестве инструмента построения таких моделей широкое использование имеет математическая теория, в частности, теория дифференциальных и разностных уравнений (см., например, [1-4]).

В настоящей работе показано построение моделей межотраслевого баланса. На примере классической модели продемонстрировано применение средств линейной алгебры для исследования сбалансированности многоотраслевой экономики. Также показано, что динамическая модель межотраслевого баланса приводит к решению систем линейных разностных уравнений. Построенное решение для случая двухотраслевой экономики показало характер изменения вектора валового выпуска.

Модель Леонтьева – модель многоотраслевой экономики (балансовый анализ)

Межотраслевой баланс (МОБ) – это математическая модель, которая характеризует производственные взаимосвязи между отраслями в экономике страны. Он показывает взаимосвязь между объемом выпуска продукции в одной из отраслей и потреблением этой продукции, как самой отраслью, так и другими отраслями.

Основы теории модели МОБ были разработаны В.В. Леонтьевым в Берлине. Русская версия статьи под названием «Баланс народного хозяйства СССР» была напечатана в журнале «Плановое хозяйство» в № 12 за 1925 год [5]. В ней была показана стабильность величин, отражающих связь между отраслями, и указано на возможность их можно прогнозирования.

В тридцатые годы XX века В.В. Леонтьев привлек аппарат линейной алгебры для анализа связей между отраслями и использовал его для исследования экономики США. Метод стали называть «затраты-выпуск». Аналогичную модель МОБ для СССР, которую составил Леонтьев власти США применяли при планировании объемов и структуры поставок в СССР во время Великой отечественной войны.

Классическая модель МОБ описывается на языке линейной алгебры уравнением Леонтьева $X = AX + Y$, где $A = \left(a_{ij}\right)_{n\times n}$ – матрица коэффициентов прямых затрат, $X = (x_i)_{n\times 1}$ – матрица валового выпуска, $Y = (y_i)_{n\times 1}$ – матрица конечного потребления.

Динамическая модель Леонтьева, как пример использования разностных уравнений в экономических задачах

Важным инструментом создания математических моделей экономических и социальных задач, задач планирования, управления и сервиса является теория дифференциальных уравнений (см., например, [1, 2]). Однако в задачах экономического характера часто вместо дифференциальных уравнений применяется их дискретный аналог – разностные уравнения [3, 4]. В них операция дифференцирования заменяется конечной разностью. Разностные уравнения нашли свое применение в динамической модели межотраслевого баланса.

Динамическая межотраслевая модель экономики была разработана в Новосибирске в середине 60-х годов доктором экономических наук Н.Ф. Шатиловым. В дальнейшем, исходя из конкретных запросов реальной жизни, создавались и другие варианты динамической модели МОБ. Одну из таких моделей разработал основатель «Научной школы стратегического планирования» Н.И. Ведута. Эти модели активно используется экономистами, которые постоянно занимаются анализом и прогнозом состояния экономики нашей страны (см., напр., [6]).

В уравнении Леонтьева все его компоненты полагались осредненными за некоторый период времени. В реальности же продукт, предназначенный для внутреннего и конечного потребления в период $t$, определяется не текущим выпуском, а выпуском в последующий период $t + 1$. Эта задержка производства обусловлена многими факторами. Например, инерцией планирования производства, инерцией его перенастройки, изменением расходов на сырье и т.д.

Таким образом, мы приходим к системе линейных неоднородных разностных уравнений первого порядка

$$X(t + 1) = AX(t) + Y(t),$$

которая может быть расписана в следующем виде

$$\begin{cases} x_1(t+1) = & a_{11}x_1(t) + & a_{12}x_2(t) + & \cdots & +a_{1n}x_n(t) + & y_1(t), \\ x_2(t+1) = & a_{21}x_1(t) + & a_{22}x_2(t) + & \cdots & +a_{2n}x_n(t) + & y_2(t), \\ \vdots & \vdots & \vdots & \ddots & \vdots & \vdots \\ x_n(t+1) = & a_{n1}x_1(t) + & a_{n2}x_2(t) + & \cdots & +a_{nn}x_n(t) + & y_n(t), \end{cases}$$

где

$X = \begin{pmatrix} x_1 \\ \vdots \\ x_n \end{pmatrix}$ – матрица валового выпуска,

$Y = \begin{pmatrix} y_1 \\ \vdots \\ y_n \end{pmatrix}$ – матрица конечного потребления,

$A = \begin{pmatrix} a_{11} & \cdots & a_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ a_{n1} & \cdots & a_{nn} \end{pmatrix}$ – матрица коэффициентов прямых затрат.

Приведенные результаты, на примере классической модели Леонтьева и ее динамического аналога, показывают методики построения соответствующих математических моделей, приводящих в первом случае к системе линейных алгебраических уравнений, а во втором – к системе линейных неоднородных разностных уравнений.

Таким образом, классическая модель межотраслевого баланса в линейном приближении сводится к системе линейных алгебраических уравнений. Динамическая модель приводит уже к системе линейных неоднородных разностных уравнений первого порядка. Проведенные исследования и числовые расчеты показали характер влияния начальных условий задачи на поведение решения задачи межотраслевого баланса. Также из полученных результатов следует важность изучения таких разделов математики, как «Линейная алгебра» и «Дифференциальные и разностные уравнения» в вузах социально-экономического профиля.

Список литературы

1. Солодовников А.С., Бабайцев В.А., Браилов А.В., Шандра И.Г. Математика в экономике: Учебник: В 2-х ч. Ч.2. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 376 с.: ил.

2. Малыхин В.И. Математика в экономике: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 356 с.

3. Поташев А.В., Поташева Е.В. Математика. Учебное пособие. – М: ООО «Издательский дом Центросоюза». – 2014. – 352 с.

4. Поташев А.В., Поташева Е.В. Разностные уравнения в системе подготовки специалистов экономического профиля // Научное обозрение. – 2014. – №.12. – Часть 3. – С. 991-993.

5. Леонтьев В.В. Баланс народного хозяйства СССР. Методологический разбор работы ЦСУ // Плановое хозяйство: Ежемесячный журнал. – М.: Госплан СССР, 1925. – № 12. – С. 254-258.

6. Садыкова В., Павлов В., Баранов А. Перспективы роста экономики связаны с ростом инвестиций // Наука в Сибири. – 2001. – №3 (2289). http://www.sbras.ru/HBC/hbc.phtml?12+32+1.

## ПОПУЛЯЦИИ, КАК МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ ОБЪЕКТОВ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

***Иванова А.А.,***
студент 441 группы, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Поташев А.В.,***
профессор, доктор физико-математических наук, профессор кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма, Казанский кооперативный институт, г.Казань

***Поташева Е.В.,***
доцент, кандидат педагогических наук, доцент кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Российская потребительская кооперация является одним из внутренних резервов повышения эффективности экономики. На процессы ее развития влияют как внутрисистемные взаимодействия, так и различные внешние факторы. Поэтому важной проблемой является моделирование такого рода процессов. Одним из возможных подходов к решению этой задачи является построение математических моделей, аналогичным моделям развития популяций в различных условиях существования. Настоящая работа, посвящена обобщению и развитию результатов исследований популяций, опубликованных в работах [1, 2].

1. Развитие популяции в условиях неограниченных ресурсов. При изучении популяции, живущей в условиях неограниченных ресурсов питания и неограниченного пространства при отсутствии внутривидовой и межвидовой борьбы, получено, что численность популяции $x(t)$ подчиняется дифференциальному уравнению $dx/dt = \varepsilon x$, где ε – скорость размножения популяции. Решение этого уравнения имеет вид $x(t) = x_0 e^{\varepsilon(t-t_0)}$. Здесь $x(t_0) = x_0$ – численность популяции в момент времени $t_0$. Такое решение впервые получил Томас Мальтус в 1802 г. при исследовании процесса изменения численности населения. Поэтому оно называется также *уравнением Мальтуса*. Опираясь на полученное решение, Мальтус пришел к выводу, что отсутствие контроля над рождаемостью приведет к неограниченному росту населения и наступит голод. Его заблуждение состояло в том, что уравнение, справедливое для очень узкого класса популяций и полученное при жестких предположениях, он считал универсальным законом.

2. Развитие колонии с учетом внутривидовой борьбы. В природе существует как внутривидовая, так и межвидовая борьба. В результате борьбы внутри популяции за пищу и место обитания, а также за счет болезней скорость роста снижается. Данный процесс также описывается дифференциальным уравнением, которое в этом случае имеет вид $dx/dt = \varepsilon x - \gamma x^2$ и называется логистическим уравнением. Решением этого уравнения является функция

$$x(x) = \frac{x_0 h e^{\varepsilon(t-t_0)}}{h + x_0\left(e^{\varepsilon(t-t_0)} - 1\right)},$$

где $h$ называют поддерживающей ёмкостью среды (то есть, предельно возможной численностью популяции).

Логистическое уравнение получил в 1845 г. Пьер Ферхюльст. На основании своих расчетов он дал верхнюю оценку численности населения Бельгии, равную 9 400 000 человек. По результатам переписи 2001 г. население Бельгии составляло 10 296 350 человек. При учете фактора миграции, это позволяет говорить о достаточно хорошей точности оценки.

3. Развитие колонии с учетом межвидовой конкуренции. Дальнейшим развитием исследований в области изучении динамики популяций является учет межвидовой конкуренции в рамках модели «хищник-жертва», которую предложил Вито Вольтерра. Его работа была опубликована в 20-х годах XX века и переведена на русский язык в 1928 г.

Простейшая модель взаимодействия «хищников» и их «жертв» строится на основе следующих предположений. Пусть в некотором пространстве обитают две популяции: «жертвы» и «хищники». «Жертвы» питаются пищей, имеющейся в неограниченном количестве, и внутривидовая борьба между ними отсутствует. «Хищники» могут питаться только «жертвами» и между собой также не конкурируют.

Если $x$ – число «жертв»; $y$ – число «хищников», то можно записать систему двух дифференциальных уравнений Вольтерра-Лотки

$$\begin{cases} dx/dt = \varepsilon x - \alpha xy, \\ dy/dt = \delta xy - \beta y. \end{cases}$$

Аналитическое решение полученной системы дифференциальных уравнений весьма затруднительно. Поэтому было проведено исследование ее некоторых частных случаев.

Особенностью системы уравнений является наличие у него «стационарного» решения $x_{\text{ст}} = \beta/\delta$, $y_{\text{ст}} = \varepsilon/\alpha$, когда численности «хищников» и «жертв» остаются неизменными.

Другим частным случаем, когда удается построить решение задачи, является исследование его поведения вблизи стационарной точки. В этом случае изменения численности «жертв» и «хищников»

$$x(t) = x_{\text{ст}} + X_{max}\sin(\sqrt{\varepsilon\beta}t + \varphi_1),\ y(t) = y_{\text{ст}} + Y_{max}\sin(\sqrt{\varepsilon\beta}t + \varphi_2)$$

представляют собой гармонические колебания вблизи «стационарной» точки с одинаковой частотой $\sqrt{\varepsilon\beta}$, но различными амплитудами $X_{\max}$, $Y_{\max}$ и начальными фазами $\varphi_1$, $\varphi_2$.

В общем случае система уравнений не имеет аналитического решения и для ее решения были использованы численные методы. Из проведенных расчетов установлено, что решения $x(t)$ и $y(t)$, хотя и не являются гармоническими функциями, но сохраняют свойство периодичности по времени.

4. Математическое моделирование динамики развития эпидемий. Еще одним фактором, влияющим на численность колонии, является распространение эпидемии инфекционного заболевания в рамках популяции.

В рамках этой проблемы сначала были исследованы простые эпидемий, когда считается, что инфекция передается при встрече больных со здоровыми, а сама инфекция не является смертельной. Этот случай приводит к задаче Коши $dx/dt = -\beta x(a-x)$, $x(0) = x_0$. Ее решение имеет вид

$$x(t) = \frac{ax_0}{x_0 + y_0 e^{a\beta t}},\ y(t) = \frac{ay_0}{y_0 + x_0 e^{-a\beta t}},$$

где $x(t)$ – число здоровых особей, а $y(t)$ – больных.

Общий случай эпидемии учитывает не только процесс заражения, но и выздоровления. Для его изучения вводится новая функция $z(t)$, равная числу выздоровевших и получивших иммунитет особей. В результате приходим к задаче Коши, состоящей из системы трех дифференциальных уравнений, а также начальных условий. Решением системы является функция $x = x_0 e^{-\beta z/\gamma}$. А число выздоровевших особей описывается дифференциальным уравнением $dz/dt = \gamma\left(a - z - x_0 e^{-\beta z/\gamma}\right)$. Это уравнение не имеет аналитического решения. Поэтому оно решалось численно.

Анализ результатов показывает, что на начальном этапе имеется резкое увеличение числа заболевших и уменьшение здоровых. Затем наступает «пик эпидемии», после чего идет спад количества заболевших и постепенный переход больных членов популяции в разряд выздоровевших и получивших иммунитет.

Подводя итог, отметим, что полученные результаты изучения динамики численности популяции в процессе эпидемии еще раз продемонстрировали важность математического моделирования различных процессов происходящих, как в социальной, так и в иных сферах деятельности.

Заключение. Ценность построенных математических моделей состоит в том, что они описывают различные социальные, экономические и экологические процессы, а также

позволяют делать прогнозы на будущее. В частности, применение математического аппарата в совокупности с данными Татарстанстата о состоянии заболеваемости населения, естественном движении населения и причинах смерти, дает возможность построения математических моделей этих процессов. Кроме того, приведенные дифференциальные уравнения, описывающие динамику изменения численности колонии, можно успешно применять и при моделировании развития объектов потребительской кооперации с учетом как внутренних, так и внешних факторов.

Список литературы

1. Иванова А.А., Поташев А.В., Поташева Е.В. Использование дифференциальных уравнений в задачах математической экологии // Научное обозрение. Научный журнал. – 2016. – №.12. – С.251-256.

2. Иванова А.А., Поташев А.В., Поташева Е.В. Математическое моделирование динамики развития эпидемий // Научное обозрение. Научный журнал. – 2016. – №.24. – С.269-272.

## ФАКТОРЫ, ОКАЗЫВАЮЩИЕ ВЛИЯНИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

***Козар Н.К.,***
доцент, кандидат технических наук, доцент кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Козар А.Н.,***
доцент, кандидат технических наук, доцент кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Москвитин Н.Г.,***
преподаватель кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Современные условия, связанные с усилением конкурентной борьбы между компаниями, требуют от руководителей предприятий потребительской кооперации непрерывного поиска новейших методов оценки и повышения конкурентоспособности.

Вместе с тем, исследователи сталкиваются с проблемой выбора доступного способа оценки конкурентоспособности предприятия, так как в целом конкурентоспособность базируется на комплексе самых разнообразных факторов, которые не всегда представляется возможным достоверно оценить. Но такая достоверная оценка необходима в целях разработки системы мероприятий, включающей выбор основных направлений деятельности, создание и предоставление услуг, пользующихся спросом, установление цен [3].

Таким образом, тема данного исследования достаточно актуальна и своевременна.

Конкурентоспособность предприятия потребительской кооперации заключается в степени использования его внутреннего ресурсного потенциала, а также условий внешней среды, способствующих созданию услуги, более привлекательной для потребителей по показателям ценового и неценового характера [1].

Факторы конкурентоспособности предприятия подразделяются на внешние, влияние которых в меньшей степени зависит от компании, и внутренние, определяемые руководством компании [4].

Политические и правовые факторы: изменения в налоговом законодательстве; расстановка политических сил; отношения между деловыми кругами и правительством; патентное законодательство; законодательство об охране окружающей среды; правительственные расходы; антимонопольное законодательство; денежно-кредитная политика; государственное регулирование; федеральные выборы; политические условия в

иностранных государствах; размеры государственных бюджетов; отношения правительства с иностранными государствами.

Экономические факторы: ставка процента; курсы обмена валют; темп экономического роста; инфляция; структура потребления и ее динамика; экономические условия в иностранных государствах; показатели торгового баланса; изменение спроса; денежно-кредитная и финансовая политика; тенденции на рынке ценных бумаг; уровень производительности труда в регионе и темпы ее роста; динамика ВНП; ставки налогов.

Социальные и культурные факторы: изменения стандартов (уровня) жизни и образования; общественное отношение к бизнесу; структура занятости; возрастная структура населения; семейная структура; система ценностей; религия; классовые различия; консюмеризм; доля населения до 19 лет и старше 65; привычки, склонности, традиции территории; потребление лекарственных препаратов на душу населения; показатели естественного прироста рождаемости и смертности.

Технологические факторы: государственные и негосударственные расходы на науку и технику; темпы разработки новой продукции; патентно-лицензионная защита; новые тенденции в трансферте технологии.

Внутренние факторы предприятий: организационная структура управления; ресурсный потенциал;

Стратегия определяет вектор развития предприятия потребительской кооперации, задачи и перечень мероприятий по их достижению. Для того чтобы способствовать повышению конкурентоспособности и созданию устойчивых преимуществ, она должна соотноситься с миссией и ценностями предприятия, быть конкретной и четкой, основываться на долгосрочных целях.

Под навыками понимаются практические способности и компетенции, которыми владеет персонал предприятия, и отличительные черты, присущие предприятию, благодаря которым оно выделяется на фоне конкурентов [5].

Центрообразующий элемент концепции – отражающий стандарты и нормы работы на предприятиях потребительской кооперации, принципы взаимодействия сотрудников, их отношение к деятельности предприятия, своему труду и месту в структуре предприятия. Общие ценности – это ядро корпоративной культуры предприятия.

Организационная иерархия предприятия потребительской кооперации разрабатывается таким образом, чтобы процессы координации и интеграции между уровнями руководства внутри организации не знали сбоев и неточностей. Вопросы подчинения, распределения рабочих задач, обработки и анализа результатов, степени ответственности решаются последовательно и эффективно.

Персонал предприятия является важнейшей составляющей ее успеха. Какие люди необходимы предприятию, какую специализацию и квалификацию они должны получить и как выполнять свои профессиональные обязанности – эти и другие аналогичные вопросы лежат в основе данного компонента [2].

К системе управления относятся повседневные процедуры: принятие решений, информирование целевых аудиторий, коммуникация внутри предприятия и т. д.

Стиль руководства – то, каким образом ведут себя высшие должностные лица предприятия потребительской кооперации и планируют рабочий день, какова их роль в принятии решений по развитию бизнеса – оказывает сильное воздействие на формирование и восприятие ценностей, стратегию. А если принять во внимание тот факт, что все элементы модели согласуются друг с другом, то изменение стиля способно повлечь за собой модификацию и других компонентов концепции.

Таким образом, мы выяснили, что на конкурентоспособность предприятия потребительской кооперации могут оказывать влияние различные факторы, такие как, внешние и внутренние. Корректировка влияния каждого из них, может положительно повлиять на уровень конкурентоспособности предприятия потребительской кооперации.

Список литературы

1. Анферова Е.А. Теоретические подходы к определению понятия конкурентоспособности фирмы [Электронный ресурс]/ Е.А. Анферова// Современные тенденции развития науки и технологий. – 2017. - №1-4. – С. 56-59. – Режим доступа: https://elibrary.ru/item.asp?id=28290375

2. Мягких Н.Ю. Управление конкурентоспособностью на предприятии в сфере услуг [электронный ресурс]/ Н.Ю. Мягких, Т.В. Морозова// Прогнозирование инновационного развития национальной экономики в рамках рационального природопользования. – 2015. – С. 302-320. – Режим доступа: https://elibrary.ru/item.asp?id=21211267

3. Струнеский П.Д. Конкурентоспособность товаров и услуг, пути и методы ее повышения [Электронный ресурс]/ П.Д. Струневский// Современные исследования основных направлений гуманитарных и естественных наук. – 2017. – С. 855-857. – Режим доступа: https://elibrary.ru/item.asp?id=29338834

4. Царитова К.Г. Факторы конкурентоспособности товаров и услуг [Электронный ресурс]/ К.Г. Царитова, К.А. Цекоев// Научные исследования и разработки в эпоху глобализации. – 2017. – С. 203-206. – Режим доступа: https://elibrary.ru/item.asp?id=28168827

5. Шахназарян Б.А. Управление качеством услуг как инструмент повышения конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс]/ Б.А. Шахназарян// Повышение конкурентоспособности социально-экономических систем в условиях трансграничного сотрудничества регионов. – 2016. – С. 259-260.

## КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ СЕРВИСА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

***Любягина О.А.,***
преподаватель кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Происходящие в настоящее время преобразования в России направлены на совершенствование и модернизацию экономики, различных отраслей промышленности, сельского хозяйства, социальной сферы в соответствии с возникающими потребностями государства и общества в целом. Успешность преобразований во многом связана с обеспечением эффективного функционирования предприятий потребительской кооперации [1].

Одним из оптимальных способов совершенствования форм и методов обслуживания клиентов на предприятиях потребительской кооперации является систематизирование и структурирование исследованного материала в виде модели, основанной на предположении о каких-либо фактах. Ю.З. Кушнер считает, что «модель представляет собой гипотезу, выраженную в наглядной форме» [2, С. 51].

В связи с этим, цель исследования – разработка концептуальной модели развития сервиса на предприятиях потребительской кооперации.

Объект исследования – процесс развития сервиса на предприятиях потребительской кооперации.

Предмет исследования – концептуальная модель развития сервиса на предприятиях потребительской кооперации.

Правильно построенная модель поможет более точно определить представления об объекте, уточнить цели, проблемы и задачи исследования изучаемого явления, глубже познать условия, механизмы, факторы развития и формирования исследуемого процесса, а также спрогнозировать результат их действия. Для этого в модели должны быть отображены наиболее важные компоненты, свойства, связи исследуемых процессов [4].

Также должен быть представлен замысел ожидаемого результата и определен смысл цели; необходимо охарактеризовать средства и условия для реализации результата и указать субъекты деятельности.

Более обобщенное определение модели в рамках научного знания дает Н.Н. Моисеев. Он считает, что модель является упрощенным, упакованным знанием, несущим информацию о предмете и отражающим его свойства. Модель содержит в себе потенциальное знание, которое человек, исследуя ее, может приобрести, сделать наглядным и использовать в своей жизнедеятельности [3]. Созданная модель позволяет всесторонне изучить объект познания, раскрыть его свойства, ранее не исследуемые.

Таким образом, под понятием теоретической концептуальной модели нами будет пониматься совокупность элементов объекта познания с описанием содержательной и структурной составляющих, их существенных свойств и основных функций, а также с установлением взаимодействий между элементами. Изучение построенной концептуальной модели дает возможность открыть новые стороны исследуемого объекта познания.

Следовательно, в модели должны быть отображены следующие элементы: объект познания; цель, проблемы и задачи исследования; содержание исследуемой части объекта познания, то есть условия и механизмы развития; результат того, что мы ожидаем получить при изучении данного объекта познания.

На рисунке 1 представлена модель развития сервиса на предприятиях потребительской кооперации.

В качестве структурных блоков модели развития сервиса на предприятиях потребительской кооперации нами определены: целевой, методологический, организационно-содержательный, оценочно-результативный.

Целевой блок отвечает за целевую составляющую исследования.

Методологический блок отвечает за методологическую составляющую исследования. Многообразие методологических принципов и подходов позволяет эффективно провести исследование, организуя методологическую работу на конкретно-научном уровне.

Организационно-содержательный блок отвечает за организационно-содержательную составляющую исследования. Организационная составляющая обеспечивает целевое объединение ресурсов, а содержательная - совокупность элементов, процессов, методов, средств.

Оценочно-результативный блок отвечает за оценочно-результативную составляющую исследования. Данный блок определяет критерии оценки и постоянного мониторинга развития сервиса на предприятиях потребительской кооперации.

В связи с этим, в качестве ведущих компонентов структурных блоков модели развития сервиса на предприятиях потребительской кооперации нами определены:

- в мотивационно-целевом блоке: концептуальная идея, цель, задачи, этапы, организационные условия.
- в методологическом блоке: подходы, принципы.
- в организационно-содержательном блоке: основные направления развития, методы и средства.
- в оценочно-результативном блоке: показатели развития.

Разработанная концептуальная модель развития сервиса на предприятиях потребительской кооперации может лечь в основу деятельности по достижению эффективного функционирования предприятий потребительской кооперации. Полагаем, что реализация разработанной модели будет способствовать развитию сервиса на предприятиях потребительской кооперации с максимальной эффективностью и результативностью.

<table>
<tr><td rowspan="11">Целевой блок</td><td colspan="6">Концептуальная идея</td></tr>
<tr><td colspan="6">Создание интеграции и консолидации сфер деятельности предприятий потребительской кооперации, обеспечивающей эффективное развитие сервиса</td></tr>
<tr><td colspan="6">Цель</td></tr>
<tr><td colspan="6">Развитие сервиса на предприятиях потребительской кооперации</td></tr>
<tr><td colspan="6">Задачи</td></tr>
<tr><td>Изучение динамики объемов услуг, предоставляемых предприятиями потребительской кооперации</td><td>Изучение основных факторов, обстоятельств, влияющих на развитие сервиса на предприятиях потребительской кооперации</td><td>Разработка структуры процесса оказания дополнительных услуг на предприятиях потребительской кооперации</td><td>Разработка этапов технологического процесса оказания дополнительных услуг на предприятиях потребительской кооперации</td><td>Изучение целей, интересов, ценностных ориентаций клиентов предприятий потребительской кооперации</td><td>Развитие умения выстраивать взаимоотношения с клиентами предприятий потребительской кооперации</td></tr>
<tr><td colspan="6">Этапы</td></tr>
<tr><td>Определение проблем развития сервиса на предприятиях потребительской кооперации</td><td>Выявление наиболее значимых для покупателя факторов при выборе услуг предприятий потребительской кооперации</td><td>Расширение сфер услуг предприятий потребительской кооперации</td><td colspan="3">Организация высокой культуры обслуживания клиентов предприятий потребительской кооперации</td></tr>
<tr><td colspan="6">Организационные условия</td></tr>
<tr><td>Создание организационно-стимулирующей среды развития сервиса на предприятиях потребительской кооперации</td><td>Организация структуры процесса оказания дополнительных услуг на предприятиях потребительской кооперации</td><td>Организация повышения квалификации сотрудников</td><td colspan="3">Взаимодействие между предприятиями потребительской кооперации</td></tr>
<tr><td rowspan="4">Методологический блок</td><td colspan="6">Подходы</td></tr>
<tr><td>Системный</td><td colspan="2">Деятельностный</td><td>Компетентностный</td><td colspan="2">Культурологический</td></tr>
<tr><td colspan="6">Принципы</td></tr>
<tr><td>Аксиологизации</td><td colspan="3">Природосообразности</td><td colspan="2">Поликультурности</td></tr>
<tr><td>Целевой блок</td><td colspan="6">Основные направления развития сервиса на предприятиях потребительской</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td></td><td colspan="6">кооперации</td></tr>
<tr><td></td><td colspan="2">Выделение значительного объема ресурсов с должной скоростью, компетентностью</td><td colspan="2">Сотрудничесво с другими предприятиями потребительской кооперации, если оно позволяет увеличить скорость и гибкость предоставления услуг</td><td>Предусмотрение потребностей клиентов, связанных с развитием сервиса</td><td>Предоставление качественных услуг сервиса</td></tr>
<tr><td></td><td colspan="3">Методы</td><td colspan="3">Средства</td></tr>
<tr><td></td><td>Методы планирования, направленные на развитие сервиса</td><td>Методы стимулирования и мотивации персонала</td><td>Методы контроля и самоконтроля</td><td>Обсуждение видео-примеров - «хорошего» и «плохого» сервиса</td><td>Отработка отдельных навыков и умений</td><td>Средства контроля и самоконтроля</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Оценочно-результативный блок</td><td colspan="6">Показатели развития сервиса на предприятиях потребительской кооперации</td></tr>
<tr><td>оптимальные затраты клиента на предоставляемую услугу</td><td colspan="2">высокое качество предоставляемой услуги</td><td colspan="2">минимально возможные сроки оказания услуги</td><td>высокая культура обслуживания клиента</td></tr>
</table>

Рисунок 1. Концептуальная модель развития сервиса на предприятиях потребительской кооперации

Список литературы

1. Абдукаримов, И.Т. Анализ хозяйственной деятельности потребительской кооперации. Учебник / И.Т. Абдукаримов. – М.: Экономика, **2016.** – 320 с.

2. Кушнер, Ю.З. Методология и методы педагогического исследования: Учебно-методическое пособие / Ю.З. Кушнер. – Могилев: МГУ им. А.А. Кулешова, 2001. – 66 с.

3. Моисеев, Н.Н. Универсум. Информация. Общество / Н.Н. Моисеев. – М.: Устойчивый мир, 2001. – 200 с.

4. Свечкин, О. Н. Дилеру о моделировании потребительского рынка. Три кита и стихийная память рынка / О.Н. Свечкин. – М.: Ленанд, 2014. – 192 с.

## СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КООПЕРАЦИИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

***Мухамадеев И.М.,***
студент 1432 группы Казанского национального исследовательского технического университета им. А.Н.Туполева, г. Казань
***Колесников Д.Н.,***
студент 1432 группы Казанского национального исследовательского технического университета им. А.Н.Туполева, г. Казань
***Мухаметшина Ф.А.,***
доцент, кандидат экономических наук, доцент Казанского национального исследовательского технического университета им. А.Н.Туполева, г. Казань

В современном мире, туризм является одной из быстроразвивающихся отраслей. Данные Всемирной туристской организации при ООН UNWTO свидетельствуют о том,

что ведущее место на международном рынке туристических услуг в настоящее время принадлежит Европе. Так, по итогам 2015г. на Европейские страны приходилось чуть более половины мировых туристских прибытий (приблизительно 52 %). Поступления от туристических услуг повысились на 15 миллионов долл. по сравнению с прошлым годом и составили 582 миллиона долл., при этом поступления в 2015 году выросли на 4% в реальном выражении, достигнув 509 миллиардов долларов. Такой рост стал возможным, благодаря активному развитию туризма в Северной и Средиземноморской Европе.

В 2017-2018 году прогнозируется дальнейший рост международного туризма приблизительно на 3-4%. При этом, в Европе увеличение составит 2-3%, в Азиатско-Тихоокеанском регионе и в Африке - 5-6%, в Америке - 4-5%, а на Ближнем Востоке - 2-5% (незначительное повышение в данном регионе объясняется высокой неустойчивостью).

Благодаря развитию туризма, в мире происходит повышение занятости населения, в 2015 году в этой сфере работало приблизительно 4 млн. чел.

Учитывая, что во многих странах международный туристский бизнес является единственным источником поступления валюты, от дальнейшего развития этого направления будет зависеть уровень экономического развития страны и уровень жизни населения.

В настоящее время в мире наряду с традиционными видами туризма, такими как образовательный, лечебно-оздоровительный, приключенческий, деловой, сельский, духовно-паломнический и др., идет развитие также туризма для людей с ограниченными возможностями. Называются и самые перспективные направления туризма в будущем: водный туризм, горный туризм и самый необычный на сегодняшний день – это «космический туризм».

В прогнозе Всемирной туристской организации говорится о том, что число туристов в мире к 2020 году – должно составить 1,56 млрд. чел., из которых 1,18 млрд. чел. будут путешествовать в пределах своих регионов, и только 377 млн. чел. будут совершать дальние путешествия в другие регионы мира. Согласно прогнозу Китай к 2020 году станет ведущим туристским направлением в мире, обогнав лидирующую пятерку: Франция, США, Испания, Италия и Великобритания.

В настоящее время тенденции развития международного туризма носят положительный характер. Этому способствуют, в частности и реклама, и много доступной информации по другим странам в средствах массовой информации, и желание людей познакомиться с культурой других стран.

Если рассматривать положение туристского направления в России, то оно развито незначительно по сравнению с другими странами. В качестве основных причин возникновения такой ситуации можно назвать следующие:

- отсутствие реальных капиталовложений;
- невысокий уровень сервиса и гостиничного обслуживания;
- нехватка высококвалифицированных кадров в данной сфере
- недостаточная кооперация в туристическом бизнесе.

С 2014 года можно заметить резкое падение значений по всем направлениям. Наши соотечественники не только стали меньше ездить отдыхать, но даже уменьшилось количество командировок (по статистике Ростуризма путешествует внутри страны и за рубеж примерно 23 % граждан РФ, причем вывозится за рубеж в 2-3 раза больше средств, чем остается в стране).

Современное российское законодательство в сфере туризма нуждается в значительном обновлении. Необходимо обновление в области государственной поддержки внутреннего, въездного, социального туризма; создание благоприятного образа России, определение возможностей субъектов РФ в области туризма, создание прав и безопасности туристов и т.д.

По прогнозам Всемирной туристской организации потенциальные возможности России могут обеспечить прием до 40 млн. иностранных туристов в год и все это даст возможность получать значительные доходы и поступления.

Для использования туристского потенциала страны необходимо решить главную задачу - создать уровень обслуживания, отвечающий международным стандартам.

Целями развития кооперации в туристской отрасли России являются:

- улучшение здоровья нации и духовно-патриотическое воспитание;
- реальное внедрение конституционного права граждан на отдых;
- увеличение числа рабочих мест в сфере туристской кооперации и повышение уровня жизни населения;
- снижение социальных волнений и достижение политической стабильности в обществе;
- создание положительного имиджа страны, благоприятного для туризма.

Возможности развития внутреннего туризма в нашей стране связывают с социальным туризмом. Для этого необходимо привлечение квалифицированных специалистов, обновление на современном уровне основных фондов, возобновление финансирований и т.п.

Несмотря на то, что санкции сократили деловой поток в нашу страну, чисто туристический продолжает расти. Немалая заслуга в этом принадлежит работе маркетинговой стратегии «Visit Russia/ Время отдыхать в России» – в 2017 году число офисов этой организации выросло до 14.

Данная маркетинговая стратегия продвижения туристического потенциала России представляет собой кооперацию между различными звеньями туриндустрии, в том числе транспортными и туристическими компаниями, отельным бизнесом и предприятиями общественного питания, развитие сети представительств туристических агентов и компаний в разных странах и регионах, установление информационного партнерства между этими звеньями и средствами массовой информации.

В России, в целях развития туристской отрасли была принята государственная программа РФ «Развитие культуры и туризма» на 2013-2020 годы, при этом общий объем финансирования данной государственной программы из средств федерального бюджета составляет почти 900 млрд. рублей, данная программа будет проводиться в три этапа, путем решения следующих задач:

- сохранение культурного и исторического наследия народа, обеспечение доступа граждан к культурным ценностям и участию в культурной жизни, реализация творческого потенциала нации;
- повышение качества и доступности услуг в сфере внутреннего и международного туризма;
- создание благоприятных условий устойчивого развития сферы культуры и туризма.

Список литературы

1. Кириллова С.О. Современное состояние российского рынка туристских услуг // Экономика и менеджмент инновационных технологий, 2016 г. № 10 [Электронный ресурс]. URL: http://ekonomika.snauka.ru/2016/10/12565

2. Федеральное агентство по туризму Министерства культуры РФ [Электронный ресурс] URL: russiatourism.ru

3. Мухаметшина Ф.А., Шипшова Ф.А. Конкурентные преимущества хозяйствующих субъектов в условиях глобализации экономики // Научное обозрение, 2015, № 10-2. С. 223-226.

4. Хисамутдинова Э.Н., Маркова С.В. Особенности развития региональной экономики с учетом экологического фактора // Горизонты экономики, 2016, № 5 (31), С. 55-58.

# ИННОВАЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

***Радаев А.В.,***
доцент, кандидат технических наук, доцент кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Гайсин Р.И.,***
доцент, кандидат педагогических наук, доцент кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Алексеев Д.И.,***
студент 941 группы, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Петрова А.А.,***
студент 951 группы, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Описана суть потребительской кооперации. Приведены проблемы предприятий системы потребительской кооперации. Предложен метод решения проблемы, заключающийся в повышении конкурентноспособности предприятий потребительской кооперации за счет повышения инвестиционной привлекательности путем кооперации хозяйствующих субъектов на рынке научно-исследовательских разработок

Деятельность потребительской кооперации направлена на удовлетворение потребностей пайщиков, в основном сельского населения, в товарах и услугах. Системе потребкооперации присуща высокозатратная организация обслуживания населения. Так, затраты на содержание торговой сети как основной отрасли потребительской кооперации и ее обслуживание (доставка товаров) исключительно высоки. При этом покупательская способность сельского населения значительно ниже, чем городского. Это в свою очередь влияет на объемы товарооборота и приводит к убыточной деятельности торговых организаций потребительской кооперации. Кроме того, в системе потребительской кооперации имеется большое количество низкорентабельных (зачастую убыточных) промышленных производств.

В настоящее время основная доля хозяйствующих субъектов предприятий потребительской кооперации испытывает дефицит как в собственных средствах, так и в прямых вложениях для реализации инвестиционных проектов. Исключительно обострена проблема инвестиционной привлекательности хозяйствующих субъектов с целью увеличения притока внешних (прямых) инвестиций. Прямые инвестиции чрезвычайно выгодны для экономики отрасли, поскольку они служат катализатором развития бизнеса, поддерживают инновации, способствуют выходу предприятий на новые рынки, переходу на международный уровень качества производства и т.д.

В этой связи, по мнению авторов, исключительно важным является кооперация предприятий на рынке научно-исследовательских разработок, осуществляемая путем кооперации, заключающуюся в том, что они совместно утверждают объем инвестиций в научно-исследовательские разработки, и, кроме того, договариваются относительно свободного доступа всех предприятий кооператива к результатам научно-исследовательских разработок, т.е. любое из предприятий, достигшее успеха в инновационных разработках, обязана предоставить результаты исследований другим. Поскольку, все предприятия кооператива имеют равный доступ к результатам научно-исследовательских разработок и к инновационной технологии, степень присвоения предприятием-инноватором выгод от разработки инновационной технологии не оказывает воздействия на постинновационные прибыли, но позволяет значительно интенсифицировать инновационную привлекательность кооператива, а также укрепить внутрикооперативные связи.

Таким образом, с использованием результатов инновационной деятельности, авторы предлагают значительно повысить конкурентоспособность отдельных

предприятий и надежность их работы за счет взаимной поддержки кооперированных предприятий и сокращения их затрат на единицу продукции. Объединение усилий в области позволит в значительно степени гарантировать стабильность работы таких предприятий, а сэкономленные финансовые средства направлять для закупок крупных партий товаров по более низким ценам.

## РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

***Сабатаева Б.О.,***
доцент, кандидат экономических наук, доцент Евразийского национального университета им. Л. Н. Гумилева, Астана, Казахстан
***Бекенова А.М.,***
магистрант Евразийского национального университета им. Л. Н. Гумилева, Астана, Казахстан

В настоящее время в Республике Казахстан прослеживается динамичный рост предпринимательства туристской индустрии. Индустрия туризма является не просто сферой, а предполагает собой инициативную, самостоятельную, осуществляемую от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность деятельность физических и юридических лиц, направленную на получение дохода и удовлетворения потребностей потребителей, благодаря высокому уровню сервиса на предприятиях. Раскрытие предпринимательского потенциала предполагает активную политику государства в области целевых программ поддержки предпринимательства в туризме.

Туризм может способствовать развитию предпринимательства. Участие местного населения в индустрии туризма способствует сбалансированному развитию, как самой отрасли, так и страны. Как правило, предпринимательство в сфере туризма является катализатором роста экономики местного населения, увеличения доходов и возможностей трудоустройства местного населения в целях повышения его уровня жизни. Также туристический бизнес  может создавать прямые или косвенные доходы от туристических расходов, предоставляя туристические товары и услуги. Кроме того, предприниматель создает рабочие места для местного сообщества [1].

Предпринимательство непростой термин для определения. Например, экономисты подчеркивают способность предпринимателей действовать в качестве перемен посредством инноваций и рисков, в то время как психологи считают "мотивация и модели поведения потенциальных предпринимателей".

Важность предпринимательства имеет первостепенное значение для всех секторов экономики и всех типов организаций, особенно для малого бизнеса, где предпринимательство имеет решающее значение для экономического роста, повышения производительности и создания рабочих мест.

В то же время важно отметить, что предпринимательство в сфере услуг подразумевает под собой не только процесс оказания самих услуг, но и пути создания более конкурентоспособных преимуществ во всех операциях, связанных с обслуживанием потребителей. Поэтому фокус предпринимателя должен быть направлен на индустрию услуг в целом, не исключая поиск инноваций внутри определенных потребительских сфер.

Наряду с осознанием важности сферы услуг, в ее развитии по-прежнему наблюдается ряд негатив. Среди которых: низкое качество и узкий спектр предоставляемых услуг, наличие внутриотраслевых несоразмерностей, приоритетная направленность сферы услуг,  в первую очередь,  на клиентов, дисбаланс между объемом оказываемых услуг и растущими потребностями населения, недостаточное использование

рыночных инструментов и механизмов, наличие межрегиональных диспропорций в уровне производства и потребления услуг, и др.

Особенность предпринимательства в сфере услуг заключается в том, что особую роль играет потребитель, на которого ориентировано все производство услуг предпринимателем. т.к. эффективность работы туристских предприятий (в отличие от товарного производства) определяется, прежде всего, критериями внешней эффективности требованиям удовлетворения конкретного потребителя в соответствующем месте, в соответствующее время и в необходимом объеме и наборе услуг на должном качественном уровне [2].

Многие предприниматели с уверенностью в себе и независимыми личностными характеристиками начинают создавать свои предприятия, через накопление капитала, локальные группы наращивают инвестиции в туристические проекты. В мировой экономике, процесс предпринимательства признается в основе задач экономического развития и мотивации индивидов, которые стремятся удовлетворить свои личные цели. Конечной целью экономического развития является создание возможностей для самореализации посредством экономической деятельности. Это реальность, с которой люди обращаются к предпринимательской карьере. В результате многие предприятия были построены с ограниченным личным финансированием и банковскими кредитами. Было установлено, что информационная технология является важным инструментом продвижения своего бизнеса, но традиционные методы, такие как из уст в уста и вывески, по-прежнему значительны. Владельцы / менеджеры малого и среднего бизнеса соглашались с их недостатками с точки зрения отсутствия знаний и навыков в управлении бизнесом. В то же время они также считают, что правительство должно играть более активную роль в продвижении индустрии туризма [3].

На сегодняшний день задача развития предпринимательства в индустрии туризма путем внедрения стратегических ориентаций и соответствует требованиям нового времени, устанавливаемым новыми тенденциями, возникающими в сфере современного туризма.

Стремительный рост индустрии туризма способствует экономическому развитию через формирование доходов населения и расширению возможностей трудоустройства. Посредством развития туризма община имеет возможность диверсифицировать свои доходы, взяв на себя предпринимательскую деятельность [4].

Поддержка со стороны государства связана с тем, что экономическое воздействие предпринимательства имеет огромную выгоду для экономики. Общество получает выгоду за счет предпринимательства, включая подпитку экономического роста за счет увеличения доходов, повышения уровня жизни, увеличения инвестиционных возможностей, расширения налоговой базы, особенно за счет формализации, технологического развития, повышения квалификации и создания рабочих мест. Поэтому отмечается, что более высокий уровень участия населения в туристическом предпринимательстве приведет к большей социально-экономической выгоде для большинства населения. Расширение экономических прав и возможностей является инклюзивным, поскольку расширение прав и возможностей будет включать в себя всех людей, женщин, пожилых людей, молодежь, инвалидов и людей, проживающих в сельских районах, для вовлечения в предпринимательство в области туризма.

В заключение следует отметить, что осознание важности предпринимательства в сфере туризма не является новым, что свидетельствует о предпринимательской активности в этих отраслях несколько веков назад. Однако интерес к предпринимательству возрос в последнее время по мере того, как его значение становится все более признанным. Таким образом, предпринимательство часто рассматривается как экономическая функция. Также рассматривается как способ объяснения собственности бизнеса и организационной структуры, средства повышения социального и индивидуального благосостояния, средство анализа структуры промышленности,

обоснование государственной политики и подход к образованию. В последнее время особое внимание уделяется предпринимательству в сочетании с развитием образования и преподавания. Рост и разнообразие индустрии туризма, наряду с ростом потребительских ожиданий от их досуга и опыта предъявляют повышенные требования к поставщикам услуг. Следовательно, работодатели все чаще ищут выпускников, обладающих предпринимательскими способностями, хорошими техническими, деловыми и межличностными навыками.

Список литературы

1. Дарибаева А.К., Шуленбаева Ф.А. Актуальные вопросы развития туризма в республике Казахстан // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2016.

2. Бусыгин А.В., Предпринимательство, – М: ИНФРА-М. – 2001.

3. Хизрич Р., Питерс. М., Предпринимательство, Вып 1-5., – М.: Прогресс-Университет. – 2002.

4. O. Pazim and M. Mohd. Rosli, The Impact of Tourism on Small Business Performance. International Journal of Business and Social Science. 2 ,1, 11-21.

## DEVELOPMENT OF INTERNAL TOURISM IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN IN MODERN CONDITIONS

***Sabatayeva B.O.,***
candidate of economic Sciences, associate Professor of the Eurasian National University of L.N. Gumilev, Astana, Kazakhstan
***Savetkanova G.S.,***
master student of the Eurasian National University of L.N. Gumilev, Astana, Kazakhstan

Recently, interest in Kazakhstan as a tourist destination has increased significantly worldwide, and accordingly, from year to year the range of tourist services provided by local tour operators to attract more travelers increases. Most of the tourists are from Germany, England, Japan, Korea, and China. The Germans and the British have already explored the tourist routes of Kazakhstan. 100 states and more than 10 international organizations took part in the exhibition Energy of the Future which held in Astana, the capital of Kazakhstan, from 10 June to 10 September 2017. The exhibition was visited by about 4 million people [1].

Today almost all existing types of tourism are represented in Kazakhstan - cognitive, entertaining, ethnic, ecological and others. For tourists, a number of itinerary routes are offered throughout the territory of Kazakhstan along the silk route and sacred places. The tourism industry in the Republic of Kazakhstan at the state level and it is recognized as one of the priority branches of the economy. In implementing the provisions of industrial-innovative development of Kazakhstan's economy, the leading role belongs to the system of domestic clusters. A special place among them is the tourist cluster. Today's trends in the development of this industry are such that tourists, who have studied well the most famous resorts to the world, are striving for countries where the tourist sector is just beginning to develop. Kazakhstan is among them.

Despite this, inbound tourism is still developing poorly. Outbound tourism is nothing more than invisible imports. Kazakhstan tourists leave their capitals in another country. It is known that one tourist leads to the creation of ten jobs, and these places are not created in Kazakhstan. Therefore the development of inbound tourism is the urgent task for the Kazakhstan tourism at present.

The national company called “Kazakh Tourism” plays an important role in the development of Kazakhstan's domestic tourism, as it is designed to develop tourism potential and attract investment in the industry and will have to perform nine main functions:

1) Promotion of Kazakhstan as an international tourist destination (territory for visiting tourists);

2) Professional management of the tourist brand of Kazakhstan;

3) The formation and implementation of marketing strategies;

4) Attraction of inbound and internal tourists;

5) Stimulating the influx of foreign and domestic investment in the tourism industry;

6) Participation on a minority basis in investment projects;

7) Establishment of centers for the training of qualified specialists for the tourism industry;

8) It is planned that in 2018 the organization will act as an operator-lessee under the program of support of the domestic manufacturer;

9) The organization will act as the coordinator of the pilot project on hunting-trophy tourism within the framework of PPP [2].

There are five main economic and social interests in order to consider tourism as one of the national development priorities in the Republic of Kazakhstan:

- an opportunity to provide more than 230,000 jobs in the tourism sector, including the population of rural and remote areas and young people without breaking away from the traditional rural way of life;
- to promote the development of a culture of entrepreneurial activity among broad segments of the population, creating business opportunities for families, small and medium-sized enterprises;
- contribution to the development of regions and rural areas of the Republic of Kazakhstan, including the development of engineering and transport infrastructure in remote areas, the infrastructure of checkpoints across the state border of the Republic of Kazakhstan;
- promoting cooperation and creating opportunities in other sectors of the economy, including agriculture, engineering, light and food industries, the non-productive sector;
- promoting the creation of positive and productive intercultural relations that promote the promotion of national and inter-state understanding.

With the aim of reforming and developing the tourism industry in Kazakhstan, the Government developed and approved the Concept for the Development of the Tourism Industry of the Republic of Kazakhstan until 2020 (Decree of the Government of the Republic of Kazakhstan of May 19, 2014 No. 508) [3]. The main goal of this program was the creation of a competitive tourism industry to ensure employment of the population, stable growth of incomes of the state and the population due to the increase in the volumes of inbound and domestic tourism. The goal set the priority tasks that need to be addressed in the near future. These tasks include the development of the infrastructure of Kazakhstan tourism, the creation of an effective mechanism of state regulation and support of tourism, the formation of an attractive tourist image of the country, the increase of the tourist potential of the republic, the formation of zones with recreational economic specialization.

The development of the tourist industry in Kazakhstan for the next two years can lead to tangible commercial results if the following conditions are met:

- proper equipment and commercialization of certain tourist products;
- increase in volume and reduction of the cost of air services within Kazakhstan, as well as between Kazakhstan and other countries;
- professional definition and implementation of specific promotional activities [4].

Of particular importance is the development of sanatorium and resort business in the Republic of Kazakhstan, which requires the implementation of the following measures:

1) certification and classification of sanatorium and resort facilities;

2) development of regulatory legal acts regulating the activities of sanatorium and resort facilities;

3) ensuring the coordination of the activities of sanatorium and resort facilities.

From the point of view of investment, it is recommended to perform major construction works, in particular, accommodation and tourist infrastructure facilities within the framework of

the development of national tourism projects, including projects with a low level of risk and the possibility of implementation in a short time. It is important to continue the development of infrastructure, strengthen the capacity of human resources and perform various works in the field of marketing.

Thus, the modern tourist industry, based on the unique natural and cultural potential of the Republic of Kazakhstan, is a natural system-forming factor of the flexible integration of tourism into the system of world economic relations, one of the most dynamically developing and efficient ones on return on invested capital by the industry, despite its capital intensity.

List of sources used

1. https://en.wikipedia.org/wiki/Winter_exhibition_(2017).
2. https://kapital.kz/gosudarstvo/6155/v-kazahstane-sozdana-nackompaniya-kazah-turizm.html.
3. almatytourism.kz/upload/Files/Koncepciy_tourism_2020_eng.pdf.
4. http://egov.kz/cms/en/law/list/P1700000406.

## КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД В ОБУЧЕНИИ ЭКОЛОГИИ

***Юсупова Р.Н.,***
студент 9-252 группы, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Гайсина Л.А.,***
кандидат ветеринарных наук, преподаватель кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Мурзаева Г.В.,***
преподаватель кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Козаева Ф.Б.,***
преподаватель кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Щитковская Т.Р.,***
доцент, кандидат биологических наук, доцент Казанской государственной академии ветеринарной медицины им. Н.Э. Баумана, г. Казань

Экологическое образование является основой для формирования экологической культуры личности и выработки нового образа жизни, влияющего на экологически устойчивое развитие. В этом аспекте студенчество как наиболее образованная часть молодежи, более всех воспринимающая недостатки и противоречия общественного развития, отличающая стремлением к самовыражению, переменам инновационности, представляет собой ту социальную силу, которая сможет воспринять и внести позитивные изменения в экологическую безопасность страны [2].

При изучении дисциплины Экологии используются разнообразные методы обучения, руководствуясь их необходимостью. Для реализации основных принципов компетентностного подхода и рационального сочетания индивидуального и коллективного образования, отбираются наиболее эффективные методы организации обучения [5].

Цель нашей работы заключается в анализе подходов в преподавании экологии, направленных на практическое овладение технологиями компетентностного подхода к образовательному процессу, которые предусматривают перенос теоретических знаний и применение их в условиях среднего образования в Казанском кооперативном институте.

Экология является базовой, фундаментальной дисциплиной в юридическом, экономическом, биологическом, экологическом, химическом, медицинском, агрономическом образовании. В процессе изучения дисциплины у студентов должны

сформироваться общекультурные и профессиональные, личностные и социальные компетенции [1,4].

Главная задача при изучении дисциплины «Экологии»– активизировать познавательную деятельности студентов, сделать упор на отработку разделов непосредственно используемых в преподавании школьных курсов ботаники, зоологии, биологии повысить их мотивацию к освоению предмета и при этом учитывать личностные особенности и интересы каждого студента. Новое качество обучения требует наполнения деятельности преподавателя новым содержанием. Реализация компетентностного подхода в преподавании экологии потребовала изменений в организации учебного процесса и пересмотра форм и методов обучения. Лекции выполняют информационно-ориентирующую и систематизирующую роль и является инструментом настройки студентов на активную, осмысленную самостоятельную работу [3]. На лекциях преподаватель использует интерактивные формы: дискуссию, дебаты и мозговой штурм, часто используются проблемные ситуации, вовлечение студентов в совместный поиск ответов, на вопросы. При прохождении темы: «Экологические факторы» изучаем – «Влияние антропогенного фактора на загрязнение биосферы». Лекция переходит в диалог между лектором и студентами, процесс освоения более эмоционально окрашенным и личностно значимым, позволяет полнее раскрыть спектр проблем, решением которых занимается экология. На лекции используются презентации или фрагменты документальных фильмов, что делает материал более доступным для восприятия. Сочетание анимации, графики, цвета и интерактивности максимально обеспечивает наглядно-образное восприятие теоретического курса, что способствует формированию у студентов воображения и модельного видения, активизируется мыслительная деятельность, эффективность усвоения и стимулируется познавательный интерес студента к изучению предмета.

На практических занятиях по экологии студенты среднего профессионального образования (СПО) разбирают ситуационные задачи разного уровня сложности. Например, разбирается влияние предприятий общественного питания на загрязнение окружающей среды (атмосферы, поверхностных вод, почв) и мероприятия минимизирующих это воздействие. При этом осуществляется анализ: технологические, управленческие, экономические и правовые элементы, в результате повышается познавательная активность обучающихся, внутригрупповая интерактивность, и взаимодействие студентов с практическим опытом. Разбор и решение, составленных преподавателями и студентами института кооперации ситуационных задач разного уровня сложности обычно проводим при закреплении пройденного материала.

Ключевым компонентом для формирования компетентности студентов в области экологии является контроль результатов учебно-познавательной деятельности студентов. Система контроля должна обеспечить оценку уровня достижения результатов обучения, иметь четко известные всем критерии оценивания, побуждать обучающихся к систематической самостоятельной работе в течение всего периода обучения. Дисциплина Экология изучается студентами СПО кооперативного института в течение года, интегративным инструментом контроля результатов учебно-познавательной деятельности студентов является бально-рейтинговая система оценки знаний (БРС). При разработке бально-рейтинговой системы контроля и оценки качества знаний студентов руководствуемся технологической картой, где проставляются баллы за посещение лекций, занятий, самостоятельную, контрольную и другие виды работ.

В течение всего срока изучения дисциплины студентами, они могут в любой момент времени получить информацию о рейтинге, в результате чего студент, превращается в активного участника образовательного процесса.

Важной особенностью образования является введение принципа рефлексии профессиональной деятельности, он позволяет увидеть усвоение знаний студентами. Рефлексия является еще одним параметром компетентностного подхода, у студентов

формируются навыки самоконтроля, самооценки и возникает мотивация на учебную работу.

Таким образом, в результате компетентностного подхода при изучении экологии в СПО ККИ РУК происходит реализация творческого потенциала и преподавателей и студентов, а полученные знания умения, навыки, студенты могут использовать в повседневной жизни и процессе трудовой деятельности.

Список литературы

1. Беспалько, В.П. Слагаемые педагогической технологии. / В.П. Беспалько – М.: Педагогика. – 1989. – 190 с.

2. Вербицкий, А.А. Компетентностный подход и теория контекстного обучения / А.А. Вербицкий – М.:ИЦ ПКПС. – 2004. – 84 с.

3. Зимняя, И.А. Компетентностный подход: Каково его место в системе современных подходов к системе образования? / И.А. Зимняя // Высшее образование сегодня. – 2006. – № 8. – С. 21–26.

4. Мухутдинова, Т.З., Формирование инновационной компетентности и экологической культуры специалистов предприятий нефтегазохимического комплекса – необходимое условие устойчивого развития региона / Т.З. Мухутдинова // Вестник Казанского технологического университета . 2012, т.15 №21. – С. 195-202.

5. Хуторской, А.В. Ключевые компетенции как компонент личностно ориентированной парадигмы образования / А.В. Хуторской // Народное образование. – 2009. – № 2. – С. 58-69.

## НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КАЧЕСТВА УСЛУГ В РЕСТОРАНЕ «КОРОНА»

***Ирза Л.В.,***
старший преподаватель Российской Международной академии туризма, Казанский филиал, г. Казань
***Андрианова Ю.Е.,***
профессор, доктор биологических наук, заведующая кафедрой общегуманитарных и естественнонаучных дисциплин Российской Международной академии туризма, Казанский филиал, г. Казань
***Шахнина И.З.,***
доцент, кандидат педагогических наук, доцент Казанского (Приволжского) федерального университета, г. Казань

Ресторанному хозяйству в настоящее время отводится одно из основных мест в сфере услуг развитых национальных экономик. В России с появлением филиалов международных ресторанных сетей в этом секторе бизнеса усилилась конкуренция, противостоять которой отечественные предприятия смогут в основном за счет повышения качества услуг. Но не только качества, так как эта проблема входит в более общую задачу, связанную с разработкой более «продвинутых» форм и методов управления на предприятиях ресторанного бизнеса, способных усовершенствовать организационно-экономическую структуру и повысить эффективность функционирования ресторана. Особенно актуально это звучит в условиях современного экономического кризиса и санкций.

Традиционно эти проблемы предприятия общественного питания решают путем улучшения качественных характеристик пищевых продуктов и повышения уровня сервиса. В целом это и составляет основу направления по разработке новых стандартов в торговле. Особое внимание в них уделяется разработке и внедрению обновленной системы сертификации услуг общественного питания. Актуальность исследования

заключается в том, что эта разработка в настоящее время находится в стадии формирования.

Целью данного исследования являлся анализ системы управления качеством услуг в ресторане «Корона», а также предложение ряда мероприятий, способствующих её совершенствованию. Согласно цели решались соответствующие задачи: - рассмотрение методов формирования и обеспечения качества услуг; - анализ системы менеджмента качества услуг, а также анализ степени удовлетворенности клиентов ресторана «Корона»; - разработка ряда мероприятий, направленных на повышение качества.

В качестве объекта исследования выступала система менеджмента качества услуг в ресторане «Корона». Предметом исследования являлась система управления качеством услуг на предприятиях ресторанного бизнеса.

Анализ источников литературы [1,3] показал, что степень конкурентоспособности предприятия большинством авторов рассматривается как основной фактор, определяющий успех предприятия и его будущее в сфере ресторанного бизнеса. Поэтому обеспечение рестораном качества услуг, в полной мере удовлетворяющего клиентов, можно рассматривать как стратегическую задачу ресторана. Для услуг предприятия ресторанного бизнеса характерны все те качества, по которым услуги отличаются от товаров. Они неосязаемы, предоставление услуги нельзя отделить от ее потребления, стандартизация их и особенно контроль качества достаточно сложны [2,4].

Вместе с тем исследование показало, что для понятия «качества» в ресторанном бизнесе имеются свои особенности.

1. Для определения качества необходимо точное определение потребности клиента.

2. Высокое качество предполагает не только оказание услуги, связанной с выполнение потребности клиента, но и еще и правильное ее оказание.

3. Качество должно быть постоянным, то есть не варьировать.

Таким образом, в формулировке оценки качества услуг на предприятиях общественного питания акцент делается на совокупности операций. Причем оценка предполагает числовое значение качества услуги. В целом оценку качества можно рассматривать как особый тип функции управления.

Проведенный нами анализ характеристик бизнес-процесса в ресторане «Корона» позволил выявить некоторые из наиболее существенных факторов, влияющих на показатели качества услуг [5,6]. По итогам проводившегося нами опроса 100 респондентов был сделан вывод, что количество потребителей, удовлетворенных качеством услуг ресторана «Корона» составляет 71,4%. По этим данным можно заключить, что в целом для ресторана «Корона характерно высокое качество предоставляемых услуг. Вместе с тем оставшиеся неудовлетворенными клиенты заставляют задуматься об определенных проблемах в процессе управления качеством обслуживания.

Для более подробной характеристики этих проблем был проделан дополнительного опроса группы неудовлетворенных посетителей. Были выявлены основные причины неудовлетворенности посетителей качеством услуг (38% опрошенных недовольны качеством блюд и напитков; 19% – недостаточной внимательностью официантов; 16% – временем обслуживания; 15% – несоблюдением санитарных норм и правил; 12 % – слабой, на их взгляд, технологической оснащенностью производственного процесса).

Так же на основе опроса потребителей, выявлены желаемые характеристики услуг предприятия ресторанного бизнеса с точки зрения потребителей по их весомости (адекватная стоимость услуг (22%); качество блюд (20 %); квалификация и внимательность обслуживающего персонала (19 %); время оказания услуг (17 %); организация обслуживания (15 %); ассортимент блюд (7 %).

Анализ по влиянию рисков, негативно сказывающихся на характеристиках, отражающих качество услуги в ресторане «Корона», а также на показателях финансовой устойчивости обнаружены проблемы, решение которых требует пересмотра политики в

области управления качеством. Как известно, последним достижением японских ученых, которое затем было подхвачено во всех странах, является - система Всеобщего контроля качества TQM – Total Quality Menedgment. Система предполагает контроль качества на всех стадиях процесса и вовлеченность всего коллектива. В связи с этим мы обосновали введение в ресторане «Корона» системы контроля качества на современном уровне. С этой целью предлагается формирование целевой группы, которая осуществляет процесс самооценки качества услуг.

Внедрение в практику этого метода позволит получить преимущества в плане сокращения времени оценивания качества услуг, а также приведет к вовлечению персонала в непосредственную работу, связанную с анализом, разработкой рекомендаций и планов мероприятий по повышению качества. Для работы по новой системе контроля качества составлен календарный план мероприятий.

В качестве мероприятий, способствующих повышению качества обслуживания клиентов в ресторане «Корона» были предложены следующие нововведения:

1. Создание системы (самостоятельной группы) по самооценке качества услуг общественного питания, предоставляемых рестораном «Корона»;

2. Введение ряда дополнительных услуг, таких как «электронное меню», «сезонное меню», «детская комната».

Необходимо отметить, что совокупные затраты ресторана, связанные с внедрением системы управления качеством услуг в начальный период возможно будут приводить к некоторому понижению финансовых показателей. Вместе с тем, необходимо оценивать более отдаленную перспективу. Во-первых, снижение не связанных с производством потерь, во-вторых, экономический эффект от внедрения ряда предложенных мероприятий по совершенствованию качества предоставляемых услуг. В результате можно заключить, что нововведения, разработанные для совершенствования системы менеджмента качества услуг способны принести значительные конкурентные преимущества ресторану «Корона».

В заключение можно отметить, что в результате внедрения предложенных мероприятий по повышению качества услуг в ресторане «Корона», можно добиться повышения объема реализации услуг – в среднем на 25-30,%.

Список литературы

1. Аристов О. В. Управление качеством: учебник. – М.: Инфра-М, 2015. – 238с.

2. Васин, С.Г. Управление качеством. Всеобщий подход: Учебник для бакалавриата и магистратуры / С.Г. Васин. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 404 с.

3. Дунченко, Н.И. Управление качеством в отраслях пищевой промышленности: Учебное пособие / Н.И. Дунченко, М.Д. Магомедов, А.В. Рыбин. – М.: Дашков и К, 2016. – 212 с.

4. Колесникова Ю.Ю. Выбор оптимальных показателей для оценки эффективности деятельности сетевых ресторанных предпринимательских структур// Вестник Нац. академии туризма. 2011. №2(18) – С.44–46.

5. Официальный сайт ресторана «Корона» [Интернет ресурс] www.tateda.ru/zavedeniya/korona.html. Дата обращения 21.10.17.

6. Портал ресторанов г. Казани [Интернет ресурс] mega7banket.ru/restaurants/Казань/291. Дата обращения 19.10.17.

## СЕКЦИЯ 5. КООПЕРАТИВНОЕ ДВИЖЕНИЕ: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ И ПРАВОВОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

### ИЗМЕНЕНИЯ В ТАМОЖЕННОМ РЕГУЛИРОВАНИИ НА 2018 ГОД

***Воробьёва А.А.,***
студентка 45-12 группы, Казанский кооперативный институт, г.Казань

***Короткова М.В.,***
кандидат юридических наук, доцент, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Аннотация: В работе рассмотрены изменения в сфере таможенного регулирования, с которым непосредственно сталкиваются участники внешнеэкономической деятельности.

Ключевые слова: Евразийский экономический союз, лекарственные средства, медицинские изделия, Соглашение о единых принципах и правилах обращения медицинских изделий, Соглашение о единых принципах и правилах обращения лекарственных средств в рамках Евразийского экономического союза.

Учитывая взаимную заинтересованность в обеспечении гарантий безопасности, качества и эффективности медицинских изделий для жизни и здоровья людей, охраны окружающей среды, имущества юридических и физических лиц, предупреждения действий, вводящих в заблуждение потребителей (пользователей) медицинских изделий, признавая, что медицинские изделия относятся к социально значимой продукции, в целях формирования общего рынка медицинских изделий в рамках Евразийского экономического союза, повышения конкурентоспособности, производимых в рамках Союза медицинских изделий, устранения ограничений во взаимной торговле, 12 февраля 2016 года вступили в силу Соглашение о единых принципах и правилах обращения медицинских изделий и Соглашение о единых принципах и правилах обращения лекарственных средств в рамках Евразийского экономического союза.

В ноябре 2016 года Совет Евразийской экономической комиссии принял основной пакет документов, обеспечивающих реализацию соглашений в сфере обращения лекарственных средств и медицинских изделий, устанавливающих единые правила и принципы перемещения данной продукции в пределах ЕАЭС. Одним из ключевых элементов единого рынка лекарственных средств и медицинских изделий - процедура регистрации. Срок регистрации медицинских изделий в соответствии с едиными требованиями ЕАЭС будет проводиться до 31 декабря 2021 года, срок регистрации лекарственных средств - до 31 декабря 2025 года.

Создание единых рынков откроет новые возможности и даст импульс развитию торговли между странами - членами ЕАЭС и сотрудничеству между участниками ВЭД, благодаря упрощению логистических процессов, снижению издержек и торговых барьеров.

Список литературы

1)Договор о Евразийском экономическом союзе (подписан в г. Астане 29.05.2014) // СПС «КонсультантПлюс».

## НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ СУЩНОСТИ ЦЕЛЕЙ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ В РФ

***Дадашев И.С.,***
студент Северо-Кавказского института (филиал) ВГУЮ (РПА Минюста России)
***Алибеков Ш.И.,***
доктор экономических наук, профессор -Кавказского института (филиал) ВГУЮ (РПА Минюста России)

Организации - это ключевые участники гражданского оборота произво-дящие большую часть товара и услуг на современном рынке. Сущность и цель организации играют большую роль в самой деятельности. Регулирование и переосмысление данного вопроса на данный момент, имеет всеобщую важность для экономики и рыночных отношений. Важность сущности и целей юридических лиц, обуславливается становлением и развитием рыночных отношений в России. Переосмыслении представлении видов юридических лиц, основных целей и задач организации очень важна для государства и для экономики. Действующее законодательство в современных условиях не учитывают все

важные особенности и природу юридических лиц, касательно сущности и целей организации. Существующая старая тенденция нуждается в переосмыслении и изменении, так как для современной экономики характерно высокие темпы развития и рост товара-денежных отношении и производства на предприятиях и возникновение новых услуг, некое сходство с живым организмом, постоянно прогрессируется и видоизменяется, что является признаком роста. Такое же определение применимо и к коммерческим организациям. [6]

Институт юридических лиц в России, появился достаточно недавно, взгляды и представление об организациях со временем немного изменились, по сравнению с тем периодом, когда они только возникли у нас и начали осуществлять свою деятельность, но также нужно отметить желание законодательства развиваться и учитывать современное положении экономики и потребности общества. Подтверждением данной тенденции является изменение затрагивающие практически все стороны гражданского оборота, начиная с процедуры создания юридических лиц и заканчивая регулированием правоотношений в сфере интеллектуальной собственности, но основные изменение не коснулись о сущности и целях юридических лиц, что по нашему мнению, является некой упущенной возможностью интегрировать наше законодательство об организации, под современные потребности и реалии, что в свою очередь пагубно отразится на деятельность данных организации и в целом на экономику и товара-рыночные отношения.

В статье 50 ГК РФ, юридические лица подразделяются на два вида, коммерческие и некоммерческие юридические лица, в зависимости от цели и задачи организации определяется, для чего организация создается, какие цели она преследует.

Коммерческие организации - основной своей целью ставят извлечение прибыли от свой деятельности, с последующим распределением средств между участниками данной организации, данная цель устанавливается в уставных документах организации, то есть задача данного вида юридического лица, это получение прибыли, а все остальное имеет вторичный или косвенный характер.

Некоммерческие организации - не имеют в качестве основной своей за-дачи и цели получение прибыли, также не осуществляется процесс распределения средств между участниками организации (учредителями). [5]

Отличие между ними заключается в целях. Основной целью некоммерческих организации, это достижение благотворительных, социально-культурных, образовательных, моральных потребностей для реализации этих целей, некоммерческое юридическое лицо может вести предпринимательскую деятельность, поскольку это необходимо для достижения основных целей, в свою очередь коммерческая организация, предпринимательская деятельность это основной вид деятельности, поскольку с помощью него организация извлекает выручку для последующего распределения между учредителями. Проблема в том, что, законодателями не учтены организации, которые ставят своей основной целью систематичное извлечение выручки, наряду с предпринимательской деятельностью и также удовлетворение социально-культурных, образовательных, моральных потребностей данной организацией. Совместно действующей концепцией разделения организации на коммерческие и некоммерческие, предлагаем внести изменение или некое дополнение к статье 50 ГК РФ и выделить новый вид юридических лиц, ставящих в качестве основной целью осуществление предпринимательской деятельностью с последующим извлечение выручки как основных из двух задач и целей и также повсеместно удовлетворение социальных, культурных, моральных, благотворительных потребностей организацией. [1] Считаем, что данная концепция хорошо отразит реальное положение и состояние рыночных отношений и благоприятно повлияет на экономику.

Отличие от действующих видов организации заключается в некой уни-кальности и многофункциональности данных юридических лиц, ведь данные организации смогут осуществлять предпринимательскую деятельность с извлечением выручки и равным

образом могут осуществлять и благотворительную деятельность для удовлетворения моральных потребностей, модернизация. Следовательно мы тут видим некое удовлетворение моральных потребностей, но в соответствии гражданского законодательства РФ, основной целью удовлетворение моральных потребностей присуще только некоммерческим организациям, но на данном примере мы видим что это концепция разделения лиц на два типа, уже устарела и нуждается в изменении или поправке, то есть гражданское законодательство нам толкует одно, но, на самом деле на практике происходит абсолютно другое, коммерческие организации, свободно владея своими капиталами, на добровольной основе удовлетворяют свои моральные потребности в совершении общественно-полезных действий, но законодательное отражение отсутствует, что не является положительным показателем и подчеркивает необходимость регулировании данного вопроса.

Также необходимо предложить мотивацию со стороны государства на совершении общественно-полезных действий юридическими лицами, Например, представим что наша инициатива о переосмыслении целей организации, нашла свое место в законодательстве и появился новый вид коммерческого юридического лица осуществляющий предпринимательскую деятельность с извлечением выручки, но, в то же время на ряду с основными задачами ставит моральное удовлетворение потребностей, для мотивирования особенно крупных организации с большими капиталами, необходимо предоставить данным юридическим лицам, определенные льготы и гарантии, возможность выбора налогового режима и иные мотивирующие меры в сфере налогообложения.

Предложенная нами инициатива имеет следующие преимущества:

– Большой спектр правовых и экономических возможностей организации.

– Усовершенствование и гибкость гражданского законодательства в сфере юридических лиц и финансовой сущности организации.

– Толчок развития рыночных отношений в России.

– Мотивирование юридических лиц в совершении обществен-но-полезной деятельности.

Список литературы

1. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 29.07.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 06.08.2017) //Справочно-правовая система «консультант плюс» 01.12.2017

2. Федеральный закон от 08.08.2001 N 129-ФЗ (ред. от 30.10.2017) "О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей"//Справочно-правовая система «консультант плюс» 01.12.2017

3. Герасимова В.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности промышленного предприятия. - М.: КНОРУС, 2011. с.250

4. Кирилловых А.А. Корпоративное право. - М.:Юстицинформ, 2009.с.192

5. Шиткина И.С. Корпоративное право в таблицах и схемах. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юстицинформ, 2016. с.207

6. Экономика и финансы предприятия. 2-е изд., перераб. и доп.- М.: Си-нергия, 2014 с.352

## ОБНОВЛЕНИЕ ПРАВОВОЙ БАЗЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КООПЕРАЦИИ

***Евграфова К.Р.,***
студентка 642 группы, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Аннотация: актуальность данной темы подтверждается тем, что давно замечено, что развитие кооперативного движения зависит не только от инициативы населения, но и от законодательных требований и норм, а также от общей политики государства. В начале

современных рыночных преобразований Правительство РФ сбросило с себя обязательства по управлению кооперацией. Между тем принятые законы о кооперации в условиях перехода от плановой экономики к рыночной быстро теряли свою актуальность, а разработка и рассмотрение новых законодательных актов о кооперации является недостаточно четкими. Целью данного исследования является выявление сильных и слабых сторон правового регулирования кооперативной деятельности в России.

Ключевые слова: кооперация, кооперативное законодательство, закон, кооператив, преимущества, недостатки

В первых законах России о предприятиях, предпринимательской деятельности и о собственности не было места для кооперативов. В принятой в декабре 1993 года Конституции РФ кооперативы и кооперативная собственность как таковые практически не упоминаются. Вместе с тем Основной Закон провозглашает Россию социальным государством, что предполагает признание и защиту различных форм собственности, а каждому гражданину дается право для объединения. Следовательно, можно предположить, что данные положения распространяются и на кооперативные формы объединения и собственности [2]. Однако уже в 1995 году была введена первая часть Гражданского Кодекса РФ. Она классифицирует кооперативы на производственные и потребительские и дает их характеристику как коммерческие и некоммерческие организации соответственно. ГК РФ допускает, что потребительский кооператив вправе осуществлять предпринимательскую деятельность и распределять полученные от предпринимательства доходы между своими членами. Следовательно, в отношении потребительских кооперативов в нашем законодательстве сделано исключение. Что касается производственных кооперативов, то отнесение их к разряду коммерческих организаций вызывает множество споров как у ученых, так и у кооперативной общественности на том основании, что главная цель всех кооперативов независимо от их вида одинакова, а именно удовлетворение общих экономических, социальных и культурных потребностей членов, как это зафиксировано в документах Международного кооперативного альянса [4].

После ввода ГК РФ законотворческая деятельность в области кооперативного сектора активизировалась. В результате к 2007 году отраслевая законодательная база была создана для разных видов кооперации. Такая правовая база имеет как преимущества, так и недостатки. Среди достоинств законодательных актов, регулирующих кооперативный сектор, можно выделить то, что:

- Основываются на ГК РФ и нормах других отраслей права (трудового, налогового, земельного и так далее);
- Закладывают правовую базу для комплексного регулирования отношений, которые возникают в сфере образования, деятельности и ликвидации конкретных видов кооперативов;
- Признают самобытность, самостоятельность и независимость кооперативов, расширяют возможности для собственного развития кооперативного движения;
- Провозглашают право кооперативных обществ объединятся в союзы, ассоциации, некоммерческие партнерства;
- Гарантируют государственную поддержку сельскохозяйственным кооперативам, потребительским обществам, садоводческим, огородническим и дачным кооперативам, содействие производственным кооперативам, предусматривают меры по защите интересов членов кредитных потребительских кооперативов граждан и жилищных накопительных кооперативов.

Среди основных недостатков действующих законов о кооперации можно выделить:

- Разнобой в трактовках одних и тех же понятий, например, понятий «кооператив», «паевой взнос» и так далее. Практически во всех кооперативных законах есть статья, посвященная основным понятиям. Однако ни в одном законе не раскрываются понятие дохода (прибыли) кооператива, самодеятельности его членов и так

далее;

- Содержание отдельных глав и статей законов изложено недостаточно точно и четко. Вследствие этого в некоторых законах на первом плане оказались вопросы не актуальные сейчас, также упущены ближайшие перспективы развития кооперативов. Об этом свидетельствует тот факт, что правительство возвращается к одним и тем же законам для внесения изменений и различных дополнений;
- Не все внесенные в последние годы изменения и дополнения в законы способствовали их улучшению, а в иных случаях редакции законов даже ухудшали их качество.

Так, в Закон о потребительской кооперации в РФ от 19.07.1992 года была введена недемократичная новая норма [1]. Согласно такой норме преобразование потребительского общества в другую организационно – правовую форму возможно по единогласному решению всех его пайщиков. А членами потребительского общества могут быть и 500, 5000 и 15 000 человек, и реорганизация общества состоится в том случае, если они все до одного проголосуют за. Эти и другие недостатки, имеющиеся в ныне действующих законах об отдельных видах кооперации, объясняются рядом причин: размытостью государственной политики в области кооперативного строительства, тем, что законы принимались в разные периоды времени, даже в условиях отсутствия единой правовой базы, а отдельные виды кооперативов находились лишь в стадии зарождения.

Устранению недостатков в отраслевых законах о кооперации должно способствовать принятие общего закона «О кооперации в РФ», как свода общих правовых норм для кооперативных организаций различных видов. Так проект такого закона был предложен журнале «Вестник кооперации» от 2007 года [3]. Данный закон как новая правовая идеология отечественной кооперации позволит:

- Унифицировать понятия, общие для всех отраслевых законов о кооперации;
- Освободить действующие отраслевые законы о кооперации от недемократичных норм;
- Создать условия для разработки специальных законов для жилищно–строительных, гражданско–строительных, страховых и других кооперативов, которые слабо или совсем не регулируется законодательством;
- Рассматривать, разделять и выделять кооперативную систему, все виды кооперации России как самостоятельный сектор экономики страны.

Таким образом, в заключение можно сделать вывод, что совершенствование кооперативного законодательства несмотря на некоторые недостатки осуществляется в интересах граждан и общества, направлено на восстановление черт подлинности кооперативов, возрождения их духа, обеспечение их разнообразия, повышения роли кооперативов как в экономике, так и в социальной сфере.

Список литературы:

1. Белкин И. Я. Правовые и организационные взаимоотношения между потребительскими обществами и их союзами//Сибирская кооперация, 22.09.2008.
2. Вахитов К. И Теория и практика кооперации. – М.: Издательско – торговая корпорация «Дашков и Ко», 2017.
3. Вестник кооперации, 2007. №1. С. 117 – 159
4. Закон о кооперации покинул причал на Большой Дмитровке и окунулся в бурное море на Охотном ряду//Вестник кооперации, 2007. №3 – 4. С. 53 – 66.
5. Хуснуллова, А.Р. Четвертая промышленная революция и ее социально-экономические последствия / Хуснуллова А.Р., Валеева Ю.С., Абсалямова С.Г. // Научное обозрение. – 2016. - № 13. – С. 157-163.

## КОМПАРАТИВИСТСКИЙ АНАЛИЗ ПРИКАЗНОГО ПРОИЗВОДСТВА В ГРАЖДАНСКОМ ПРОЦЕССЕ РОССИИ И СТРАН СНГ

***Евдокименко О.М.,***
Красноярский государственный аграрный университет

Одной из наиболее оптимальных форм обеспечения права на судебную защиту в разумный срок, является институт приказного производства. Данный институт сокращает материальные и процессуальных затраты в процессе рассмотрения простых и бесспорных по своей сути дел, что делает его более доступным.

Согласно действующему российскому законодательству, судебный приказ представляет собой судебное постановление, вынесенное единолично судьей без судебного заседания, на основании заявления о взыскании денежных сумм в размере не более 500 тысяч рублей или об истребовании от должника движимого имущества стоимостью не более 500 тысяч рублей, и требование относится к тем, которые указаны в ст. 122 ГПК РФ. (п. 1 ст. 121 Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации [1] (далее – ГПК РФ).

Для реализации российского законодательства и его усовершенствования, отечественная наука имеет ориентир на зарубежное законодательство. Так например, в процессуальном законодательстве Республики Казахстан, судебный приказ определен как акт судьи, вынесенный без судебного разбирательства, по заявлению взыскателя о взыскании денежных сумм или истребовании имущества от должника ( п. 1 ст. 139 Гражданского процессуального кодекс Республики Казахстан [2] (далее – ГПК РК)). В свою очередь, Гражданский процессуальный кодекс Украины [3] (далее – ГПК У) определяет судебный приказ как особую форму судебного решения, который выдается судом по результатам рассмотрения требований, предусмотренных ст. 96 ГПК У( п. 1 ст. 95 ГПК У). Конечной стадией приказного производства в Республике Беларусь является определение о судебном приказе, понятие которого не определено, но, в свою очередь, определено понятие приказного производства, как производства по заявлению о взыскании денежных сумм или истребовании движимого имущества с должника без проведения судебного заседания и вызова сторон, в предусмотренных законом случаях (ст. 394 Гражданского процессуально кодекса Республики Беларусь [4] (далее – ГПК РБ)). ГПК У и ГПК РК не содержат ограничений в части вида истребуемого имущества, в отличии от ГПК РБ и ГПК РФ, которые предусматривают право истребования только движимого имущества.

Основания для выдачи определения о судебном приказе согласно ГПК РБ несколько шире, оснований перечисленных в ст. 122 ГПК РФ (например, требование основано на нотариально удостоверенноӗ сделке, за исключением нотариально удостоверенноӣ сделки, на основании которой возникает обязательство по уплате денежных средств и т.п. ( п.1 ст.394 ГПК РБ)). ГПК РК содержит большее число требований, по которым выноситься судебный приказ, и в отличии от перечисленных в ст. 122 ГПК РФ, содержит дополнительные (например: требование о бесспорном истребовании предмета лизинга в соответствии с законодательными актами Республики Казахстан и др.(ст.123 ГПК РК)). Согласно п. 2 ст.96 ГПК У основания для выдачи судебного приказа не являются исчерпывающими, а выдаются и в других случаях, предусмотренных законом.

Следующими отличительными критерием являются сроки. Согласно ГПК У срок рассмотрения заявления о вынесении судебного приказа не предусмотрен, в отличии от ГПК РФ, ГПК РБ и ГПК РК, который составляет 3 дня. Определенное нововведение содержит п.1. ст.144 ГПК РК, который закрепляет срок не превышающий 3 рабочих дней для устранения недостатков в заявлении, причем предоставление данного срока является правом суда, а в случае устранении данных недостатков, заявление считается поданным в первоначальный день обращения. Самые ускоренные сроки вынесения судебного приказа содержат ГПК РБ, ГПК РК и ГПК У – 3 дня, а ГПК РФ - 5 дней, что по сравнению с другими НПА является более длительным. Срок уведомления должника о вынесении

судебного приказа согласно ГПК РБ - 3 дня. Согласно ГПК У и ГПК РК уведомление должно быть незамедлительным, а ГПК РФ вовсе не содержит данного срока. ГПК У устанавливает срок вступления законную силу судебного приказа - в случае непоступления заявления от должника в течении 3 дней по истечении срока на его подачу и при наличии данных о получении должником копии приказа. Согласно ГПК РФ, ГПК РБ и ГПК РК судебный приказ вступает в силу по истечении срока представления должником возражений относительно его исполнения. Срок обжалования судебного приказа у исследуемых НПА единый - 10 дней, т.е. должник может в течение 10 дней с момента получения копии судебного приказа представить свои возражения относительно его исполнения, причем эти возражения могут быть и немотивированными, т.е. могут не содержать указание на основания несогласия и доказательства, подтверждающие их. Согласно ст. 129 ГПК РФ не предусматривает требований к содержанию возражений должника. ГПК У предусматривает еще один срок - это срок рассмотрения заявления об отмене судебного приказа – 5 дней, который может восстановить суд ( п. 2 ст. 106 ГПК У).

ГПК РФ не закрепляет форму уведомления должника о вынесенном судебном приказе, однако, п.30 Постановления Пленума ВС РФ от 27.12.2016г. № 62 «О некоторых вопросах применения судами положений Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации и Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации о приказном производстве» определил форму такого уведомления - заказное письмо с уведомлением о вручении, такая же форма предусмотрена ГПК У. Согласно ГПК РК, ГПК РБ копия судебного приказа направляется должнику с уведомлением о вручении.

Подводя итог данного сравнительного анализа гражданского процессуального законодательства РФ и стран СНГ, можно прийти к выводу, о том, что отечественное приказное производство нуждается во внесении ряда изменений в главу «Судебный приказ», одно и которых - расширение оснований для выдачи судебного приказа, что позволит реализовать главный принцип процессуальной экономии и сократит материальные затраты, повышая его доступность. Еще одним существенным недостатком института приказного производства является немотивированные возражения должника, относительно исполнения судебного приказа, которые противоречат принципу добросовестности, так как должник злоупотребляет своим процессуальным правом, тем самым затягивает процесс. Целесообразно разработать такой правовой механизм, который предоставлял бы судье право отказывать в отмене судебного приказа ввиду немотивированности представленных возражений и пресечении злоупотребления правом.

Список литературы

1. Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации от 14 ноября 2002 г. № 138-ФЗ (ред. от 30.10.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 10.11.2017) // Информационно - поисковая система: «Консультант Плюс».
2. Гражданский процессуальный кодекс Республики Казахстан от 31 октября 2015 г. №377-V ЗРК (ред. от 11.07.2017) с изм. и доп., вступ. в силу с 25.07.2017)// Информационно - поисковая система: «СоюзПравоИнформ».
3. Гражданский процессуальный кодекс Украины от 18 марта 2004 г. № 1618 – IV (ред. от 13.07.2017) с изм. и доп., вступ. в силу с 03.08.2017)// Информационно - поисковая система: «СоюзПравоИнформ».
4. Гражданский процессуальный кодекс Республики Беларусь от 11 января 1999 г. № 238-З (ред. от 24.10.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 16.05.2017) // Информационно - поисковая система: «Консультант Плюс».
5. Постановление Пленума Верховного суда Российской Федерации от 27 декабря 2016 г. № 62 «О некоторых вопросах применения судами положений Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации и Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации о приказном производстве».

## О ПРОБЛЕМЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИКАЗНОГО ПРОИЗВОДСТВА В

## ГРАЖДАНСКОМ ПРОЦЕССЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

***Евдокименко О.М.,***
Красноярский государственный аграрный университет

С принятием Федерального Закона от 02 марта 2016 года №45-ФЗ «О внесении изменений в Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации и Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации» [1] внесены изменения в главу 11 «Судебный приказ» Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации [2] (далее – ГПК РФ). Теперь, согласно п. 1 ст. 121 ГПК РФ судебный приказ представляет собой судебное постановление, вынесенное единолично судьей без судебного заседания, на основании заявления о взыскании денежных сумм в размере не более 500 тысяч рублей или об истребовании от должника движимого имущества стоимостью не более 500 тысяч рублей, и требование относится к тем, которые указаны в ст. 122 ГПК РФ. Единственным возможным видом гражданского судопроизводства стало приказное производство. Лица, с учетом требований ст.ст.121,122 ГПК РФ, обращающиеся в суд до 1 июня 2016 года, могли выбирать между исковым заявлением и заявлением о вынесении судебного приказа. В настоящее время такое право выбора отсутствует. Согласно п.1.1 ч.1 ст. 135 ГПК РФ: судья возвращает исковое заявление в случае, если заявленные требования подлежат рассмотрению в порядке приказного производства.

Одним из преимуществ института приказного производства является сокращенный размер госпошлины (п. 1 ст. 333.19 Налогового кодекса Российской Федерации (далее — НК РФ)) [3], который составляет 50 % ставки, установленной для исковых заявлений ( п.2 ст.123 ГПК РФ), а также срок вынесения судебного приказа, который составляет 5 дней с момента поступления заявления в суд (п.1 ст.126 ГПК РФ). Судебный приказ выноситься без судебного разбирательства и без вызова сторон, что ставит его в приоритет относительно к исковому заявлению. К непосредственным преимуществам приказного производства относиться выдача судебного приказа. Согласно ст. 130 ГПК РФ если в установленный срок (10 дней с момента получения судебного приказа) от должника не поступят в суд возражения, судья выдает взыскателю второй экземпляр судебного приказа, заверенный гербовой печатью суда, для предъявления его к исполнению, так как судебный приказ является одновременно и исполнительным документом. Но это одна сторона медали.

Одним из существенных недостатков института приказного производства является немотивированные возражения должника относительно исполнения судебного приказа (ст.129 ГПК РФ, п. 31 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 27.12.2016 №62 «О некоторых вопросах применения судами положений Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации и Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации приказном производстве» [4]), то есть, могут не содержать указание на основания несогласия и доказательства, подтверждающие их.

Если же наступала такая ситуация как отмена судебного приказа, то взыскатель не теряет право на судебную защиту, а может обратиться повторно по тем же основаниям, но только в порядке искового судопроизводства. В таком случае, можно говорить о неэффективности такого института как приказное производство. Ведь получается так, что при рассмотрении дела в порядке приказного судопроизводства существуют реальный риск отмены судебного приказа, при котором взыскатель (истец) обратиться с иском в суд, как следствие - увеличит сроки вынесения судебного решения, нежели, если бы он изначально обратился в порядке искового производства.

К недостаткам приказного производства для взыскателя можно также отнести отсутствие обеспечительных мер, как гаранта реального исполнения решения суда. Ведь в случае отмены судебного приказа, взыскатель (истец) вправе обратиться в порядке

искового производства. В таком случае, возможность исполнить судебный приказ будет ничтожна мала, так как ответчик уже будет знать о намерениях истца и что приведёт к затруднениям или невозможности исполнить судебный акт.

Подводя итог вышеизложенного, возникает вопрос: а так ли эффективно приказное производство, по сравнению с исковым порядком? Несмотря на то, что в связи с последними изменениями его порядок не изменился, однако, теперь лицо, обращающееся в суд, лишено права выбора вида судопроизводства, как это было до 01 июня 2016 года. Именно поэтому, целесообразно вернуть в ГПК РФ возможность выбора вида судопроизводства, что будет способствовать достижению задач гражданского судопроизводства.

Список литературы

1. Федеральный закон от 02 марта 2016 г. №45-ФЗ «О внесении изменений в Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации и Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации» // Информационно - поисковая система: «Консультант Плюс».
2. Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации от 14 ноября 2002 г. № 138-ФЗ (ред. от 30.10.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 10.11.2017) // Информационно - поисковая система: «Консультант Плюс».
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05 августа 2000 г. №117-ФЗ (в ред. от 30.10.2017) // Информационно - поисковая система: «Консультант Плюс».
4. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 27 декабря 2016 г. №62 «О некоторых вопросах применения судами положений Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации и Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации о приказном производстве» // Информационно - поисковая система: «Консультант Плюс».

## ОТНОШЕНИЕ ВЕДУЩИХ СТРАН ЕС К БРЕКСИТУ

***Жангабулова Ж. М.,***
магистр Карагандинского экономического университета Казпотребсоюза

Выход Соединенного Королевства с ЕС будет иметь самые серьезные последствия для всего, начиная с финансовых рынков и решений о европейской политике, и кончая политическими карьерами и стабильностью Евросоюза.

Европейских экспертов волнует вопрос, какими же могут быть последствия Брексита для различных стран-членов блока.

Ирландия. Главная озабоченность: экономические последствия.

Если не считать Гибралтар, то Ирландия это единственная страна в ЕС, у которой есть сухопутная граница с Британией. Ирландия это та страна, которая больше всех потеряет из-за Брексита. Еженедельный объем британско-ирландской торговли составляет 1,2 миллиарда евро, создавая в двух странах около 400 000 рабочих мест. Ирландское правительство учитывает самые разные варианты, не желая полагаться на волю случая. В отличие от Еврокомиссии и многих государств ЕС, Дублин открыто готовится к последствиям Брексита [1].

Франция. Главная озабоченность: усиление евроскептицизма.

Будучи членом-учредителем Евросоюза, Франция известна тем, что там находятся самые сильные евроскептики в Европе из числа политических партий. В политическом плане у Франции не будет выбора, и ей вместе с Германией и другими странами-учредителями ЕС придется взять на себя роль лидера в дальнейшем функционировании Евросоюза после Брексита.

«Основа» Европы – Бельгия.

Главная озабоченность: экономические последствия.

Бельгия не только тот центр, где размещаются основные органы управления ЕС; она также является одним из крупнейших торговых партнеров Британии. В январе 2016 года банк ING провел исследование и обнаружил, что Бельгия относится к числу наиболее уязвимых стран из-за Брексита в том плане, что он окажет на нее серьезное воздействие в торговом балансе, точно так же, как на Ирландию, Германию и Нидерланды.

Люксембург. Главная озабоченность: удар по моральному состоянию ЕС.

Будучи одним из членов-учредителей Европейского союза, Великое Герцогство Люксембург, скорее всего, будет потрясено тем ударом, который британцы нанесут по европейскому проекту, пусть даже Брексит положительно скажется на бизнесе, так как финансовые компании Соединенного Королевства несомненно захотят открыть свои филиалы в одном из самых известных (порой скандально) налоговых оазисов Европы.

Нидерланды. Главная озабоченность: усиление евроскептицизма.

Выступающие против ЕС голландские силы в апреле уже возмутили спокойствие, оказав содействие оппозиции в проведении референдума по соглашению Евросоюза с Украиной, в котором многие усмотрели сигнал о неприятии европейской политики. Брексит придает новые силы евроскептикам в этой стране.

Германия. Главная озабоченность: удар по моральному состоянию ЕС.

Брексит станет мощным ударом по моральному состоянию, а может, и по вере в европейскую мечту, но Германия вряд ли будет зацикливаться на плохих новостях. Да, Брексит еще больше укрепит и без того солидные позиции Берлина в Совете ЕС, где Британия очень редко голосовала заодно с Германией. Но есть шанс, что это спровоцирует негативную ответную реакцию. «Опасность заключается в том, что Германия окажется слишком сильной, а другие страны сплотятся вокруг Франции против Германии, — сказал один высокопоставленный дипломат из ЕС. — Германия не хочет быть слишком сильной; она хочет сотрудничать с сильными странами, и если Франция экономически слаба, то это проблема» [2].

Германия – политический центр Евросоюза, задающей идейный настрой современной Европы, оплота «мягкой» силы, «спасителя» европейского проекта и архитектора его обновления – словом, «гаранта» евро-проекта в самом широком смысле. В связи с позицией Германии можно говорить о кризисе евро-проекта именно как проекта интеграции и расширения (у евро-проекта исчезает его главная «изюминка» – интеграция и объединение + постоянное расширение вовне за счет малых стран) – именно теперь, подойдя к моменту, когда перед лицом новых вызовов остро необходимо сформулировать новую повестку дня, новую систему приоритетных задач, целей и подходов, т.е. по сути произвести перезапуск евро-проекта. Здесь такой повестки дня мы не видим, весь ЕС, в т.ч. его оплот – Германия, не знает, «что делать», и, напротив, именно такой новой политической повестки дня не предлагает и не «вдыхает новую жизнь» в старую, не предлагая в этом поле практически ничего (т.е. не способны делать и формулировать что-либо «новое») – а, напротив, продолжает повторять прежнее, в т.ч. реактивно и «рефлекторно» реагируя на теракты и симулируя «позицию» и «решение» проблемы (напр. «принять всех беженцев») там, где их нет. Это кризис «внешний».

Уход Великобритании разрушает баланс сил в ЕС, в котором Лондон выступал противовесом Берлину. Конкуренция двух держав выглядела естественной: Германия – локомотив дальнейшей интеграции и сторонник усиления надгосударственных институтов, Великобритания объединила вокруг себя тех, кто опасается дальнейшей централизации. Но именно экономический и политический вес Великобритании был залогом того, что и такая позиция будет учтена. Франция не сможет стать новым противовесом — слишком тесные связи с Германией, слишком близки позиции двух стран по будущему ЕС. Теперь Берлину могут противостоять лишь более слабые и достаточно разрозненные силы, а вот стремление укрепить европейскую целостность у Германии не исчезнет. В нынешней, отдающей должное популизму и национализму Европе такое

давление скорее всего приведет к новым побегам из ЕС и ослаблению всего Евросоюза [3].

Присутствие Великобритании в Европейском союзе имеет большое значение, и ее отсутствие будет остро ощущаться. Показатель внутренней торговли ЕС по экспорту и импорту демонстрирует тот факт, что к 2016 году ЕС стал германоцентричен. Однако уровня экономического преобладания Германии пока недостаточно для политической гегемонии. Сейчас Германия только абсолютно превалирует на землях бывшей Империи в отношении Чехии и Австрии. Страны новой Европы, за исключением Прибалтики, — Польша, Венгрия, Румыния, Словакия, Словения, Болгария, Хорватия — в большей степени, чем страны Старой Европы оказались привязаны своими торговыми отношениями к Германии.

Ситуация с торговлей в ЕС в значительной степени иллюстрирует особую позицию к интеграции в ЕС Великобритании — ведь ее основной партнер по экспорту США, и Швеция, которая продолжает оставаться центром скандинавского мини-содружества в ЕС. Однако Германия наступает, и германский импорт превалирует над прочими в самих Великобритании и Швеции [4].

23 июня 2016 года произошло определенное международное явление, которое вызвало широкий резонанс в политических, общественных кругах и в СМИ. Речь идет о референдуме, на котором народу Великобритании было предложено решить вопрос, давно обсуждавшийся в политических кругах, о выходе Британии из ЕС.

Уже сегодня можно увидеть, что переход союза в политическую плоскость порождает и выдвигает на первый план частные политические интересы руководства наиболее экономически развитых стран ЕС — Германии и Франции, и, как следствие, способствует появлению новых противоречий внутри Союза.

В текущем году, по крайней мере, три международных проблемы могут вызвать раскол в Евросоюзе. Обострение отношений между США и КНР, к которому пока ведет дело администрация Трампа, для ЕС означает конфронтацию между двумя крупнейшими торговыми партнерами (на США приходится чуть меньше 18% внешней торговли ЕС, на КНР — около 15%). Еще один внешнеполитический поворот Вашингтона, который может спровоцировать раскол в ЕС, — ужесточение позиции в отношении Ирана. Наконец, еще одной проверкой Евросоюза в международной политике станут отношения с Россией. Режим санкций продолжает держаться — не в последнюю очередь благодаря позиции США, Великобритании и Германии. Сможет ли и, главное, захочет ли Германия обеспечивать такое единство в одиночку — большой вопрос.

Список литературы

1. Straws in the wind. // The Economist. [Electronic resource].URL: http://www.economist.com/news/britain/21702225-forget-financial-markets-evidence-mounting-real-economy-suffering (accessed 16.04.2017).

2. Кавешников Н. «Гибкая интеграция» в Европейском Союзе / Н. Кавешников // Международные процессы. 2011. № 2(26). Том 9.. [Електронний ресурс]. URL // http://www.intertrends.ru/ twenty-sixth/006.htm

3. The economy since the Brexit referendum: Fact and fiction // The economist - 2016. - [Electronic resource].URL: http://www.economist.com/news/britain/ 21706348-dire-prophecies-doom-have-not-come-trueyet-economy-slowing-fact- and-fiction (accessed: 03.04.2017).

4. Замахина Т. В мире иллюзий /Замахина Т.// Российская газета. - 2016. - №6556 (284). – [Электронный ресурс]. URL: https://rg.ru/2014/12/12/gosduma.html - (Дата обращения: 15.10.2016).

## ТАМОЖЕННЫЙ КОДЕКС ЕАЭС: НОВЕЛЛЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТАМОЖЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

***Загидуллина А.Р.,***
студентка 434 группы, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Одним из наиболее эффективных способов повышения качества процесса таможенного контроля является предварительное информирование таможенных органов, автоматическая регистрация деклараций на товары и автоматический выпуск.

В новом Кодексе ЕАЭС серьезно изменятся положения, касающиеся предварительного информирования. Теперь, содержание предварительной информации разделился на два вида. На информацию, которая будет предоставляться в обязательном порядке для оценки рисков и принятия предварительных решений о выборе объектов, форм таможенного контроля и мер, обеспечивающих проведение таможенного контроля. А также, предварительную информацию для ускорения совершения таможенных операций и оптимизации проведения таможенного контроля, которая будет предоставляться по желанию участника ВЭД.

Прежний таможенный кодекс ТС практически сводил на нет эти две технологические новации, новый же, позволяет предоставлять предварительную информацию в виде электронного документа. Такая информация будет использоваться по прибытии товаров на территорию стран ЕАЭС, помещении товаров на хранение и в некоторых других случаях. Кроме того, теперь установлено, что в качестве предварительной информации могут использоваться сведения, заявленные в таможенной декларации в виде электронного документа.

Суть автоматической регистрации деклараций заключается в том, что юридически значимое действие – регистрация декларации, направленной в таможенный орган через Интернет, совершается без непосредственного участия должностных лиц.

С начала июля 2016 года началась реализация технологии автоматического принятия решения о выпуске товаров при представлении декларации на товары и документов, подтверждающих заявленные сведения, в виде электронных документов.

Подводя итог, хочется отметить, что благодаря ТК ЕАЭС данные новшества будут способствовать эффективному использованию прогрессивных технологий автоматической обработки данных информационными системами без участия человека, а также минимизировать использование бумажного документооборота, что, безусловно, повлияет на сокращение времени осуществления таможенных операций.

## ВЫБОР ТАМОЖЕННОЙ ПРОЦЕДУРЫ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СУБЪЕКТАМИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

***Закирова Т.С.,***
студентка 432 группы, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Качалов В.Ю.,***
кандидат социологических наук, доцент, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Аннотация: В работе изучены основные критерии, на которые опирается декларант при помещении товаров под определенную таможенную процедуру, рассмотрены особенности применения различных таможенных процедур переработки и проанализировано применение специальной таможенной процедуры в зоне деятельности Татарстанской Таможни за 2014 - 2015 годы.

Ключевые слова: таможенная процедура, декларант, специальная таможенная процедура, Федеральная Таможенная Служба.

Термин таможенная процедура была введена после принятия 1 июля 2010 года таможенного кодекса таможенного союза. Он заменил термин таможенный режим.

Согласно подпункту 26 пункта 1 статьи 4 Таможенного кодекса Таможенного Союза, таможенная процедура - совокупность норм, определяющих для таможенных

целей требования и условия пользования и распоряжения товарами на таможенной территории или за ее пределами [2, с. 58].

При выборе таможенной процедуры декларант учитывает определенные критерии выбора таможенной процедуры.

Для более глубокого изучения выбора таможенной процедуры мы проанализируем некоторые критерии выбора таможенной процедуры непосредственно на определенных видах таможенных процедур

Если основной целью декларанта является покупка определённого вида товара, не являющегося товаром таможенного союза, для дальнейшей реализации данного товара на территории таможенного союза он может применить такую таможенную процедуру как выпуск для внутреннего потребления.

Выпуск для внутреннего потребления – таможенная процедура, при помещении под которую иностранные товары находятся и используются на таможенной территории таможенного союза без ограничений по их пользованию и распоряжению [1,с. 209].

Перед тем как поместить товар под таможенную процедуру выпуска для внутреннего потребления декларант должен выполнить все условия предусмотренные таможенным законодательством. К таким условиям относятся уплата ввозных таможенных пошлин, налогов, если не установлены льготы и преференции, соблюдение мер нетарифного регулирования, в том числе запретов и ограничений, а также предоставление документов, которые подтверждают соблюдение ограничений в связи с применением специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мер [3, с. 89].

После того как соблюдены все условия которые необходимы для помещения товаров под таможенную процедуру выпуска для внутреннего потребления и разрешен выпуск товаров, товары приобретают статус товаров таможенного союза.

Если целью декларанта является переработка товаров, то в данных случаях данный товар помещают под таможенные процедуры переработки.

В таблице 1 показаны особенности различных таможенных процедур переработки.

Как видно из таблицы 1 помещая товар под таможенные процедуры, декларант получает определенные льготы. Также расписано, какие операции, возможно, совершать, помещая товар под ту или иную процедуру переработки и указаны предельные сроки таможенных процедур переработки на таможенной территории, переработки вне таможенной территории, переработка для внутреннего потребления которые составляют 3, 1, 2 года соответственно.

Таблица 1 - Особенности применения различных таможенных процедур переработки

| Вид таможенной процедуры | Категория товаров, перемещаемых в этой процедуре | Суть предоставляемой льготы | Операции по переработке | Предельный срок переработки |
|---|---|---|---|---|
| Переработка на таможенной территории | Иностранные товары | Полное условное освобождение от таможенных пошлин и налогов при условии вывоза продуктов переработки в установленные сроки | 1.Собственно переработка или обработка товаров. 2.Изготовление новых товаров, в том числе монтаж, сборка или разборка товаров. 3. Ремонт товаров, в т.ч. их восстановление и | 3 года. Допускается установление более длительных сроков для определенной категории товаров и в порядке, определяемом |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | замена составных частей, восстановление их потребительских свойств. 4. Переработка товаров, которые содействуют производству товарной продукции или облегчают его, даже если эти товары полностью или частично потребляются в процессе переработки | ЕЭК |
| Переработка для внутреннего потребления | Иностранные товары | Полное условное освобождение от таможенных пошлин с последующей уплатой таможенных пошлин при оформлении продуктов переработки | .Собственно переработка или обработка товаров. 2.Изготовление новых товаров, в том числе монтаж, сборка или разборка товаров. | 1 год |
| Переработка вне таможенной территории | Товары ТС | Полное условное освобождение от таможенных пошлин при экспорте товаров и условий ввоза на таможенную территорию ТС продуктов переработки. Особый расчет таможенных пошлин и налогов при оформлении продуктов переработки с учетом стоимости товаров ТС части в них | 1.Собственно переработка или обработка товаров. 2.Изготовление новых товаров, в том числе монтаж, сборка или разборка товаров. 3. Ремонт товаров, в т.ч. их восстановление и замена составных частей, восстановление их потребительских свойств. | 2 года |

А сейчас хочется на основе одной таможенной процедуры проанализировать выбор декларантом таможенной процедуры в зависимости от самого вида товара и его предназначения.

Рассмотрим данную таможенную процедуру на конкретном примере

В 2015 году в Казани проходил чемпионат по водным видам спорта. Для проведения соревнований по плаванию был ввезен передвижной бассейн. Данный передвижной бассейн был помещен под специальную таможенную процедуру

Специальная таможенная процедура – процедура при которой отдельные категории товаров по определенному перечню и в соответствии с условиями ввозятся или вывозятся без уплаты таможенных пошлин и без применения запретов и ограничений [5, с. 312].

Так как наша страна была заинтересована в проведении данного мероприятия, то все необходимые для проведения чемпионата товары ввозились именно с применением данной таможенной процедуры.

Сроки нахождения товаров под специальной таможенной процедурой устанавливаются правительством. Также следует помнить, что товары должны быть вывезены не позднее 3 месяцев после окончания соревнований.

Перечень категории товаров помещаемых под специальную таможенную процедуру указан в Решении Комиссии Таможенного союза от 20.05.2010 N 329 "О перечне категорий товаров, в отношении которых может быть установлена специальная таможенная процедура, и условий их помещения под такую таможенную процедуру". Данный перечень включает в себя 14 категорий товаров.

Согласно пункту 10 данного решения к товарам помещенных под специальную таможенную процедуру относятся спортивное снаряжение и оборудование, иные товары, предназначенные исключительно для использования при организации и проведении официальных международных спортивных мероприятий или при проведении тренировочных мероприятий по подготовке к ним (далее - спортивные мероприятия), перемещаемые (перемещенные) через таможенную границу Таможенного союза, помещаются под специальную таможенную процедуру без уплаты таможенных пошлин, налогов, а также без применения мер нетарифного регулирования.

К категории товаров, указанных в настоящем пункте, относятся следующие товары:

- спортивное снаряжение и оборудование - одежда (форма), обувь, различные спортивные снаряды, приспособления, устройства, инвентарь и аппаратура для оборудования спортивных сооружений и обслуживания соревнований, судейско-информационная и медико-биологическая аппаратура, специальная техника для обслуживания спортивных сооружений, механические и электронные средства, использование которых предусмотрено правилами соревнований по отдельным видам спорта, в том числе гоночные автотранспортные средства, изготовленные специально для занятия спортом;

- иные товары - товары, предназначенные исключительно для использования при организации и проведении спортивных мероприятий, в том числе для использования в церемониях награждения, открытия и закрытия спортивных мероприятий, а также наградные атрибуты, подлежащие вручению в ходе проведения спортивных мероприятий[4, п. 10].

Опираясь на данное решение, мы можем говорить, что наш товар относится к данной категории товаров.

При этом главным условием применения специальной таможенной процедуры является неизменность состояния товара и его целевое использование [4, с. 186].

В нашем случае специальная таможенная процедура завершилась помещением передвижного бассейна под таможенную процедуру выпуска для внутреннего потребления, так как после окончания соревнований его выкупила отечественная фирма.

А сейчас рассмотрим применение специальной таможенной процедуры в зоне деятельности Татарстанской таможни за 2014 и 2015 годы (табл. 2).

Таблица 2 - Применение специальных таможенных процедур в зоне деятельности Татарстанской таможни

| | 2014 г. | 2015 г. | 2015/2014 г. В % |
|---|---|---|---|
| Количество лиц, применяющих специальную таможенную процедуру | 1 | 25 | 2500 |
| Количество деклараций на товары, по которым заявлялись специальная таможенная процедура | 2 | 60 | 3000 |

По таблице 2, мы можем сделать вывод о том, что в 2015 году специальную таможенную процедуру использовали намного чаще, чем в 2014 году. Это как раз связано с проведением чемпионата по водным видам спорта в Казани.

Премьер – министр Татарстана, подводя итоги работы Татарстанской таможни, дал хорошую оценку работы данного органа.

Он сообщил, что контрольные показатели эффективности деятельности Татарстанской таможни выполнялись на протяжении всего года. В федеральный бюджет было перечислено 22 млрд. рублей, что на 15% больше чем в 2014 году.

Из официального сайта Федеральной таможенной службы следует, что в ноябре 2015 года в федеральный бюджет Российской Федерации таможенные органы собрали 397 миллиардов рублей.

В целом за январь – ноябрь 2015 года сборы составили 4, 43 трлн. руб. против 6, 26 трлн. руб. за такой же период 2014 года (снижение на 29%) [6].

Падение поступлений объясняется снижением цен на нефть и результатами проведенного налогового маневра, в ходе которого пошлины на вывоз нефти, которые администрируют ФТС, были снижены.

Список литературы

1. Таможенный кодекс Таможенного Союза от 27 ноября 2009 года (ред. от 08.05.2015)
2. Гокинаева И.А. «Основы таможенного дела». Часть I. Таможенные процедуры. Учебное пособие. – СПб: Университет ИТМО, 2015. – 415 с.
3. Гречков В.Ю., Ростовский Ю.М. «Внешнеэкономическая деятельность» - 4 издание. Москва. Магистр – 2014г. – 217 с.
4. Пансков В.Г., Федоткин В.В. « Таможенное регулирование внешнеторговой деятельности в России в условиях таможенного союза в рамках ЕВРАЗЭС». Учебник. ИЦ Интермедия 2014.- 193 с.
5. Старикова О,Г, « Основы таможенного дела» Учебник. ИЦ Интермедия 2014.- 408 с.
6. http://ptu.customs.ru – Официальный сайт приволжского таможенного управления Федеральной таможенной службы.

## ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

***Ильясова З.Р.***
студент Карагандинского экономического университа Казпотребсоюза
***Бугубаева Р.О.***
кандидат экономических наук Карагандинского экономического университета Казпотребсоюза

Одним из важных условий реализации государством своих функций является формирование эффективной структуры государственного управления и соответствующего

аппарата, способного профессионально действовать в новой политической среде. В статье рассматриваются процессы становления системы государственного управления в Казахстане и основные этапы их развития. Каждый этап характеризуется принятием законодательных актов, указов Президента, которые привели к формированию своеобразной модели реформирования государственного управления. Особое внимание уделено таким направлениям, как подготовка и продвижение кадров, поддержание высокой репутации государственной службы, создание эффективной системы противодействия коррупции, усиление принципов меритократии, прозрачности и подотчетности обществу и государству. Все это в совокупности является важнейшим фактором в обеспечении конкурентоспособности системы государственного управления и качественного оказания государственных услуг населению.

Ключевые слова: государство, управление, реформа, эффективность, государственный служащий.

За годы суверенного развития Казахстана созданы институты государственного управления, которые отражают суть политического устройства Казахстана. Найдено оптимальное сочетание темпов экономического и политического реформирования, позволившее без социальных потрясений осуществить процесс преобразования Казахстана в правовое, демократическое, социальное государство с рыночными основами. Ключевая роль в процессе модернизации отведена государственной службе. Модернизационные реформы государственности актуализируют проблемы становления адекватной системы государственного управления, определения параметров становления, способствующих повышению эффективности деятельности органов государственной власти. В этой связи особо востребованы и социально значимы вопросы, связанные с тенденциями развития государственного управления в Республике Казахстан.

Целью исследования является выявление тенденций в системе государственного управления в процессе реализации государственной политики.

Методологической основой исследования стали научные труды отечественных ученых в области государственного управления. В качестве методов исследования применялись общие и частные методы, включая системно-правовой и исторический. Материальной базой при написании статьи выступали нормативно-правовые акты, законодательные акты, Указы Президента Республики Казахстан.

Перед новыми независимыми государствами после распада СССР встала насущная задача нового государственного строительства. Ее успешная реализация могла состояться только при наличии квалифицированного корпуса управления, эффективной государственной службы, адекватной системы нормативных положений, соответствующих критериям современности. В странах с переходной экономикой требовалось осуществление фундаментальных преобразований, основанных на анализе функций действующей системы государственного управления, для которой необходимы профессионально-подготовленные кадры, готовые и умеющие работать в условиях трансформаций [1; с. 17].

С учетом транзитного периода и фактической трансформации политического строя, экономического уклада, социальной структуры во главу угла государственного строительства в Казахстане ставилась конституционная реформа. Важно было осмыслить новый статус государственности, определить векторы социально-политического, экономического, духовного развития и приступить к созданию организационных условий создания общественно-политической системы. В практике новейшей казахстанской государственности возник прецедент управления, не имеющий аналога в политической истории, в связи с этим появилась потребность в инновационном моделировании новой нормативной базы (с позиций возникновения новых институтов, советующих духу времени перемен), так и в плане новых профессиональных управленческих кадров. В социально-политической жизни возник ряд новых проблем, связанных со становлением и функционированием системы государственного управления отраслями и сферами

экономического, социального и административно-политического развития, реальной практикой разгосударствления в ситуации перехода к рыночной экономике [2; с. 44].

В развитии новой государственности совершенно необходимым условием совершенствования основ управления предстала конституционная реформа, первый этап которой начался с принятия Декларации о государственном суверенитете Республики (1990 г.) и Конституционного закона Республики Казахстан «О государственной независимости Республики Казахстан» (1991 г.), а завершился принятием Конституции Республики Казахстан 1993 г. Перед Казахстаном после обретения независимости во всей актуальности встала задача формирования новой системы государственного управления на разных уровнях.

Правящая партия сошла с политической арены, а в 1990 году в государственном управлении Казахстана был образован институт Президентства и избрал первый Президент Республики Казахстан.

За годы становления суверенной государственности в Казахстане одновременно шел поиск путей конституционного строя. На раннем этапе административная реформа осуществлялась в сложной ситуации. Прежде всего в тяжелом положении находилась экономика. При этом Казахстану, как и другим странам с переходной экономикой, вместе с изменениями общественных и социально-экономический отношений предстояло определить роль государства в целом и модель развития в долгосрочной перспективе. На этапе политического транзита важным достижением стало появление Конституции Республики Казахстан 1993 года. Ее значение заключалось в том, что она:

– декларировала курс на развитие демократического, светского, правового и социального государства;

– заложила основы системного понимания многих ключевых проблем политического управления обществом;

– выдвинула в числе актуальных проблему разработки единой трактовки сущности функционирования института государственной службы в Казахстане;

– постулировала право граждан на государственную службу [3].

В Конституции Республики Казахстан 1993 года были изложены базовые конституционные принципы государственной службы: равное право граждан Республики Казахстан на государственную службу и ее прохождение; ответственность государственных служащих перед народом Республики Казахстан и ее каждым гражданином; действия государственных служащих на основе соблюдения законности и в рамках законно установленных полномочий. Переход казахстанского общества к новым приоритетам и ценностям обусловил обновление функций и задач государства, выделил проблему обеспечения государственного аппарата служащими новой формации и квалификации. Наступившие преобразования потребовали интенсивного изменения всей государственной службы, включая формирование государственного служащего нового типа. Встали вопросы преемственности с государственным аппаратом прежней социалистической системы, воспитанным в последние десятилетия существования СССР, а традициях централизации власти, с известной консервативностью мышления и административно-командными методами управления. Возникло противоречие между несоответствием задачами государственного строительства и общественного переустройства [4; с.38].

Одной из главных принципиальных проблем структуры управления государством явилось формирование демократических институтов, которые должны были положить в основу принцип разделения ветвей власти.

В Конституции Республики Казахстан 1995 года были доведены до логического конца предпосылки к созданию президентской формы правления. Для системы государственного управления в так называемый транзитный период были необходимы новые подходы, концепции, законы, специалисты, интенсивные теоретические и

прикладные разработки различных аспектов госслужбы как составной части государственного управления, механизма осуществления власти как фокуса политической системы в условиях динамичного преобразования всех сфер общества [5; с.4].

Вслед за экономическими трансформациями потребовалась политическая модернизация, поэтому Конституция Республики Казахстан, вступившая в силу 5 сентября 1995 года, стала основой для осуществления политических реформ. На ее базе в конце 1995 года был издан Указ Президента «О государственной службе», имеющий силу закона.

Первый в истории Казахстана нормативный документ о государственной службе регламентировал правовые основы государственной службы в органах государственной власти и управления и формулировал целевую деятельность служащих государственных органов, которые сосредоточены на осуществлении задач и функций государства по руководству обществом.

В данном Указе Президента Республики Казахстан давалось определение современного понятия института государственной службы, значительно отличающееся от существовавшего в советское время. Современная трактовка государственной службы стала применима лишь к государственным органам, наделенным властными полномочиями, выполняющим административно-управленческие функции и осуществляющим исполнительно-распорядительную деятельность в органах, представляющих институты власти. Отныне к категории государственных служащих относятся лишь лица, непосредственно выполняющие управленческие функции на установленных законом должностях. В Указе Президента «О государственной службе» были законодательно прописаны статус, категории, квалифицированные классы государственных служащих, что способствовало стабилизации кадров, а также проведению единой политики оплаты труда, вопросы поступления, прохождения, прекращения государственной службы, установлены меры социальной защиты для этой категории [6].

Принятие указа способствовало переопределению и повышению статуса госслужащего в условиях политического транзита, что содействовало четкому пониманию роли государственной службы в трансформирующемся обществе, в новой системе политических отношений.

Эволюция административной реформы и практика осуществления государственной службы вносили коррективы в положения Указа Президента «О государственной службе», а также требовали разработки и принятия подзаконных актов. Поэтому с середины 1990-х годов стала осуществляться интенсивная работа по реформированию государственного управления, что проявилось в частности, в появлении ряда Указов Президента РК.

29 октября 1996 года издан Указ Президента РК «О совершенствовании структуры центральных исполнительных органов и сокращении численности государственных органов».

19 ноября 1996 года утверждено распоряжение «О декларировании государственными служащими доходов и имущества, подлежащих налогообложению». Это распоряжение появилось вследствие недостаточности и несовершенства механизма действия норм закона о государственной службе, предусматривающих представление гражданином в органы налоговой службы сведений о доходах имущества, принадлежащем ему на праве собственности, являющихся объектами налогообложения, только в двух случаях – при поступлении и при продвижении по госслужбе [7; с.107].

4 марта 1997 года вышел в свет Указ Президента «Об очередных мерах по реформированию системы государственных органов Республики Казахстан», а 22 апреля – Указ «О мерах по дальнейшему реформированию системы правоохранительных органов Республики Казахстан». Эти другие правовые установления сделали возможным, во-первых, обоснование обеспечение легитимного процесса развертывания различных видов

государственной службы; во-вторых, осуществление системного видения и подхода к процессу становления государственной службы в условия политического транзита.

В апреле и мае 1997 года большое число госслужащих было освобождено от работы в связи с новым административно- территориальным устройством Республики Казахстан, так как были упразднены 5 областей, произведены изменение внутри областей, упразднены и объединены районы.

10 октября 1997 года издан Указ Президента «О мерах по дальнейшему повышению эффективности государственного управления в Республике Казахстан».

5 ноября 1997 года Указ Президента Республики Казахстан «О мерах по укреплению национальной безопасности, дальнейшему усилению борьбы с организованной преступностью и коррупцией».

Парламент также принял ряд законов о государственной службе: Закон Республики Казахстан «О нотариате» 14 июля 1997 года и другие. Указом Президента Республики Казахстан утверждено «Положение о дисциплинарной коллегии Верховного суда Республики Казахстан, областных и приравненных к ним дисциплинарных коллегиях».

Начиная с 1997 года, когда была обнародована стратегическая программа «Казахстан- 2030», акцент институциональной и правовой реформы сменился на качественное наполнение и повышение эффективности системы государственного управления. С провозглашением в 1997 году в Послании Нурсултана Абишевича Назарбаева: «Процветание, безопасность и улучшение благосостояния всех казахстанцев», в стране был взят последовательный курс на реформирование государства, включая осуществление административной реформы. Президентом было подчеркнуто, что новая роль государства заключается теперь не в том, чтобы принимать решения за людей, а в формировании условий, в которых свободные граждане и частный сектор смогут предпринимать эффективные меры для себя и своих семей [8; с.45].

Одной из главных задач Стратегии «Казахстан - 2030» является создание эффективной, современной государственной службы и структуры управления, которая была бы оптимальной для рыночной экономики, формирование Правительства, способного реализовать приоритетные цели и, в конченом итоге, построение государства, стоящего на страже национальных интересов. Таким образом, было дано концептуально завершённое понимание главной задачи государственной службы на этапе транзита [8; с.49].

Процесс трансформации прежнего сознания и переход к новым принципам профессиональной деятельности у части государственных служащих проходил противоречиво. В условиях неупорядоченности экономических отношений существовал достаточно большой соблазн протекционизма и коррупционных действий. Поэтому Указом Президента Республики Казахстан от 21 октября 1887 года было принято решение о создании Высшего дисциплинарного совета Республики Казахстан.

Процесс реформирования государственной службы в Республике Казахстан привел к потребности формирования специализированного государственного органа, призванного профессионально и устремлено исполнять роль особой структуры, ответственной:

– за создание современной государственной службы в стране, обеспечение этапов и процессов государственного реформирования этого политического института;

– за формирование отрасли законодательства о государственные службы высококвалифицированными специалистами;

– за обеспечение системы эффективного социального контроля за государственной службой.

Впервые на постсоветском пространстве в сентябре 1998 года был создан специальный уполномоченный орган – Агентство Республики Казахстан по делам государственной службы. В процессе становления деятельности, Агентству Республики Казахстан по делам государственной службы в первую очередь необходимо было разработать проект редакции Закона Республики Казахстан «О государственной службе»

и внедрить принцип конкурсного отбора при приеме на государственную службу, благодаря которому граждане получили возможность информирования о наличии вакансий в госорганах, условиях и оплате труда служащих госорганов. Одним из современных методов рекрутирования на госслужбу стало компьютерное тестирование кандидатов, которое позволяет более объективно и беспристрастно оценить уровень знаний законодательства Республики Казахстан, выявить мотивационную структуру стремления кандидатов на работу в государственные органы [9; с.51].

В Закон Республики Казахстан «О государственной службе» вошли положения о конкурсном отборе кадров на госслужбу, разделении всех государственных служащих на политических и административных; о стимулировании госслужащих к карьерному росту посредством принципов оплаты труда; о развитии уполномоченного органа, занимающегося вопросам госслужбы. Основная цель Закон Республики Казахстан «О государственной службе» - правовое обеспечение реформирования государственной службы, направленное на повышение профессионализма государственных служащих, их социальной защищенности.

В целях выполнения проверки и повышения эффективности обучения госслужащих за рубежом Агентством РК по делам государственной службы были разработаны, закреплены и зарегистрированы в Министерстве юстиции Республики Казахстан «Правила направления государственных служащих на подготовку, переподготовку и повышение квалификации за рубеж», которые предписывали государственным органам производить отбор госслужащих и направлять их за рубеж для повышения квалификации гласно, на конкурсной основе и с учетом личных заслуг кандидатов [10].

В 1998 году создана Академия государственной службы, что явилось фундаментом для более направленной деятельности по вопросам обучения, подбора и профессиональной переподготовки кадров государственных служащих в соответствии с современными стандартами. В начале 2000 годов были созданы региональные центры обучения, которые предоставляли возможность повышения квалификации для местных государственных органов.

За несколько последних лет проведена работа по совершенствованию и повышению отплаты труда государственных служащих. Ее модели разрабатывались и апробировались на основе тщательного изучения имеющего зарубежного опыта.

В соответствии с особенностями казахстанской модели государственной службы были выделены следующие факторы, влияющие на оплату труда, такие как образование и подготовка (знания), опыт (умения и навыки), характер выполняемых функций, ответственность по руководству и контролю, особые условия (языковые требования).

По предложению Агентства РК по делам государственной службы введена прогрессивная система премирования работников за качественный труд за счет экономии административных расходов по смете. Соответствующий Указ Президента «О единой системе оплаты труда работников органов Республик Казахстан, содержащихся за счет государственного бюджета», подписанный 25 марта 2001 года, во-первых, создает дополнительный источник материального стимулирования работников, во-вторых, способствует заинтересованности всех госслужащих в более экономном расходовании средств на административные расходы [11].

В ходе трансформации государственной системы в Казахстане произошел поворот от бюрократизированного администрирования тоталитарного типа к синтезу технократического и демократического управления с ориентацией в перспективе на систему общечеловеческих ценностей, которая имеет собственные ключевые элементы, объединенные единой системой, принципы и формы реализации.

Таким образом, в процессе реформирования государственной службы в Казахстане можно выделить такие этапы, как:

– институциональное становление госслужбы в период политического транзита (политологическое осмысление процесса институционализации госслужбы в

условиях суверенной государственности, разработка гражданского обеспечения государственной службы в Конституции Республики Казахстан, указах Президента Республики Казахстан, законах Республики Казахстан, подзаконных актах);

– поиск и апробация модели госслужбы, адекватной задачам государственного строительства в условиях административной реформы (изучение теории и практики госслужбы в развитых демократических странах, институциональное развитие госслужбы, мониторинг практического опыта госслужбы в Республике Казахстан в условиях транзитного этапа, совершенствование действующего законодательства страны в области госслужбы);

– совершенствование механизма госслужбы на этапе политической модернизации (разработка методологии и стратегии государственного управления, приближение казахстанской модели госслужбы к соизмеримости с международными стандартами качества государственных услуг, совершенствование института государственной службы в условиях конституционной реформы).

Говоря о нынешнем состоянии государственной службы, необходимо отметить, что благодаря политической воле Главы государства за короткое время в Казахстане была успешно осуществлена реформа государственной службы, которая кардинально изменила принципы кадровой работы в сфере государственного управления.

На современном этапе перед государством стоит серьёзная задача создания такой системы государственного управления, которая будет неотъемлемым элементом механизма социально-политической защиты общества от различных выводов и рисков и, так называемых, социальных патологий.

Результаты исследования свидетельствуют, что деятельность органов государственной власти постепенно приобретает новые качества, соответствующие современным задачам и требования. Объективные потребности в изменении системы государственного управления в Казахстане обусловливают необходимость разработки и внедрения механизмов, способствующих повышению управляемости и эффективности деятельности органов государственной власти.

Список литературы

1. Уваров В.Н. Государственная служба и управление. – Петропавловск: Северо - Казахстанская юридическая академия, 2004. - 341 с.

2. Садвакасова А.К. Социологический анализ развития государственной службы в Республике Казахстан. – Астана: ЕНУ, 2008 – с.44-45

3. Конституция Республики Казахстан 1993 г. – Алматы, 1993

4. Конституция Республики Казахстан. Научно-правовой комментарий/ Под ред. Г.Сапаргалиева. – Алматы: Жеті жаргы, 1998. – 432 с.

5. Конституция Республики Казахстан 1995 г. с изменениями и дополнениями, внесёнными Законами РК № 284-I от 7 октября 1998 г.; № 254-III от 21 мая 2007 г. – Алматы, 2011 – с.4

6. О государственной службе: Указ Президента Республики Казахстан от 26 декабря 1995 г. № 2730, с изменениями и дополнениями от 19 июня 1997 г. № 134-1.

7. Исакулов Е.Б. Государственное управление и государственная служба в Республик Казахстан. – Астана: Академия государственного управления при Президенте РК, 2011 – 300 с.

8. Назарбаев Н.А. Казахстан - 2030. Процветание, безопасность и улучшение благосостояния всех казахстанцев. Послание Президента страны народу Казахстана. – Алматы: Білім, 1997. – 176 с.

9. Реформирование системы государственного управления: зарубежный опыт и Казахстан. Научное издание. – Алматы: КИСИ при Президента РК, 2005. – 276 с.

10. О мерах по оптимизации государственных должностей: Указ Президента Республики Казахстан от 28 декабря 2008 г.

11. О единой системе оплаты труда работников органов Республик Казахстан,

содержащихся за счет государственного бюджета: Указ Президента Республики Казахстан от 14 марта 2008 г.

## ВНЕШНЕТОРГОВАЯ ПОЛИТИКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

***Ишмухаметова Л.Ф.,***
студентка 473-2 группы, Казанский кооперативный институт, г.Казань

В условиях продолжающихся санкций со стороны Запада, а также в силу реализации внешнеторговой стратегии, России необходимо обеспечить переход на импортозамещение, от сырьевой к продуктовой внешнеторговой ориентации, а также изменить и географию внешнеторговых потоков в сторону Востока.

Проведем анализ внешнеэкономической деятельности России за 2014-2016 годы. Последние два года (2015 и 2016 гг.) стали тяжелым для российской экономики: падение цен на нефть, девальвация рубля и осложнение отношений со странами - торговыми партнерами отрицательно сказались на всех сферах жизни государства. Спад продемонстрировала внешняя торговля.

По данным таможенной статистики, в январе-декабре 2015 года внешнеторговый оборот России составил 530,4 млрд долларов, сократившись по сравнению с 2014 годом на 33,2%, а в 2016 год составил 471,2 млрд долларов, меньше, чем за 2015 год на 11,2%.

Применяемые санкции, изменили и географию экспортно-импортных отношений. Так, основными торговыми партнерами России в 2015 году были:

Китай – 12,1% товарооборота России (в 2014 году – 11,3%), Германия – 8,7% (8,9%), Нидерланды – 8,4% (9,3%), Италия – 5,8% (6,2%), Беларусь – 4,5% (4,1%), Турция – 4,4% (4%), Япония – 4,1% (3,9%), США – 4% (3,7%), Республика Корея – 3,4% (3,5%), Казахстан – 2,9% (2,7%).

На рисунке 1 представлены основные торговые партнеры России в 2015 году.

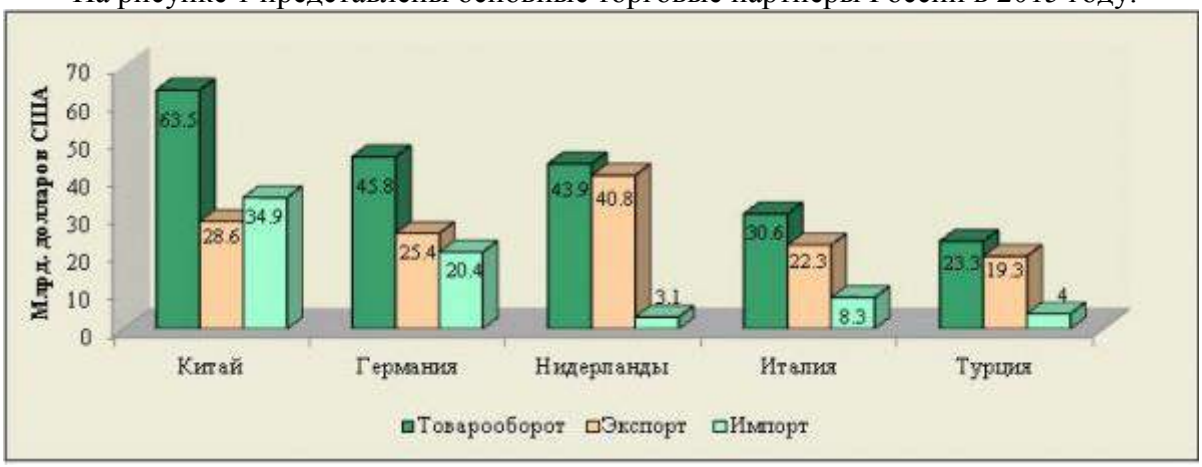



Рис. 1. Основные торговые партнеры Российской Федерации среди стран дальнего зарубежья в 2015 году

Ключевыми тенденциями 2015 года стали введенные санкции, действующее продовольственное эмбарго, а также сокращение спроса со стороны Китая на сырьевые товары, в результате чего обещанного «разворота на восток» так и не произошло. Свою роль сыграла и война в Сирии, в результате которой многократно осложнились отношения России и Турции. За 2015 год экспорт в страны дальнего зарубежья упал на 31% до 298,5 млрд долларов, а импорт на 36,3% до 161,6 млрд долларов.

Как видно из рисунка 1, торговля с Китаем уменьшилась почти на 30% до 63,6 млрд долларов, Германией – вторым по величине торговым партнером – на 35%, Нидерландами – на 41%. Спад при этом наблюдается среди всех стран, входящих в

первую десятку торговых партнеров. Но есть страны, торговля с которыми возросла, несмотря на кризис в политике и экономике. К примеру, внешнеторговый оборот с Вьетнамом вырос на 4% за счет увеличения экспорта топлива, удобрений и металлопродукции. Также на 11,7% вырос внешнеторговый оборот с Болгарией и на 26,9% с Перу. Заметно активизировались и некоторые оффшоры – на 17,4% вырос товарооборот с Папуа Новой Гвинеей и на 26,9% увеличился экспорт российских товаров в Люксембург.

Основными торговыми партнерами России в 2016 году были:

Китай – 14,1% товарооборота Российской Федерации (в 2015 году – 12,1%), Германия – 8,7% (8,7%), Нидерланды – 6,9% (8,4%), Белоруссия – 5,0% (4,6%), США – 4,3% (4%), Италия – 4,2% (5,8%), Япония – 3,4% (4,0%), Турция – 3,4% (4,4%), Республика Корея – 3,2% (3,4%), Франция – 2,8% (2,2%).

На рисунке 2 представлены основные торговые партнеры Российской Федерации среди стран дальнего зарубежья в 2016 году.

Рис. 2. Основные торговые партнеры Российской Федерации среди стран Дальнего зарубежья в 2016 году

Как видно из рисунка 2, среди главных торговых партнеров России на первом месте в 2016 году по-прежнему находится Китай. Несмотря на сокращение спроса с его стороны в начале года и уменьшение поставок каменного угля, России все же удалось увеличить внешнеторговый оборот с ним на 4% до 66,1 млрд долларов. Импортеры из Китая стали больше закупать машин и оборудования, автомобилей, металлов и продовольственных товаров. Расширилось сотрудничество и в других сферах – летом 2016 года Китай заключил с Россией более 30 различных соглашений.

Торговля со странами Европы, показала отрицательную динамику. Внешнеторговый оборот с Германией упал на 11,1% до 40,7 млрд долларов, с Нидерландами на 17% до 32,3 млрд долларов, с Италией на 35% до 19,8 млрд долларов. Исключение составила лишь Франция, торговля с которой увеличилась на 14% до 13,3 млрд долларов за счет роста поставок российского газа и зерновых.

Объем торговли с Турцией из-за действующих торговых ограничений упал на 32% и составил только 15,8 млрд долларов. Из-за политической напряженности, и действующих запретов рекордно сократились поставки фруктов и овощей, а также турецкого текстиля.

Также стоит отметить, что в 2016 году произошло важное событие для внешней торговли России. Вступило в силу Соглашение о создании зоны свободной торговли ЕАЭС с Вьетнамом, согласно которому 59% всех тарифных линий могут торговаться теперь беспошлинно.

В 2017 году в структуре российского экспорта в страны дальнего зарубежья по-прежнему преобладают минеральные продукты. На них приходится свыше почти 67% всего объема поставок. В первом полугодии прошлого года эта доля была немного ниже –

62,3%. Вторая по величине статья нашего экспорта – это металлы и металлопродукция. На них приходится почти 10% всех поставок.

На рисунке 3 представлена товарная структура экспорта и импорта в страны Дальнего зарубежья в январе – июне 2017 г.

Рис. 3 – Товарная структура экспорта и импорта в страны Дальнего зарубежья в январе – июне 2017 г.

Более позитивные результаты показал экспорт машиностроительной продукции. Россия в два раза увеличила экспорт легковых автомобилей, на 24,6% – механического оборудования, на 30,1% – оптических инструментов и аппаратов.

Третий год подряд растут поставки продовольствия из России. По подсчетам ФТС России, стоимостные и физические объемы поставок данных товаров возросли на 17,6% и 12,7% соответственно.

Таким образом, предпосылки для реализации внешнеторговой стратегии, на наш взгляд, имеются.

Список литературы

1. Статистика ФТС за 2014-2017 гг.

## УПРАВЛЕНИЕ ТАМОЖЕННОЙ СИСТЕМОЙ В ПЕРИОД СТАНОВЛЕНИЯ СОВЕТСКОГО ГОСУДАРСТВА

***Ишмухаметова Л.Ф.,***
студентка 473-2 группы, Казанский кооперативный институт, г.Казань

После октябрьской революции 1917 г. таможенные учреждения стали функционировать в новых социально-экономических, политических и правовых условиях.

Первым документом большевиков в данной сфере стало постановление СНК РСФСР от 29 декабря 1917 г. «О порядке выдачи разрешения на ввоз и вывоз товаров». В соответствие с ним разрешения на вывоз за границу и ввоз в страну товаров выдавались

отделом внешней торговли Комиссариата торговли и промышленности.

Следующим ключевым документом стал Декрет СНК от 22 апреля 1918 г. «О национализации внешней торговли». Он объявлял монополию Советского государства на ведение внешнеторговых операций. Этот документ вызвал к жизни декрет СНК от 29 мая 1918 г. «О таможенных сборах и учреждениях», в соответствии с которым таможенные учреждения являлись органами центральной советской власти и управлялись Департаментом таможенных сборов при Народном комиссариате финансов.

29 июня 1918 г. СНК РСФСР передал Департамент таможенных сборов в ведение Народного комиссариата торговли и промышленности, переименовав его в Главное управление таможенного контроля.

Введенный в период политики «военного коммунизма» прямой товарообмен привел к тому, что Главное управление таможенного контроля стал функционировать в составе Материально-технического управления Наркомата торговли и промышленности. В годы Гражданской войны в таможенные органы направлялись военные комиссары.

С переходом к новой экономической политике в соответствии с приказом Народного комиссариата внешней торговли от 24 декабря 1921 г. было создано Главное таможенное управление; с 1930 г. оно управлялось Народным комиссариатом внешней торговли.

В рассматриваемый период действовали восемь таможенных округов: Петроградский, Западный, Украинский, Закавказский, Туркестанский, Семипалатинский, Сибирский, Дальневосточный. Функционировали четыре типа таможен: портовые, железнодорожные, пограничные и внутренние.

Ко второй половине 1920-х гг. становление советской таможенной системы было завершено. На этот процесс оказывали влияние как внутриполитическая ситуация в стране, так и внешнеэкономическая деятельность государства.

## ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРАВОНАРУШЕНИЙ В ТАМОЖЕННОЙ СФЕРЕ

***Маланенкова М.П.,***
Казанский кооперативный институт, г.Казань

Анализ правонарушений в таможенной сфере показал, что существует целый ряд проблем в области таможенного законодательства, которые не способствуют уменьшению правонарушений в данной сфере, а наоборот, отмечается рост административных и уголовных правонарушений в данной сфере. Так, в 2016 г. в России в сфере таможенного законодательства было выявлено более 250 тысяч административных правонарушений, за которые более 150 тысяч были привлечены к административной ответственности [1].

Анализируя нормы административного законодательства (гл. 16 КоАП РФ) и опираясь на положения ч. 1 ст. 2.1 КоАП РФ, в котором сформулировано понятие административного правонарушения, таможенное правонарушение можно определить как противоправное, виновное действие или бездействие физического или юридического лица, посягающее на предусмотренный актами законодательства РФ о таможенном деле порядок перемещения товаров и транспортных средств через таможенную границу РФ, порядок их таможенного контроля, таможенного оформления, обложения таможенными платежами и их уплаты, а также порядок предоставления таможенных льгот и пользования ими, за которое КоАП РФ установлена административная ответственность.

Юридический анализ действующих таможенно-правовых норм позволяет выделить следующие характерные признаки их классификации: по степени общественной опасности; по направленности на причинение вреда тем или иным аспектам таможенного дела (т.е. по объекту посягательства); в зависимости от способа, места и времени их совершения; по субъектам, их совершающим и по некоторым другим критериям.

Анализ административного законодательства в области таможенных правонарушений показал, что общим для всех видов правонарушений является то, что все они посягают на урегулированные нормами таможенного права таможенно-правовые отношения (возникающие по поводу перемещения товаров и транспортных средств через таможенную границу и т.д.). Различием же является то, что они классифицируются по определенным критериям, указанным выше.

Однако среди таможенных правонарушений есть и такие, которые граничат с преступлениями в сфере таможенного дела. Например, неуплата в установленные сроки таможенных платежей в крупных и особо крупных размерах, то есть на сумму, превышающую 200 минимальных размеров оплаты труда, признается преступлением и наказывается в соответствии со ст. 162.6 УК РФ. Разграничительные признаки таможенных нарушений и смежных с ними преступлений установлены уголовным законодательством.

Таможенные преступления по характеру и степени общественной опасности отличаются друг от друга. Их выделение в общую группу обусловлено спецификой таможенного дела. Однако составы преступлений, входящих в группу таможенных, расположены в различных разделах и главах УК РФ, то есть имеют различные объекты посягательства.

Проведенный анализ позволяет сделать следующие выводы: несмотря на предпринимаемые меры по усилению служебной дисциплины и повышения правосознания граждан в сфере деятельности таможенных органов количество совершаемых правонарушений и преступлений в таможенной сфере остаются достаточно высоким и имеет тенденцию постоянного роста; допускаются факты необоснованного привлечения лиц к таможенно-правовой ответственности, неточность и небрежность составления процессуальных документов, а также нарушение процессуальных сроков принятия по ним решений. Указанные пробелы в определенной мере могут быть устранены путем организации обучения сотрудников таможенных служб.

## ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВОЗМЕЩЕНИЯ ВРЕДА, ПРИЧИНЕННОГО НЕНАДЛЕЖАЩИМ ОКАЗАНИЕМ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ

***Патрина В.Д.,***
студентка Красноярского государственного аграрного университета,
юридический институт

Статья 98 ФЗ № 323, устанавливает основы ответственности в сфере охраны здоровья, в том числе медицинских организаций, медицинских и фармацевтических работников за нарушение прав в сфере охраны здоровья, причинение вреда жизни и (или) здоровью при оказании гражданам медицинской помощи. С позиций гражданского и иного законодательства правильнее говорить - за нарушение прав пациентов и неисполнение (ненадлежащее исполнение) своих обязанностей [1]. В случае нарушения прав пациента (отказ в получении медицинской помощи, некачественное оказание медицинской помощи и т.д.) гражданин может урегулировать конфликт непосредственно с услугодателем (иногда этот способ включают в административные в связи с характеристикой должностных лиц, вышестоящих по отношению к медицинскому работнику, связанному с услугодателем –- медицинской организацией трудовыми отношениями) или использовать административные и судебные способы защиты своих прав и свобод.

В качестве особой проблемы следует выделить очевидное несоответствие присуждаемых судами компенсаций за причиненный вред размеру этого вреда, также основными проблемами, мешающими эффективной судебной защите прав пациентов, являются: определяющее значение судебно-медицинской экспертизы для вынесения

судебных решений при ее существующей организации, не гарантирующей независимость и объективность экспертов; трудности доказательства вины медработника; противоречия в существующем медицинском законодательстве, к которому можно апеллировать; острая нехватка квалифицированных судебно-медицинских экспертов, а также сотрудников правоохранительных и судебных органов, специализирующихся в сфере медицины; высокие финансовые, временные и иные затраты пациентов на организацию судебной защиты своих прав. Таким образом, для решения данных проблем, предлагаем в качестве первоочередной задачи, направленной на разрешение указанных проблем, следует указать на необходимость развитие системы учреждений судебно-медицинской экспертизы, независимой от существующих медицинских структур. Также представляется необходимым разработать на уровне Министерства здравоохранения, либо руководящих указаний Пленума Верховного Суда РФ стоимостную шкалу оценки вреда, причиненного в результате ненадлежащего оказания медицинских услуг. Такая шкала могла бы стать ориентиром для всех участников исследуемых правоотношений. Считаем необходимым произвести модернизацию института морального вреда в части установления конкретных критериев для определения размера компенсации морального вреда.

Список литературы

[1] Федеральный закон от 21.10. 2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. 28.11.2011. № 4. Ст. 6724.

[2]Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения [электронный ресурс] // WWW.ROSZDRAVNADZOR.RU: Информационный официальный портал 2017u/– Электрон. данные.

## ПРЕСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЕ ЭКСПОРТА

***Султанова Р.Р.,***

бакалавр, Казанский национальный исследовательский технологический университет

Интенсификация экспорта - одно из приоритетных направлений развития российской экономики. Экспорт – вид внешнеэкономической деятельности, направленный на продажу товаров и услуг за рубеж. Объем экспорта влияет на торговый баланс страны. Если он больше импорта, то складывается положительный торговый баланс, если меньше – отрицательный. Соответственно Государство заинтересованно в восстановлении экспортной выручки 2013 года, когда и цены на нефть, и объемы экспорта были максимальными. С этой целью был создан Российский экспортный центр, в функции которого входит поддержка и развитие несырьевого экспорта в страны ближнего и дальнего зарубежья. Во многих субъектах федерации появились региональные центры поддержки экспорта. В Республике Татарстан также был создан «Центра поддер¬жки экспорта РТ», в функции которого входит:

- консультирование по вопросам внешнеэкономической деятельности;
- обучение по Внешней экономической деятельности;
- подготовка к различным за рубежным мероприятиям для малого и среднего предпринимательства
- организация участия субъектов малого и среднего предпринимательства Республики Татарстан в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях;
- проведение поиска партнеров;
- организация маркетинговых исследований зарубежных рынков для экспортно-ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства Республики Татарстан;
- помощь в стандартизации и сертификации продукции;
- проведение экспертизы проектов и сделок;

- перевод материалов на иностранные рынки;
- консультации по участию в государственных программах.[1]

Все выше перечисленные виды деятельности безусловно важны, однако они направленны на развитие традиционного экспорта, а для развития нового, инновационного экспорта требуются в первую очередь профессиональные кадровые ресурсы, имеющие международное образование и опыт работы в зарубежных экспортных организациях. Целенаправленная подготовка таких кадровых ресурсов позволит не только динамично внедрить новые направления, например, как экспорт через интернет, но и быстро выявить и устранить узкие места препятствующие росту экспорта товаров российских производителей. К к основным барьерам развития экспорта на рынки ЕС согласно исследованиям, проведенным среди экспортно ориентированных химических предприятий РТ, относятся:

1. Высокая конкуренция на рынках Евросоюза по
выпускаемым предприятием видам продукции.
2. Необходимость обязательной сертификации на европейских
рынках, подтверждение соответствия европейским
технологическим регламентам и стандартам.
3. Большое транспортное плечо.
4. Недостаток финансовых средств для организации участия в выставках, рекламы товаров группа.[2]

Таким образом, мы можем видеть, что роль государства в активизации экспорта высока. Сократить барьеры связанные с сертификацией продукции на зарубежных рынках, участием в выставках, снижением стоимости услуг РЖД, дефицитом кадров, имеющих опыт работы в зарубежных экспортных центрах, под силу в под силу только государственным органам управления.

Список литературы

1. Министерство экономики РТ/ Эксорт [Электронный ресурс]. – Режим доступа, http://mert.tatarstan.ru/rus/podderzhka-eksporta.htm свободный. 28.12.2017
2. Абзалилова, Л.Р., Исследование экспортного потенциала производителей химической и полимерной продукции Республики Татарстан и барьеров выхода на рынки Европейского Союза. //Экономика и предпринимательство, 2017. - №9 (ч.1).

## НАСЛЕДОВАНИЕ ПО ЗАКОНУ: ПОНЯТИЕ, ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И ЕГО АКТУАЛЬНОСТЬ НА СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ

***Тихонова В.Ю.,***
студентка Красноярского государственного аграрного университета,
юридический институт

Институт наследования представляет собой одну из наиболее востребованных отраслей гражданского права. Настоящая статья раскрывает фундаментальные положения наследования по закону, а также анализирует актуальность этого вида наследования.

К правоотношениям в области наследования применяются нормы права, действующие на день открытия наследства, которыми определяются круг наследников, порядок и сроки принятия наследства, состав наследственного имущества. Исключения из общего правила предусмотрены в следующих статьях - 6, 7, 8 и 8.1 Федерального закона «О введении в действие части третьей Гражданского кодекса Российской Федерации».[3]

По смыслу закона, суть наследования состоит в том, чтобы передать имущество умершего его наследникам в соответствии с их долями, которые установлены законом и/или завещанием. [1]

В настоящее время, чаще всего применяется именно наследование по закону, поскольку граждане не так активно реализуют предусмотренную действующим

гражданским законодательством РФ возможность оставления распоряжений на случай своей смерти.

В теории наследственного права понятие «наследование по закону» равнозначно понятию «автоматическое наследование», поскольку оно применяется, когда отсутствует распоряжение наследодателя, то есть вне зависимости от волеизъявления последнего. Перечень наследников по закону указан в законодательстве так, что в первую очередь входят наиболее социально близкие люди по отношению к наследодателю, к которым, в частности, относятся дети, родители и др., а затем иные лица.

Наследники по закону – это физические лица, являющиеся родственниками умершего наследодателя, которые призываются к наследованию при отсутствии выраженного волеизъявления последнего, в случае недействительности завещания или при наличии иных обстоятельств, исключающих приобретение наследниками по завещанию наследственных прав.

По делам об установлении юридических фактов, которые связаны с наследственными правоотношениями (ст. 264 ГПК РФ), обязательно привлечение к участию в деле в качестве заинтересованных лиц всех наследников (ст. 292 ГПК РФ).

Вместе с тем, на наш взгляд, в настоящее время наследование по закону утрачивает прежнюю актуальность, уступая наследованию по завещанию. Об этом свидетельствует не только формальная конструкция статьи 1111 ГК РФ, но и в целом V раздел Гражданского кодекса РФ, в которых наследование по завещанию поставлено на первое место. [2]

Список литературы

1. Абраменков М.С. Понятие и сущность наследования // Наследственное право. - 2015. - № 1.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30 ноября 1994 года № 51-ФЗ (ред. от 26.07.2017) // СПС КонсультантПлюс. Законодательство.
3. Федеральный закон от 26.11.2001 № 147-ФЗ "О введении в действие части третьей Гражданского кодекса Российской Федерации" // Справочно-правовая система «Консультант Плюс» – Электрон. текст данные.

## ПУТИ МИНИМИНИЗАЦИИ ТАМОЖЕННЫХ ПРАВОНАРУШЕНИЙ

***Улитина Е.А,***
студентка 472-2 группы, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Галимуллина А.Н.,***
студентка 472-2 группы, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Мустафина Г.А.,***
кандидат педагогических наук, доцент, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Количество таможенных правонарушений, становясь все более профессиональными и организованными, в последние годы продолжает расти, Это связано с несовершенством законодательства в таможенной сфере, а также с не достаточно эффективным взаимодействием правоохранительных органов друг с другом и с федеральными органами исполнительной власти при проведении оперативно-розыскных мероприятий и в рамках расследования.

Основная проблема в деятельности таможенных органов заключается в попытках недобросовестных участников внешнеэкономической деятельности уйти от уплаты таможенных платежей при оформлении товара или продукции, заявляя недостоверные сведения путем представления недействительных документов, использования средств идентификации относящихся к другим товарам и транспортным средствам либо поддельных средств идентификации.

Согласно ч. 3 ст. 16.1 КоАП РФ «за сообщение таможенному органу недостоверных сведений о количестве грузовых мест, об их маркировке, о названии, весе или об объеме товаров при прибытии на таможенную территорию РФ или при убытии с ее таможенной территории товаров и (или) транспортных средств, либо до получения разрешения на внутренний таможенный транзит или для его завершения, либо при помещении товаров на склад временного хранения путем представления недействительных документов, а равно использование для этих целей поддельного средства идентификации или подлинного средства идентификации, относящегося к другим товарам и (или) транспортным средствам, установлена административная ответственность». В случае использования товара без разрешения таможенного органа самим лицом, ответственным за его сохранность, его действия квалифицируются ч. 1 ст. 16.2 и ст. 16.21 КоАП РФ как «незаконное пользование или распоряжение условно выпущенными товарами либо незаконное пользование арестованными товарами». Неподача таможенной декларации на товары, перемещаемые по линиям электропередачи, свидетельствует о наличии признаков правонарушения, выразившегося в недекларировании товаров, подлежащих декларированию, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 16.2 КоАП РФ.

В настоящее время таможенные органы РФ не в полной мере могут обеспечить свою работу на уровне международных стандартов. Необходимо найти новые пути решения устаревших проблем и определить этапность их реализации. Основными направлениями минимнизации таможенных правонарушений, на наш взгляд, являются: внесение изменений в КаАП РФ; изучение нового Таможенного кодекса ЕАЭС; создание комиссий управления, создающие требования по соблюдению поведения сотрудников таможенных органов; проведение занятий, на которых изучается таможенное законодательство; умение работать на компьютере, пользоваться информационно-правовыми системами «Гарант», «Консультант плюс», чтобы следить за всеми изменениями таможенного законодательства.

## ПРАВОВОЙ СТАТУС ОРГАНИЗАЦИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КОПЕРАЦИИ

***Шадрин С.А.,***
Сибирский университет потребительской кооперации

Первые объединения ремесленников, старателей, купцов в артели (в дальнейшем кооперативы), существовали уже в XVI в. Кооператив – это юридическое лицо, созданное группой граждан, на добровольной основе для осуществления совместной деятельности. Гражданское право по отношению к формам организации деятельности кооперативов, рассматривает два различные, направления деятельности, и поэтому правовой статус, этих организаций несколько различен. В настоящее время кооперативы не утратили своей актуальности и как один из видов юридического лица довольно часто используют свой правовой статус.

В СССР получила распространение торгово-заготовительная сельская потребительская кооперация (потребкооперация). Она решала следующие задачи:

- торговую (она имела особое значение для сельского населения, поскольку розничную торговлю на селе осуществляла в основном потребкооперация);
- закупочную (через потребкооперацию у населения, колхозов, совхозов закупались сырье, дикорастущие плоды, ягоды, грибы, лекарственные травы);
- производство продуктов питания на базе местных сельхозтоваров (произведенных в личном подсобном хозяйстве и закупленных у населения),

непродовольственных товаров (из сельскохозяйственного и другого местного сырья).

В 1990 году в РСФСР потребкооперация обслуживала 40 % населения страны, членами ее были 30 миллионов сельских жителей России. На ее долю приходилось четверть розничного товарооборота, около половины заготовок картофеля, треть закупок овощей, более трети выпечки хлеба. В настоящее время в каждой области России в среднем действует около 20-25 районных кооперативных организаций.

Правовое положение потребительского кооператива в современной России определяется статьей 123 Гражданского кодекса и рядом специальных законов, наиболее важным из которых является закон РФ «О потребительской кооперации в РФ» и Федеральный закон (Россия) «О сельскохозяйственной кооперации».

Потребительским кооперативом признается добровольное объединение граждан и юридических лиц на основе членства с целью удовлетворения материальных и иных потребностей участников, осуществляемое путем объединения его членами имущественных паевых взносов. Потребительские кооперативы относятся к юридическим лицам, в отношении которых их участники имеют обязательственные права в виде права на пай.

Доходы, полученные потребительским кооперативом от предпринимательской деятельности, осуществляемой кооперативом в соответствии с законом и уставом, распределяются между его членами.

Правовое положение потребительских кооперативов, а также права и обязанности их членов определяются законами о потребительских кооперативах. При этом следует помнить, что закон РФ от 19 июня 1992 года № 3085-1 «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» не распространяется на потребительские кооперативы, осуществляющие свою деятельность на основании Федерального закона «О сельскохозяйственной кооперации», а также на иные специализированные потребительские кооперативы (гаражные, жилищно-строительные, кредитные и др.). В названиях указанных потребительских кооперативов использование слов «потребительское общество», «союз потребительских обществ» не допускается.

Потребительский кооператив основывается на началах членства и образуется на основе объединения его участниками имущественных взносов. Законами, определяющими правовой статус конкретных видов потребительских кооперативов, устанавливается минимальная численность субъектов, которые могут учредить кооператив. Так, согласно Закону о потребительской кооперации потребительское общество может быть учреждено не менее чем 5 физическими и (или) 3 юридическими лицами (п. 1 ст. 7).

Лица, принимающие участие в создании кооператива, а также вступающие в него после создания, обязаны вносить имущественные взносы, называемые паевыми. Они формируют паевой (уставный) фонд кооператива. Вступительные взносы, направленные на покрытие расходов, связанных со вступлением в кооператив, не входят в состав паевого фонда. Они не подлежат возврату при выходе пайщика из потребительского общества.

Деятельность потребительского кооператива направлена на удовлетворение потребностей его участников, а не на извлечение прибыли. Однако при реализации своих уставных целей кооператив несет определенные затраты. Поэтому члены потребительского кооператива, кроме вступительных и паевых взносов, уплачивают дополнительные взносы, за счет которых покрываются убытки, возникшие в результате деятельности кооператива (п. 1 ст. 123.3 ГК). Невнесение в полном объеме дополнительного взноса создает возможность привлечения пайщика к солидарной ответственности по обязательствам кооператива в размере неуплаченной части взноса.

В кооперативе могут образовываться и иные (кроме паевого) фонды, формируемые за счет взносов участников кооператива. Например, резервный фонд, создаваемый для покрытия убытков кооператива, возникших вследствие чрезвычайных обстоятельств, и неделимый фонд, представляющий собой часть имущества кооператива, не подлежащего

разделу между пайщиками, в том числе и при ликвидации кооператива. В кредитном потребительском кооперативе образуется фонд финансовой взаимопомощи, который является источником займов, предоставляемых членам кооператива (п. 1 ст. 16 Закона о кредитных потребительских кооперативах граждан).

Таким образом, правовой статус организаций потребительской кооперации определяется нормами Гражданского Кодекса, Федеральными Законами о потребительских кооперативах и другими нормативными актами. Потребительская кооперация представляет собой целостную систему, основанную на единстве и взаимодействии всех ее звеньев, объединенную общими целями и задачами.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части 1, 2, 3 и 4. Текст с изменениями и дополнениями на 1 октября 2017 г. М., 2017. – 864 с.
2. Гражданское право: Учебник /Под ред. Гонгало Б.М. – М.: Статут, 2016. – 511 с.
3. Гражданское право: Учебник: в 2-х томах. Том 1. /Под общ. ред. Карпычева М.В., Хужина А.М. – М.: Инфра-М, 2016. – 400 с.
4. Романова Е.Н., Шаповал О.В. Гражданское право. Общая часть: Учебник. – М.: РИОР: ИНФРА-М, 2017. – 202 с.
5. Юкша Я.А. Гражданское право: Учеб. Пособие. – 4-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 400 с.

## ВВЕДЕНИЕ АДВОКАТСКОЙ МОНОПОЛИИ В ИНСТИТУТ ПРОЦЕССУАЛЬНОГО ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ. СРАВНИТЕЛЬНО ПРАВОВОЙ АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО И ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА

***Шелегова Е.А.,***
Красноярский государственный аграрный университет

Под представительством в гражданском процессе понимается выполнение процессуальных действий одним лицом от имени и в интересах другого лица. Данный институт регламентирован главой 5 Гражданского процессуального кодекса РФ. [1] Цель представительства в гражданском процессе заключается в необходимости обеспечить защиту прав и законных интересов физических и юридических лиц.

Одной из актуальных проблем данного института является вопрос о введении института профессиональных судебных представителей. Актуальность заключается в том, что с появлением института профессионального представительства может быть ограничен круг лиц, имеющих право вести гражданские дела.

В настоящее время ст. 48 Конституции Российской Федерации [2] закрепляет право каждого на получение квалифицированной юридической помощи. Однако на практике данная норма реализуется не в полном объеме. Очень часто права и законные интересы граждан и юридических лиц представляют лица не обладающие специальными навыками в той или иной сфере. Что ведет к неэффективной защите их прав. Многие споры носят сложный правовой характер и для их разрешения необходимы специальные знания и умения. К таким спорам можно отнести вопросы, связанные с признанием гражданина банкротом, споры возникающие из личных неимущественных отношений (компенсация морального вреда), дела с участием иностранного элемента и многие другие. Появление

института профессиональных представителей позволит отчасти разрешить данную проблему.

Профессиональный судебный представитель должен не просто замещать представляемую им сторону, но и способствовать быстрому и справедливому разрешению спора. Во многих иностранных государствах серьезное внимание уделяется институту профессиональных судебных представителей. В то время как в Российской Федерации законодательство не устанавливает никаких специальных требований к лицу представляющему интересы в суде. Законодатель оставляет данный выбор за доверителем то есть за самим субъектом нуждающимся в юридической помощи. В следствии чего возникает риск обращения к неквалифицированному и малограмотному специалисту.

Для разрешения данной проблемы законодателю следует обратиться к зарубежному опыту

Так в зарубежных государствах существует два вида адвокатской монополии: «абсолютная адвокатская монополия» и «ограниченная адвокатская монополия».

«Абсолютная адвокатская монополия» устанавливает запрет на личное ведение дела сторонами и их обязательное представительство профессиональными юристами (адвокатами).

Целесообразность данной судебной системы заключается в том, что она обеспечивает равенство сторон, способствует более быстрому и правильному ведению дела, поскольку адвокаты, зная закон, не совершают ненужных процессуальных действий, не требуется разъяснения им регламента их прав и обязанностей.

«Ограниченная адвокатская монополия» допускает возможность осуществления такого представительства не только адвокатами, но и иными лицами, соответствующими определенным требованиям (наличие юридического образования, стража работы по специальности и др.) или «абсолютная адвокатская монополия» установлена только в отношении отдельных категорий дел.

Так например адвокатская монополия в иностранных государствах чаще всего не распространяется на низшие звенья судебной системы. Например, в Германии стороны имеют право лично (без участия представителя) вести процесс в участковых судах (за исключением семейных дел), в Нидерландах - в субокружных судах, во Франции - в судах малой инстанции, в Греции - в мировых. В Италии стороны имеют право участвовать в процессе без представителя если цена иска не превышает 1 000 000 лир. В Андорре исключение из принципа адвокатской монополии сделано для незначительных гражданских дел. В Израиле в судах по мелким искам стороны не вправе быть представлены адвокатом или другим доверенным лицом, кроме как с разрешения суда.[3]

При подведении итога всего вышеизложенного необходимо отметить, что для разрешения сложившейся проблемы в Российской Федерации и усовершенствования института профессиональных представителей в судебном процессе законодателю необходимо ответить на два основных вопроса:

1. На уровне каких инстанций и по каким категориям дел участие профессионального представителя будет обязательным?

2. Каким критериям должен соответствовать профессиональный представитель?

Список литературы

1. Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации от 14 ноября 2002год. № 138-ФЗ (ред. от 29.07.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 10.08.2017) // Информационно - поисковая система: «Консультант Плюс».

2. Конституция Российской Федерации (принята на всенародном голосовании 12 декабря 1993 год) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // Информационно - поисковая система: «Консультант Плюс».

3. Здрок О.Н. Гражданский процесс зарубежных стран. Курс лекций: Учебное пособие. – Мн.: БГУ, 2004. – 147 с.

## СЕКЦИЯ 6. КООПЕРАТИВНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИКЕ

# СПЕЦИФИКА КООПЕРИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ МОЛДОВА

***Кручереску К.,***
Доцент, Технический Университет Молдовы, Кишинэу
***Георгица М.,***
Профессор, Технический Университет Молдовы, Кишинэу

1. Краткое введение

Легкая промышленность Республики Молдова является важной составляющей национальной экономики. Данная отрасль насчитывает около 540 предприятий, которые предоставляют рабочие места более 23 000 работникам (4,6% от общего числа по стране), из которых:

- производство текстильных изделий - 120 предприятий, 4 244 работников,
- производство одежды - 356 предприятий, 14 635 работников,
- производство кожи, кожаных изделия и обуви - 76 предприятий, 3761 работников.

Оборот предприятий легкой промышленности в 2016 году составил более чем 4,5 миллиардов леев, что представляет более 10% промышленного производства страны. Доля экспорта легкой промышленности в общем экспорте в 2016 года составила 17,6%, позиционируя данную промышленность на первом месте. Основными странами куда экспортируется являются Италия, Румыния, Германия, Франция, США, Великобритания и страны СНГ. Предприятия экспортируют товары под собственной торговой маркой и предоставляют услуги Lohn.

2. Цель исследования

С момента провозглашения независимости Республики Молдовы, легкая промышленность прошла через ряд изменений: переход от государственной собственности к частной, от закрытия предприятий и потеря рабочих мест до открытия новых предприятий и увеличения производственных мощностей, от устаревших технологий и физического и морального износа оборудования до освоения передовых технологий, от отсутствия опыта сотрудничества с зарубежными партнерами до обретения навыков маркетинга и продажи собственной продукции на иностранные рынки. Целью исследования является изучение особенностей различных типов кооперирования предприятий в отрасли, что привело к развитию легкой промышленности.

3. Результаты исследования

Исследование позволило выявить три вида кооперирования предприятий легкой промышленности Республики Молдова:

- Кооперирование с зарубежными партнерами на экспорте

Существование, по международным меркам, относительно дешевых отраслевых ресурсов, таких как человеческих и инфраструктуры, представляет важное конкурентное преимущество, что делает легкую промышленность привлекательной для иностранных партнеров с точки зрения производства готовых изделий.

Цепочка создания ценностей в легкой промышленности включает следующие звенья: 1 – создание концепта изделий, 2 – дизайн, 3 – разработка лекал, 4 - выбор сырья и комплектующих, 5 - заказ и закупка сырья и комплектующих, 6 - таможня (импортер), 7 - внутренняя логистика, 8 – складирование и хранение сырья, 9 - производство, 10 - отделочные, упаковочные работы, 11- хранения готовой продукции, 12 - таможня (экспортер), 13- внешняя логистика, 14- маркетинг/реклама, 15–оптовая торговля, 16- розничная торговля.

Из существующих моделей бизнеса в международной практике в отечественной легкой промышленности применяется система C&M (cut&make), известная как предоставление Lohn услуг, которая включает звенья 6-12 цепи ценностей. Причины по которым иностранные клиенты выбирают Молдову являются: низкая стоимость производства (наиболее низкая стоимость минуты в регионе); гибкость при выполнение заказов; короткие сроки поставок; легкий доступ к крупным рынкам; обширный опыт в области.

Самые востребованные методы международного кооперирования являются стратегические альянсы, которые представляют различные формы сотрудничества между отечественными предприятиями и зарубежными партнерами, сохраняя их юридическую независимость.

Отечественные предприятия извлекают существенную выгоду от международного кооперирования: нет необходимости в больших собственных инвестициях, бесплатное введение новых технологий, накопление передового опыта, создание новых рабочих мест, надежные возможности выхода на внешние рынки.

Из-за высоких требований внешних партнеров по отношению к качеству, отечественные предприятия были вынуждены внедрить инновационные технологии и производить более конкурентоспособную продукцию. Привлекательность бизнеса и растущий спрос на услуги Lohn способствовали возникновению многих новых предприятий и создание рабочих мест, что повлекло к интенсификации конкуренции и повышению уровня конкурентоспособности предприятий. Среди знаменитых брендов, для которых отечественные предприятия выполняют заказы являются Versace, Armani, Primark, Max Mara, Prada, Dolce & Gabbana, Moncler и др.

- Отраслевое кооперирование

Опыт работы с иностранными компаниями успешно применяется на многие отечественные предприятия по производству продукции под собственной торговой маркой. В отличие от продукции, производимой по системе C&M, которая продается через дистрибьюторскую сеть зарубежных партнеров, для продукции собственной марки отечественные предприятия создали собственные сети продаж (многобрендовые магазины, фирменные магазины, рыночные прилавки, реже - продажа через интернет). Соотношение качество-цена является сильными преимуществом для отечественных изделий с производимых под собственный бренд, но конкурентное преимуществом определяется еще и коммерческой силой, особенно на внешнем рынке. Местный рынок является относительно небольшим для развитья устойчивого бизнеса с эффектами масштаба и опыта. Развитие каналов для выхода на внешние рынки является существенным резервом для приобретения конкурентного преимущества.

В 2006 году была создана Патронажная Ассоциация Предприятий Легкой Промышленности (APIUS), которое насчитывает сегодня более 100 членов. Целью Ассоциации является: продвижение лояльной конкуренции в отрасли легкой промышленности на местном и международном уровнях; развитие сотрудничества в рамках деловых кругов в области легкой промышленности Республики Молдова; поощрение инвестиций в этой области; улучшение бизнес-навыков в пределах сектора; сотрудничество с государственными органами для улучшения перспективы отрасли.

Роль отраслевого кооперирования состоит в объединение усилий компаний с целью продвижения имиджа отраслевого бреда «От сердца бренды Молдовы» как на внутреннем, так и на внешнем рынках. Недавно подписано соглашение о партнерстве между APIUS и Европейским Советом Моды (European Fashion Council). Членство и сотрудничество с этой важной европейской структурой открывает новые возможности для продвижения молдавских брендов на международном уровне через участие компаний на различные деловые мероприятия, презентаций коллекций, встречи с различными специалистами и buyer-ами.

- Кооперирование для развития дешевых каналов поставок

Другим источником конкурентного преимущества является влияние на рыночные условия поставок относительно цены и качества поставок, а также укрепления переговорных позиций предприятий с поставщиками сырья, материалов и комплектующих. Это преимущество может быть достигнуто применяя новые модели поставок посредством отраслевого сотрудничества.

Заключение: Использование возможностей сотрудничества с зарубежными партнерами и синергетического эффекта отраслевой кооперации позволило отечественным предприятиям выдержать кризис, развиваться и постепенно перейти от оказания С&М услуг к продажам продукции под собственным брендом как на внутреннем так и на внешние рынки.

Список литературы

1. Heikki Mattila, Gheorghița Maria. Moldova Trade Diagnostic Study. Textiles and Apparel Case Study. November, 2003. 27 p., http://siteresources.worldbank.org/INTMOLDOVA/Resources/trade2.pdf.

2. http://www.statistica.md http://www.miepo.md/news/companiile-din-industria-u%C8%99oar%C4%83-se-vor-promova-pe-pie%C8%9Bele-interna%C8%9Bionale-pe-platforma

## ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА – КАТАЛИЗАТОР РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В РОССИИ

***Романова Т.Е.,***
к.э.н., доцент, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Сельскохозяйственная потребительская кооперация как система формируется и развивается в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации, которая позволяет создать эффективные кооперативы в различных сферах агропромышленного комплекса. При этом потребительская кооперация выступает как часть сельского предпринимательства, позволяющая всем производителям сельскохозяйственной продукции, включая малые формы хозяйствования и личные подсобные хозяйства на селе, успешно конкурировать в условиях санкций и решить проблему импортозамещения продовольствия в России.

Сельскохозяйственная кооперация является фактором стратегического значения для многоукладного сельского хозяйства России, в первую очередь для фермерства и других малых форм хозяйствования на селе, и в последние годы государство стало уделять решению этой задачи больше внимания. Реализуется программа грантовой поддержки развития материально- технической базы сельскохозяйственных потребительских кооперативов. В 2015- 2016 годах на эти цели из федерального бюджета выделено 1,3 млрд. рублей, из региональных бюджетов – 548 млн. рублей. Грантополучателями стали 252 кооператива, средний размер гранта составил 7,3 млн. рублей. В 2017 году предусматривается выделить на поддержку сельхозпотребкооперации в рамках этой программы из федерального бюджета 1,7 млрд. рублей. Получателями грантов станут 150 кооперативов. Совместные усилия кооперативного сообщества и государства дают положительные результаты. За 2 года выросло на 7,5% количество работающих СПоК и на 10% численность кооперативов, с 2014 года произошел рост общего количества сельскохозяйственных производственных кооперативов на 3,1%, а также увеличилась отгрузка товаров собственного производства, выполнение работ и услуг СПоК на 9% [1].

Вместе с тем, ситуацию в корне преломить пока не удалось. В 2016 году общая численность СПоК по сравнению с 2015 годом снизилась на 7% — с 6293 до 5839 кооперативов. Также наблюдается территориальная неравномерность распределения

кооперативов. Есть регионы, где количество кооперативов исчисляется сотнями. Наиболее успешно кооперация развивается в Липецкой области (711ед.), Республике Саха (Якутия) (159ед.), Тюменской области (112ед.). В то же время в Мурманской, Магаданской, Еврейской областях, Камчатском крае нет ни одного работающего кооператива [2]. Отрицательно сказывается на развитии малых форм хозяйствования очень низкий уровень доступности к кредитным ресурсам, а сельскохозяйственная кредитная кооперация практически исключена из мер государственной поддержки и кредитования в банках. Анализ показывает, что положительное воздействие на процесс кооперирования оказывают внедрение трехуровневой системы управления и информирования кооперации, создание инфраструктуры развития кооперации, организация рынка сбыта кооперативной продукции, укрепление материально-технической базы. Среди наиболее серьезных проблем, препятствующих развитию кооперации являются недостаточность объемов государственной поддержки, рост административных барьеров, слабое взаимодействие с институтами развития, несовершенство нормативно-правовой базы кооперации, несовершенство механизмов внутреннего регулирования кооперативов, низкий уровень информированности сельских жителей. Решение названных проблем - важнейшая задача всех уровней государственной власти и местного самоуправления.

На современном этапе назрела необходимость преодоления указанных негативных факторов, что может достигаться посредством реализации следующих мероприятий.

1. На уровне Правительства Российской Федерации [3]:

– утверждение мер поддержки экспортно-ориентированных сельскохозяйственных потребительских кооперативов, разработать и принять критерии и порядок отбора таких кооперативов;

– распространение на займы сельскохозяйственных потребительских кредитных кооперативов меры государственной поддержки по компенсации процентных ставок;

– внесение изменений в соответствующее законодательство, позволяющие муниципальным служащим участвовать в управлении сельскохозяйственными потребительскими кооперативами;

– расширение мер грантовой поддержки сельскохозяйственных потребительских кооперативов, занимающихся оптовой и розничной торговлей сельскохозяйственной продукцией своих членов на создание кооперативной торговой сети малых форматов и строительство сельскохозяйственных кооперативных рынков;

– улучшение кредитования малых форм хозяйствования на селе через банки и микрозаймы. Расширение механизмов гарантий и поручительства.

2. На уровне Министерства сельского хозяйства России [4]:

– включение мер господдержки сельскохозяйственных потребительских кредитных кооперативов в Государственную программу развития АПК;

– увеличение финансовой поддержки развития сельскохозяйственной кооперации через расширение мер Госпрограммы, а также региональные программы поддержки малого и среднего предпринимательства;

– расширение организационных и информационных мер поддержки развития сельскохозяйственной кооперации через создание системы центров развития кооперации и консультационных центров, в том числе на базе союзов, ассоциаций кооперативов и фермерского самоуправления.

– внесение корректировки в условия грантовой поддержки сельскохозяйственных кооперативов, в частности, изменить соотношение господдержки к собственным средствам – 80% к 20%;

– выработка механизмов государственного отраслевого софинансирования создания системы сохранности сбережений в сельскохозяйственной кредитной потребительской кооперации;

– включение СКПК в Программу грантовой поддержки на создание сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов.

- организация межрайонных, районных и региональных центров делового сопровождения с аттестованными операторами межхозяйственного взаимодействия с целью стимулирования трудового сельского населения к производству, переработке и торговле сельскохозяйственной продукции;

- внесение изменений в механизмы финансирования дополнительного образования фермеров и сельских предпринимателей, реализующих через региональные органы управления АПК и соответствующие комитеты по предпринимательству в части выдачи именных сертификатов на получение образовательных услуг деловому сообществу с потенциальной активностью;

- разработка и принятие системы рейтинговых показателей, характеризующих деятельность сельскохозяйственных кооперативов, максимально ориентированных на интересы своих членов и качество оказываемых услуг своим членам (доля паевых взносов членов СПоК в сумме его общей капитализации; доля суммарных оборотов всех членов кооператива в общей сумме оборотов кооператива; доля членов кооператива с положительной динамикой объемов производства, увеличения поголовья скота, обрабатываемых площадей и объемов выручки);

- создание в регионах организации инфраструктуры развития сельскохозяйственной кооперации: центры развития, фондов поддержки и др.

Предложенные мероприятия, безусловно, обеспечат устойчивое развитие кооперативного сектора страны.

Список литературы

1. Нечитайлов А. С. Потребительская кооперация в инфраструктуре продовольственного рынка. / А.С. Нечитайлов, А.В. Ткач // Экономика сельского хозяйства России. – 2016. - №2. - С. 76-81.

2. Романова, Т.Е. Кооперационные и интеграционные процессы в АПК Татарстана / Т.Е. Романова // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. Научно-теоретический журнал. – 2017. - №2. – С.65-68.

3. Ткач, А.В. Основные направления повышения эффективности кооперации / А.В. Ткач, Т.Е. Романова // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2015. - №9. – С.47-51.

4. Черевко А.В., Ткач А.В. Тенденции и перспективы развития сельскохозяйственной кооперации в России. // АПК: экономика, управление, 2017. - №1. - С. 42-49.

## ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ КООПЕРАТИВОВ

***Дроздова М.И.,***
ЧОУ ВО ЦС РФ «Сибирский университет потребительской кооперации», г. Новосибирск
***Максудов Х.З.,***
ЧОУ ВО ЦС РФ «Сибирский университет потребительской кооперации», г. Новосибирск

Аннотация: В статье рассматриваются предлагаемые методы управления процессом государственной поддержки деятельности сельскохозяйственных кооперативов на основе создания интегрированной структуры, предполагающей взаимодействие сельскохозяйственной потребительской кооперации с региональной ассоциацией. Выделены основные функции региональной ассоциации как инструмента реализации государственной поддержки сельскохозяйственного производства. Показана трансформация в объединение сельхозпроизводителей в ассоциацию в форме горизонтальной интеграции. Определены основные преимущества участников интеграции при создании интегрированной структуры.

Ключевые слова: государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, субсидия, молочное скотоводство, молочная продукция, интегрированная структура, сельскохозяйственный потребительский кооператив, региональная ассоциация.

Введение: Сельское хозяйство является одной из немногих отраслей экономики как в развитых, так и в развивающихся странах, в которых мерам государственного регулирования придается особое значение. Существует целый ряд аргументов, таких как диспаритет цен, обеспечение продовольственной безопасности страны и развития сельской территории, которые обосновывают тот факт, что государственная поддержка является важным фактором для развития сельского хозяйства. В настоящее время в Российской Федерации реализуется «Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы», предусматривающая государственную поддержку развития животноводства, переработки и реализации продукции [1].

Молочное скотоводство имеет особое значение в животноводстве страны. Его продукция – молоко и молочные продукты – включены в потребительскую корзину, являясь высокоценными продуктами питания, по пищевым свойствам практически не имеющих себе равных. В современных условиях обострилась проблема конкурентоспособности молочного скотоводства, в связи с чем повышается важность государственной поддержки и поиска новых форм и механизмов взаимодействия предприятий, производящих одинаковый вид продукции и осуществляющих одну стадию производства. Одной из форм взаимодействия между различными организациями выступает интеграция, которая относится к процессам комплексной трансформации отношений и создает новые виды регулирования и регламентации. В процессе управления интеграция рассматривается как многоаспектный процесс не только экономической кооперации, но и социального взаимодействия.

Цель исследования: Принципиальная новизна предлагаемых нами объединений коммерческих организаций заключается в переходе от процессов директивной централизации к корпоративной самоорганизации, основанной на отношениях собственности, экономической независимости, а также эффективного распределения между членами бюджетных средств, полученных в виде субсидий. На наш взгляд, данная форма объединения способствует развитию производства, снабжения, переработки, сбыта сельскохозяйственной продукции, созданию современной инфраструктуры продовольственного рынка.

Результат исследований: Сельскохозяйственный потребительский кооператив совместно с ассоциацией координирует деятельность своих членов, определяет политику производства и реализации производимой продукции на рынке. Интегрированные в структуру сельскохозяйственные потребительские кооперативы могут получить следующие преимущества: повышение финансовой устойчивости в рамках интегрированного комплекса, обеспечение гарантированного сбыта молока и молочных продуктов, перемещение целевых средств, полученных из бюджета, в более перспективные направления деятельности, повышение конкурентоспособности молочной отрасли и обеспечение населения региона молоком и молочными продуктами по доступным ценам, проведение технического перевооружения на прогрессивной основе, повышение привлекательности для внешних инвесторов, упрощение документооборота при получении целевых средств, получение квалифицированной консультации по эффективному ведению деятельности, разработку единых требований к формированию себестоимости выпускаемой продукции в рамках региона с учетом коэффициента на природно-климатические условия. Для распределения и контроля за использованием бюджетных средств предлагается создание Региональной ассоциации, которая выступает как связующее звено между сельскохозяйственным потребительским кооперативом – субъектом государственной поддержки и Министерством сельского хозяйства региона

(рис. 1). Для получения субсидий сельскохозяйственные товаропроизводители должны обратиться в Региональную ассоциацию с заявлением на предоставление государственной поддержки, предоставив соглашения в типовой форме, установленной Министерством финансов и налоговой политики Новосибирской области. Кроме того, в соглашении Региональная ассоциация, совместно с субъектом государственной поддержки, устанавливает показатели результативности использования субсидий и меры ответственности за не достижение установленных показателей. Порядок, сроки и формы представления субъектами государственной поддержки отчетности о достижении показателей результативности, а также иных отчетов определяются Региональной ассоциацией в соглашении. Процедура приёма заявлений (а также расчётов и отчётности) осуществляется Региональной ассоциацией ежемесячно. Документы на получение субсидий на предмет полноты и достоверности проверяются Региональной ассоциацией. Также Региональная ассоциация составляет реестр получателей субсидии и определяет размер государственных субсидий, в которых нуждается сельхозпроизводитель.

Рис. 1. Модель распределения государственных средств между хозяйствами всех категорий

Заключение: Мы полагаем, что остро назрела необходимость внедрения предлагаемого механизма управления в молочном секторе, благодаря которому расходы участников ассоциации должны снижаться, а результативность деятельности расти от полученного эффекта при объединении в интегрированную структуру. Для этого на каждой стадии производства и обмена в продовольственной цепочке необходима межотраслевая координация, в основе которой лежит межхозяйственная интеграция в виде сельскохозяйственного потребительского кооператива.

Список литературы

1. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы: постановление Правительства РФ от 14.07.2012 № 717.

## СЕКЦИЯ 7. СОЛИДАРНАЯ ЭКОНОМИКА

# TRENDS AND CHALLENGES FOR THE OIL AND GAS INVESTMENTS IN THE WORLD

***Gimranova L.R.,***
магистрант, Karaganda Economic University of Kazpotrebsouz, Karaganda
***Abdikarimova A.T.,***
к.э.н., доцент, зав. кафедрой экономики и предпринимательства, Karaganda Economic University of Kazpotrebsouz, Karaganda

Introduction. Under the pressure of the sharply reduced market value of liquid hydrocarbons, the period from the second half of 2014 turned out to be extremely difficult for the global oil and gas industry from the investment point of view. However, recent trends point to a gradual recovery of sector investment activity. The reasons are not only to stabilize oil prices and increase activity in the US shale sector, but also to improve the overall efficiency of business strategies and capital expenditures of oil and gas companies.

The aim of the article is to analyze the main trends and challenges for investments of the oil and gas industries.

After a significant reduction of 44% between 2014 and 2016, the sectoral investment situation is improving this year. In many respects the support of the industry was provided by the OPEC agreements extended not so long ago by the end of March 2018 and the states that joined them outside the cartel to reduce the production of liquid hydrocarbons. They have allowed to stabilize the global market and to weaken price volatility. The current level of commodity prices is approximately twice as high as in early 2016.

According to the IEA's estimates, by the end of 2017, investments in the oil and gas industry will show moderate growth - within 6% in nominal terms in the absence of force majeure [3]. In turn, experts at Wood Mackenzie believe that global investment in the upstream sector will increase by a substantial 11% YoY or $ 25 billion. This is due to the fact that industry participants are gradually withdrawing from the "survival regime" and de facto have already adapted to the current price situation, and also intend to actively introduce new technologies that will substantially reduce the cost of oil and gas production.

First of all, support for investment activity is due to a sharp increase in the volume of attracted investments in the US oil industry (by 53% YoY by IEA estimates), as well as the intensification of project investments by industry players in the Caspian region, the Middle East and Russia. In general, 99 out of 119 leading oil and gas companies in the world intend to expand investment investments this year.

It should be specially noted that the stabilization of the price level of the oil market at $ 50 per barrel significantly affected the moods of the US players in the extractive market, which are going to further intensify the mining activity, including due to the expected expansion of support from the state. For example, it is projected that by the end of this year, liquid hydrocarbon producers in the United States could expand their production by 800,000 barrels per day or 15%, while the world's leading companies will add about 1 million barrels per day.

At the same time, it is necessary to single out one important circumstance, namely, the reduction of the break-even point of projects and the continuing reduction of sector capital costs, such as drilling costs. According to the IEA experts, taking into account 2017, at the global level, costs have been falling for the third year in a row due to the reorientation of the industry companies to more efficient and optimized business processes.

For example, in 2015 and 2016, the project costs decrease in the global upstream sector averaged 15% and 17%, respectively, and among manufacturers in the US - 30% and 22%, respectively [2]. According to the estimates of L.E.K. Consulting, in the specified period, the cost of directional drilling in the world decreased by an average of 12% (in terms of each operating drilling rig), and the cost of using hydraulic fracturing technology - by 14%, respectively. However, such branch processes continue to have a negative impact on contracting

and service companies operating in the oil and gas industry. They are forced in recent years often to work on the brink of commercial profitability.

There is an improvement in the situation with the implementation of exploration and production projects. According to Rystad Energy, about 17 projects from the number of previously deferred projects began to be implemented in the last 10-12 months - in aggregate, their value is estimated at 78 billion US dollars.

Moreover, the bulk of this amount falls on the project of the future expansion of the company "TengizShevroil", which will require investments in the amount of about 37 billion US dollars, and after its implementation will increase the annual production of liquid hydrocarbons to 36 million tons. Among other major projects for which final investment decisions were made, the second phase of the Mad Dog project in the Gulf of Mexico, operated by BP, implemented by ExxonMobil, the first phase of the Liza field off the Guiana shelf, and developed by Noble Energy deposit "Lefiafan" in the Mediterranean Sea.

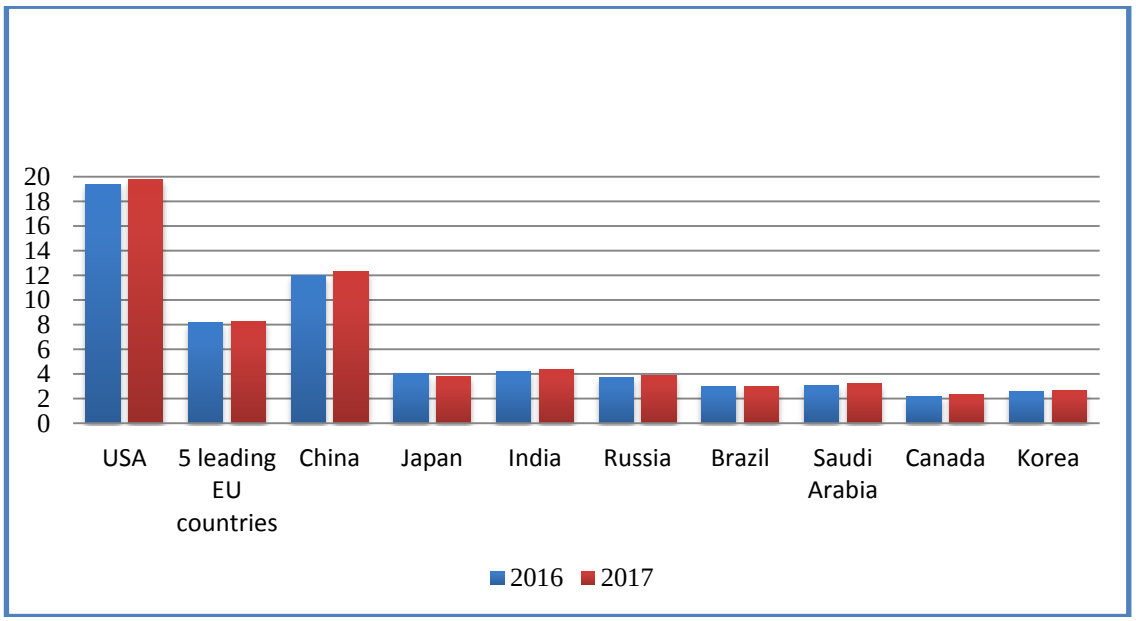
In the near future, by the end of this year, it is expected to make a final investment decision on such major projects as Phase 2 of the Eni-owned Egyptian offshore field Zor and BP's gas block Hazan in Oman.

However, the main industry companies will continue to adhere to the reinsurance investment approach and are in a position to promptly revise investment plans downward in case of long-term subsidence of oil prices below $50 per barrel. At the same time, most of them will refrain from approval of projects in the coming months, to ensure break-even of which prices above $ 50 per barrel are required, due to persistent doubts about the long-term sustainability of the global oil market.

Among the main fundamental parameters of demand for hydrocarbons is economic growth - both the global economy and individual countries. At the end of 2016, OECD countries provided about 48.5% of world oil consumption, developing countries - about 51.5% [1]. Current forecasts of the world's leading organizations show that the state of the world economy is improving, and the prospects for the main groups of countries are quite significant.

On the other hand, two-thirds of the world's oil demand is determined by only 14 states. Theirs, only in Japan in 2017 is expected a slight reduction in hydrocarbon consumption. While in the US, China and India, the total demand growth is expected to be almost 1 million barrels (Pic.1).

In general, the world expects to achieve an average oil demand of 98 million barrels per day in 2017. In this case, according to the US Department of Energy, testing of the 100 millionth milestone in a separate month is already possible in December this year. According to the International Energy Agency. The annual average of 100 million will be achieved in 2019. But the bar in 90 million the planet stepped over only in 2012, and there was a huge number of articles and quotes about the "decline of the oil era." As we see, despite all the apocalyptic prophecies, the need for oil continues to grow.




Pic.1 - Demand for oil in 2016-2017, million barrels per day

Conclusion. The oil and gas industry has always changed, and has caused changes in the societies in which it operates. The combination of changes that the industry now faces requires epic rather than incremental responses, for the industry to evolve and prosper. Those responsible both inside and outside the industry need to try to understand what is happening now and how it may affect the future, to explain their strategies clearly and to adapt to new situations as they develop.

References

1. Tukaev A. A brief of the petroleum information bureau. *Zhurnal o nefteservisnom biznese Kazakhstana* [Magazine about the oilfield services business of Kazakhstan] 2017, no.3(21), pp. 106-109.

2. Ustimenko A., Tastenov A., Ismailova S., Trautvein I., Trukhina D., Magzhanov N., Kazembekova L., Oil and gas investment in the world - lows behind, *KAZENERGY*, 2017, special issue, pp.34-38.

3. World Energy Investment 2017. Available at https://www.iea.org/publications/wei2017/ (accessed 11 july 2017).

## ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА И ОЦЕНКИ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

***Антонова А.В.,***
магистрант, Рязанский государственный университет имени С. А. Есенина,
г. Рязань
***Абрамская А.А.,***
магистрант, Рязанский государственный университет имени С. А. Есенина,
г. Рязань

Среди многообразия проблем, характеризующих современный этап развития российской экономики, существенное внимание отводится решению задач формирования и развития предпринимательства, созданию благоприятного предпринимательского климата и деловой активности субъектов предпринимательства.

Предпринимательская активность является частью рыночной экономики, которая представляет собой сложную, открытую систему, находящуюся под постоянным влиянием как внутренних, так и внешних факторов, в частности государственной политики. Важнейшей задачей социально-экономического развития в современных условиях является стимулирование предпринимательской активности, свидетельствующее о высоких показателях реализации предпринимательского потенциала, благоприятном предпринимательском климате и эффективности предпринимательской деятельности [1].

Таблица 1 - Сравнительный анализ отечественных и зарубежных подходов к определению деловой активности предприятия

| Авторы | Сущность подхода | Основные показатели |
|---|---|---|
| Ю. Бригхэм | Деловая активность оценивается коэффициентами качества управления, активами; делается упор на сравнение полученных коэффициентов со среднеотраслевыми данными | Оборачиваемость товарно-материальных запасов, средний срок инкассации, оборачиваемость основных средств, оборачиваемость всех активов |
| Дж.К. Ван Хорн | Методика оценки деловой активности рассматривается в рамках вопроса о внешнем финансировании | Показатели ликвидности, удельного веса заемного капитала, рентабельности, обеспеченности процентов по кредитам |
| Р. Холт | Основной акцент приходится на показатели эффективности производственной деятельности, которые измеряют прибыльность фирмы и ее способность использовать активы | Прибыльность продаж, валовая прибыль, доходность активов, доходность капитала, прибыль на акцию, показатели выплаты дивидендов и покрытия процентов, рентабельность капитала |
| О.В. Ефимова | Акцентируется внимание на анализе операционного цикла | Период операционного цикла, оборота оборотных активов, средний период оборота денежных средств и краткосрочных финансовых вложений |
| Д.А. Ендовицкий, В.А. Лубков | Предложены показатели анализа деловой активности, учитывающей внутренние и внешние взаимосвязи | Экономическая добавленная стоимость, коэффициент инвестиционной деловой активности |
| В.В. Ковалев | Деловая активность коммерческой организации проявляется в динамичности ее развития | Оценка степени выполнения планов, норм, нормативов, коэффициент устойчивости экономического роста; оценка динамичности развития фирмы |
| А.Д. Шеремет | Акцент сделан на отождествлении деловой активности, оборачиваемости активов и обязательств | Коэффициенты оборачиваемости капитала, рентабельность и оборачиваемость капитала |

Как показал проведенный теоретический анализ, каждый автор при определении сущности «деловая активность» предлагает свои ключевые характеристики.

Наибольшую теоретическую, методическую и практическую наработку имеет оценка деловой активности на уровне отдельного субъекта предпринимательства. Развитие оценочного аспекта в деловой активности проявляется при использовании количественных и качественных подходов к оценке. Анализ качественных и количественных показателей изображен на рисунке 1.

Рисунок 1 – Анализ деловой активности

Таким образом, более информативными и востребованными для оценки деловой активности субъекта предпринимательства являются относительные показатели. Они позволяют выявлять изменения и сравнивать значения абсолютных показателей за разные временные периоды. Так же не маловажным показателем является показатель оборачиваемости. Коэффициенты оборачиваемости показывают, количество раз, когда тот или иной актив обеспечит текущий уровень ключевого параметра.

Оборачиваемость имеют первоочередное влияние на финансовое состояние субъекта, так как интенсивность оборота капитала, а значит его переход в денежную форму, определяет платежеспособность. Повышение оборачиваемости позволяет быстрее генерировать денежные потоки и возвращать вложенные средства. Поэтому коэффициенты оборачиваемости отражают природу деловой активности субъекта предпринимательства, путем фиксации сложившегося положения, которое быстро изменяется и уже не отражает новую действительность.

Показатели, связанные с продолжительностью оборота могут применяться для оценки деловой активности субъекта предпринимательства с позиции оценки, как активов, так и оборотного капитала и др. Такой показатель означает период времени, требуемых для преобразования активов в денежную форму.

Список литературы

1. Барногльц С.Б., Майданчик Б.И. Экономический анализ хозяйственной деятельности на современном этапе развития // Функционально-стоимостной анализ / Под ред. Б.И.Майданчика. М., 1984. 1085 с.

2. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. М., 2014. 534 с.

3. Шеремет А.Д., Негашев Е.В. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. М., 2012. 208 с.

## АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

***Ахмадуллина Н.Н.,***
студент 2 курса, Казанский кооперативный институт, г.Казань

***Галимова Ч.Р.,***
студент 2 курса, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Гиматдинова Ф.В.,***
студент 2 курса, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Кулькова В. Ю.,***
доктор экономических наук, член-кор. РАЕ, Казанский кооперативный институт, г.Казань

В новом тысячелетии гостиничный бизнес в России уверенно развивается. Происходит реконструкция старых советских гостиниц и строительства новых, что свидетельствует об интересе отечественных и зарубежных инвесторов к гостиничному бизнесу, которых не пугают длительные сроки окупаемости проектов, составляющие обычно 7 – 10 лет, и более низкая норма доходности по сравнению с инвестициями в офисную недвижимость. Целевые индикаторы, определяющие развития гостиниц, определены Федеральной целевой программой «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018годы)».

Большое распространение получили малые частные гостиницы и хостелы, которые оказываются менее зависимыми от изменений во внешней предпринимательской среде. Их основными постояльцами туристы и бизнесмены среднего класса, которые нуждаются в хорошем комфорте и безопасности по приемлемым ценам. Для успешности их дальнейшего развития им необходимо объединяться в сети, позволяющие устанавливать единые стандарты обслуживания и снижать операционные издержки. Развитие хостелов сдерживается недостаточностью нормативно-правовой базы регулирования их деятельности.

Однако, рост гостиниц не всегда сопровождается одновременным повышением уровня сервиса и качества обслуживания, которые зависят не только от материально-технической базы гостиницы, но и от работников, занятых в них. Улучшению сервиса и переходу гостиничных услуг на новый уровень способствует появление во многих регионах страны иностранных **(Carlson / Radisson / SAS, Accor,Marco Polo Hotels and Resorts и др.)** и российских гостиничных сетей (Амакс, Интурист Хотел Групп, Алросо, Русские отели и др.). В прошлом году число российских гостиниц под управлением международных сетей выросло на 3772 номера за счет открытия новых гостиниц в Москве сетью Accor и сетью Marriott – в Краснодаре и Воронеже.

Российские гостиничные сети пока имеют незначительного опыта работы по сравнению с зарубежными операторами, а стандарт их брендов менее узнаваемый, но, развивая свой бизнес с учетом отечественного законодательства и местной специфики, они в будущем могут добиться большой эффективности.

С экономической точки зрения рынок гостиничных услуг представляет собой рынок монополистической конкуренции, на котором действуют огромное количество гостиниц, предлагающие дифференцированные услуги как по месту их расположения, так и по ценам, рассчитанные на различных потребителей. Появление специализированных средств размещения для молодежи, лиц среднего и пожилого возраста свидетельствует об учете возрастной структуры туристов, а гостиниц разных ценовых категорий – об их социальной ориентации на людей с разным уровнем дохода. Эта дифференциация гостиничных услуг априори предполагает определенную дифференциацию уровня обслуживания.

Таблица 1 – Динамика некоторых показателей гостиничного бизнеса

| показатели | 2002 г. | 2007 г. | 2009 г. | 2013 г. | 2014 г. |
|---|---|---|---|---|---|
| Количество гостиниц и аналогичных мест размещения | 4120 | 5917 | 7410 | 9869 | 13958 |
| Количество номеров, тыс. | 179317 | 219,4 | 249,2 | 319,1 | 433,0 |
| Число размещенных лиц, тыс. | 17088,8 | 20041,8 | 21174,3 | 31732,9 | 36817,0 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| чел. | | | | | |
| Доход, млн руб. | 26518,0 | 98028,8 | 98279,2 | 185658,2 | 190616,9 |
| Затраты, млн руб. | 20511,5 | 81500,7 | 90368,4 | 150012,1 | 183946,4 |
| Прибыль, млн руб. | 6006,5 | 16528,1 | 7910,5 | 35646,1 | 6670,5 |
| Рентабельность,% | 22,6 | 16,9 | 8,0 | 19,2 | 3,5 |
| Средний доход с номера, тыс.руб. | 147,9 | 446,8 | 399,4 | 581,7 | 592,1 |
| Средняя цена номера, руб. | 2772 | 4427 | 4426 | 5851 | 5748 |
| Загрузка номерного фонда, % | 70,9 | 72,8 | 72,3 | 66,0 | 62,1 |

Источник: Росстат, расчеты авторов

Анализ экономических показателей работы российских гостиниц показывает, с одной стороны, рост дохода, объема прибыли и среднего дохода с номера (revPAR), а с другой стороны, снижение рентабельности продаж и коэффициента загрузки гостиничных номеров. Средний гость проживает в российских гостиницах около 5 дней.

Развитие гостиничного бизнеса стимулирует предпринимательскую деятельность, поскольку создает новые рабочие места и увеличивает налоговые поступления в бюджеты различного уровня. Гостиницы, интернируясь с турфирмами, перевозчиками, экскурсионными и досуговыми организациями, оказывают мультипликационное воздействие на многие сектора экономики. Однако вклад гостиниц и ресторанов в валовую добавленную стоимость страны остается маленьким и оценивается приблизительно в 1% .

На развитие сферы гостиничных услуг оказывают влияние внутренние и внешние факторы. Если внутренние факторы зависят от самих гостиниц и непосредственно связаны с особенностями их организации и функционирования, то внешние факторы зависят от социально-экономической и политической ситуации в стране. Снижение доходов россиян и падение курса национальной валюты привело к сокращению выездного туристического потока и увеличению внутреннего, который достиг в 2015 году 50 млн чел. Падение курса рубля стимулировало приток в страну иностранных туристов на 6%. Эти тенденции положительно сказываются на гостиничном бизнесе.

Развитие гостиничного бизнеса носит ярко выраженный проциклический характер, увеличиваясь в период экономического подъема, причем темпами более быстрыми, чем рост реального ВВП и падает в период кризиса.

Сдерживающим фактором развития гостиничного бизнеса является дороговизна гостиничных услуг при их относительно низком уровне сервиса. Так за последние 15 лет средняя цена номера (ARR) возросла в 2 раза. Рост цен на гостиничные номера свидетельствует о превышении спроса на гостиничные услуги по сравнению с их предложением. Поэтому снижение цен на гостиничные номера будет способствовать развитию внутреннего туризма и росту числа постояльцев гостиницы. Недостаток доступных по категории «цена-качество» гостиничных номеров привел к появлению на рынке гостиничных услуг частных предпринимателей, предлагающих туристам свои услуги для размещения – квартиры и апартаменты.

Современный потребитель гостиничных услуг, оснащенный различной техникой, ищет новый уровень комфорта и удобств. Социологические опросы постояльцев гостиниц свидетельствуют о том, что гостиницы должны иметь бесплатный Wi-Fi, большое количество розеток в номерах, умные номера, в которых все оборудование и электричество контролируется одним пультом дистанционного управления.

В сложившейся ситуации менеджмент гостиниц принимает меры, с одной стороны, на увеличение объема продаж за счет формирования новых гостиничных продуктов и изменения ценовых предложений, а с другой, – на оптимизацию затрат.

Список литературы

1. Дручевская Л.Е. Перспективы и особенности гостиничного бизнеса в России. // Сервис в России и за рубежом. 2013. №6 – С. 16–22.

2. Машуров И.В., Воловик М.Е. Оценка влияния макроокружения на развитие индустрии гостеприимства в регионе.// Российское предпринимательство. 2016. № 22. – С. 3149–3 158.

3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики (Росстат) [Электронный ресурс]. URL: http/ www.gks.ru (дата обращения 19.11.2017).

4. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)». [Электронный ресурс] // http://www.fcp.economy.gov.ru. (Дата обращения 19.11.2017).

## ПОСЛЕДСТВИЯ ВСТУПЛЕНИЯ В ВТО: ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РОССИИ НА ПРИМЕРЕ ТОВАРНОЙ СТРУКТУРЫ ПО ОТРАСЛЯМ ЭКОНОМИКИ

***Салимзянов Н.Л.,***
студент, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Антонова М.П.,***
профессор кафедры экономики и инноватики, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Мотивом вступления России в ВТО явилось ее желание стать равноправным торговым партнером на мировом рынке. С одной стороны, открытость экономики, неосторожное приведение в соответствие законодательной базы под установленные международные нормы, таит в себе угрозы и риски. С другой стороны, став членом ВТО, Россия получает новые стимулы для роста эффективности экономики и улучшения ее конкурентоспособности. [1]. В таблице продемонстрированы экономические последствия вступления России в ВТО [2].

| | Последствия | |
|---|---|---|
| | позитивные | негативные |
| Последствия | 1) Рост благосостояния экономики (на 0,96 % в год);<br>2) рост агрегированного потребления приблизительно в 0.4;<br>3) увеличение иностранных инвестиций;<br>4) рост производительности труда и эффективности производства;<br>5) повышение спроса на квалифицированный труд (рост реальной заработной платы – 0,85%). | 1) Сокращение платежей в федеральный бюджет (в среднем на 5,5 %);<br>2) общий спад производства (1%);<br>3) сокращение занятости (на один процент падения производства происходит утеря 0,2% рабочих мест);<br>4) ухудшение положения менее квалифицированного персонала на рынке труда (произошло снижение реальной заработной платы на 0,56%). |
| Отрасли промышленности | Развитие отечественных экспортоориентированных отраслей промышленности:<br>черной металлургии (рост 3,63% от базового года), цветной металлургии (рост 14,45%),<br>химического и нефтехимического производства (рост 2,05%), оборонной, угольной промышленности. | Неконкурентоспособные импортозамещающие отрасли страдают:<br>машиностроение (спад на 2,77%,), пищевая и легкая промышленность (спад на 4,35%), деревообработка, целлюлозно-бумажное производство, производство изделий из дерева (спад на 6,74%) авиапромышленность, электроника, фармацевтическая промышленность (0,5%– 2%). |

Итак, став членом ВТО, Россия получила новые стимулы для роста эффективности экономики и повышения ее конкурентоспособности. С другой стороны, открытость экономики, поспешное приведение в соответствие законодательной базы под установленные международные принципы таят в себе риски и угрозы, описанные в таблице выше как негативные последствия. В данный момент перед Россией стоит задача исключительной важности – не допустить снижения уровня безопасности экономики в условиях присоединения к ВТО.

Список литературы

1. Осипов А.Ю. Вступление во всемирную торговую организацию: плюсы и минусы для России // Российское предпринимательство. – 2012. – Том 13. – № 15.

2. Ветрова Е.Н., Инькова Г.В. Последствия присоединения России к Всемирной Торговой Организации для отечественных производителей. // Научный журнал НИУ УТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». -2017.

## СРАВНЕНИЕ ТРУДОСБЕРЕГАЮЩЕГО И ЗЕМЛЕСБЕРЕГАЮЩЕГО СПОСОБОВ ПРОИЗВОДСТВА В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

***Садыков Т.Ф.,***
Студент, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Антонова М.П.,***
профессор кафедры экономики и инноватики, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Введение

В данной работе (статье) происходит сопоставительный анализ двух отличных друг от друга технологических способов производства в сельском хозяйстве: землесберегающего и трудосберегающего. Развитие сельского хозяйства привело к тому, что движение вверх по графику продолжается и ныне развиваются аграрные секторы, структура сельскохозяйственного производства, установки на производственную деятельность, разработка проникновения достижений научного и технического прогресса отличных для двух групп. Статья отвечает на вопрос: какие сущностные характеристики двух типов ТСП, как дифференцировать два типа и какие наблюдаются перспективы развития в дальнейшем.

Цель исследования

Цель данного исследования заключается в сопоставительном анализе двух отличных друг от друга технологических способов производства в сельском хозяйстве. В основе трудосберегающего ТСП лежит использование средств производства, которые экономят труд, и задействование большой хозяйственной площади, при которой возможно приобрести эффект от экономии масштаба. Изначально он сформировался в сельском хозяйстве Западных стран, изначально естественным путем в Европейских странах, а затем распространился в условиях внешней и внутренней колонизации в страны Северной Америки, Австралию, Россию, Казахстан и другие страны. Землесберегающий ТСП больше сформировался в сельском хозяйстве стран Азии, Востока. Он показывал технологическую организацию производства, где не экономия труда, а сбережение земли и повышение ее плодородия в условиях производства [1].

Заключение

Если стороны производительности труда в сельском хозяйстве стран землесберегающего и трудосберегающего ТСП больше расходятся по пути, то со стороны продуктивности земли в сельском хозяйстве отличных ТСП со временем наблюдается переход к наукоемкому этапу и благодаря этому начинает все больше и больше сближаться. При этом сближаются не при помощи внедрения трудосберегающих

технологий в землесберегающего ТСП, а методом изобретения все новых технологий, которые увеличивают продуктивность почвы, для трудосберегающего ТСП.

Таким образом, если исходить из имеющих обстоятельств можно полагать, что стороны производительности труда в сельском хозяйстве землесберегающих и трудосберегающих ТСП стран пойдут иными путями, все больше отдаляясь. При этом пути сближения виднеются только через наукоемкий этап.[2]

Список литературы

1. Два технологических способа производства в сельском хозяйстве стран Запада и Востока (часть II). Вопросы статистики. Растянников В.Г., Дерюгина И.В., 2014 год;(2):70-77.

2. Сельское хозяйство мира: прошлое и будущее 1980-2010-2050. М: изд. “Перо”, Дерюгина И. В., 128 стр., 2015 год.

## ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

***Спиридонова Ю.А.,***
студент, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Антонова М.А.,***
к.э.н., доцент, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Средний и малый бизнес любой страны обеспечивает большую часть валового внутреннего продукта страны, предоставляет рабочие места и способствует научному развитию, созданию инноваций.

МСП успешно функционирует, прежде всего, благодаря государственной подде ржке. В США такую поддержку осуществляет Администрация малого бизнеса, которая защищает интересы малых форм предприятий на правительственном уровне и имеет представительства в крупных городах страны, способствуя распространению политики на все штаты.

В Японии правительством созданы Корпорация страхования МСП и ассоциация по гарантированию для регулирования механизма финансовой поддержки малых форм предприятий. Правительство выделяет субсидии, займы и оказывает помощь в получении кредитов на всех этапах развития субъектов МСП, ведущих свою деятельность в области высокотехнологичной промышленности.

В Китае активно функционируют организации по поддержке МСП. Например, Государственный фонд развития малого и среднего предпринимательства, центр по координации и кооперации бизнеса, Государственная информационная служба CSMEO.

На основе этого можно предложить следующие меры государственной поддержки развития МСП в Российской Федерации:

— Ослабление налоговой нагрузки.

— Разработка мер законодательного порядка, стимулирующих кредитование и инвестирование в сфере МСП.

— Решение проблемы предоставления малым формам предприятий государственных заказов.

Список литературы

1. Сергеева Т.Е., Антонова М.А. Оценка финансовых рисков / Т.Е. Сергеева, М.А. Антонова // Актуальные вопросы современного финансового менеджмента: Материалы Международной научно-практической конференции. Под редакцией Насретдинова И.Т. – Казань - 2014. - С. 110–111.

2. Сухарева С.С., Антонова М.А. Управление финансовыми ресурсами и активами российских компаний / С.С. Сухарева, М.А. Антонова // Актуальные вопросы

современного финансового менеджмента: Материалы Международной научно-практической конференции. Под редакцией Насретдинова И.Т.- Казань - 2014.- С. 114–116.

## СИСТЕМА ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ БАНКА

***Яруллина А.,***
студент, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Антонова М.А.,***
к.э.н., доцент, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Задачи финансового планирования – нахождение оптимального варианта, который позволит наиболее полно решить стратегические проблемы банка и будет основываться на его реальных возможностях. Рассмотрим показатели, на которых основана методика расчета отдельных показателей в банке:

1. Определение размера необходимой и достаточной прибыли банка.
2. Планирование размеров собственных средств, капитала и объемов активных операций банка.
3. Планирование структуры активных операций банка и процентных доходов.
4. Определение допустимого объема процентных расходов банка.
5. Планирование структуры пассивных операций банка и средневзвешенной стоимости ресурсов.
6. Определение необходимого объема пассивных операций.
7. Сравнение расчетного и планового объемов собственных средств.

Существующая практика финансового планирования в коммерческом банке чрезмерно упрощена, носит субъективный характер и основана, главным образом, на принципе планирования от достигнутого. В этих условиях планирование в коммерческом банке не выполняет своей роли – не мотивирует менеджеров на достижение целей банка, не координирует события, происходящие в банке, и не снижает уровень банковских рисков. Поэтому необходимо корректно спланировать и оценить результаты деятельности банка, а также вскрыть резервы повышения банковской прибыли.

Список литературы

1. Антонова М.А. Работа банка с проблемными кредитами и пути улучшения методов кредитного обслуживания населения / М.А. Антонова // Проблемы и перспективы развития отрасли торговли в реализации непрямого государственного управления: материалы электронной научно-практической конференции / под редакцией профессора Насретдинова И.Т. – М.: Изд-во КНОРУС, 2016. – с. 297-299.
2. Рахматуллина Л.И., Антонова М.А. Формирование политики доходности банка / Л.И. Рахматуллина, М.А. Антонова // Актуальные вопросы современного финансового менеджмента: Материалы Международной научно-практической конференции. Под редакцией Насретдинова И.Т. – Казань - 2014. - С. 99–100.

## РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГА НА МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

***Асанова Т.А.,***
старший преподаватель Университет «Туран», г. Алматы

Президент Казахстана Нурсултан Назарбаев в своем Послании народу Казахстана «Стратегия «Казахстан - 2050: новый политический курс состоявшегося государства» подчеркнул об угрозе и о глобальной продовольственной безопасности [1].

Основу продовольственной безопасности создает отечественное производство сельскохозяйственного сырья и продовольствия, которое должно обеспечивать не менее 80% внутреннего спроса. Разработанная «Программа развития агропромышленного комплекса республики Казахстан на 2013–2020 годы», ставит своей основной целью достижение этого параметра, путем создания условий для повышения конкурентоспособности субъектов АПК республики, формирование экспортных ресурсов и импортозамещения[2].

Обеспечение продовольственной безопасности, в первую очередь, зависит от устойчивого развития агропромышленного комплекса.

Животноводство в Казахстане всегда считалось одним из основных направлений в агропромышленном секторе.

Развитие животноводства можно определить спросом и рыночной инфраструктурой страны: уровнем развития предприятий перерабатывающей промышленности, хранения, реализации продукции и способностью удовлетворения потенциальных потребителей.

В настоящее время сельскохозяйственное производство Казахстана характеризуется как позитивными, так и негативными тенденциями развития. Наблюдается высокая импортозависимость продукции промышленной выработки, а также отдельных видов мяса, в частности птицы. Основная доля в структуре импорта мясной продукции приходится на Российскую Федерацию - более 90 процентов. Также, мясная продукция завозится из Беларуси, Китая, Аргентины, Бразилии.

В Казахстане крупными действующими мясоперерабатывающими комбинатами являются: ТОО «Пищекомбинат», Атбасарский мясокомбинат, ТОО «Еткон», ТОО «Семипалатинский мясокомбинат», Усть-Каменогорский мясокомбинат, ТОО «Жаикет», Балхашский мясокомбинат, ТОО «Ет», ТОО МПК – «Экибастуз», Павлодарский и Петропавловский мясокомбинаты[3].

В республике в основном действуют малые предприятия, которые выпускают продукцию предназначенную для потребления населения на местном рынке, с минимальной долей экспорта.

На внутреннем рынке мясоперерабатывающей отрасли также работают несколько средних предприятий, в то же время растет количество малых частных предприятий, реализующие свою продукцию для нужд и потребностей местного населения. Доля продукции, которых на внутреннем рынке растет и постепенно вытесняет импорт.

На колбасном рынке Казахстана сегодня осуществляют свою деятельность около 600 компаний. Данное количество компаний оправдано тем, что данная отрасль является достаточно доступной, барьер для входа в рынок достаточно низкий. В целом рынок очень активно развивается ввиду высокого уровня конкуренции, появления новых товаров в ассортименте. К тому же, отечественная колбаса изготовляется из мяса казахстанского производства, что говорит о доступности ресурсов [4].

В рыночной экономике возникает необходимость применения маркетинга как в экономике страны в целом, так и на уровне отдельного предприятия, в том числе и в мясоперерабатывающих предприятиях.

Необходимость использования маркетинга в Казахстане предопределяется общими мировыми тенденциями развития теории и практики управления.

Пищевое производство Казахстана – это она из отраслей страны, где особенно сильна конкуренция между товаропроизводителями и прочими участниками рынка. В настоящее время отечественные предприятия мясоперерабатывающего, колбасного производства постоянно сталкиваются с новыми вызовами, связанными с изменениями внешней среды функционирования.

Казахстанские мясоперерабатывающие предприятия уделяют внимание на маркетинг, среди них ТОО «Беккер и К». Основным направлением деятельности ТОО «Беккер и К» является мясоперерабатывающее производство. Ежедневно вырабатывается

10 тонн мясных продуктов из свинины, конины, говядины, баранины и птицы. Ассортимент выпускаемой ими продукции насчитывает более 130 наименований [5].

ТОО «Беккер и К» является лидером в использовании современных маркетинговых технологий. Большинство мероприятий, осуществляемых предприятием, связано с созданием и продвижением бренда своей продукции, преимущественно за счет раскручивания торговой марки ТОО «Беккер и К». Успеху предприятия также способствует постоянное обновление предлагаемой продукции, что постепенно поднимает интерес покупателей к продукции «Беккер и К»

Основные конкуренты ТОО «Беккер и К» на рынке мясных изделий в г. Алматы следующие: ТОО «Первомайские деликатесы», ТОО «Бижан», АО «Бремен», ТОО «Тян», ТОО «Назик», ТОО «Еткон», ТОО «Алимпиев» и другие.

Концепция маркетинга ТОО «Беккер и К» направлена на то, чтобы совершенствовать ассортимент выпускаемой продукции, отыскивать новые идеи товаров, удовлетворяющих нужды и желания потребителей. Проведение маркетинговых исследований направлено на поиск конкурентных преимуществ, а актуальная и адекватная информация о рыночной ситуации и на этой основе принятие наиболее рациональные управленческих решений, ведёт к повышению конкурентоспособности предприятия.

Такое стало возможным благодаря маркетинговой политике предприятия, направленной на постоянное изучение реальных потребностей покупателей, путем проведения опроса жителей. Предприятия использует результаты собственных маркетинговых исследований, проводя социальные опросы населения.

Результаты собственных опросов и маркетинговых исследований тщательно анализируются и на основе этих анализов делаются выводы, поступающие затем на вооружение при принятии окончательных решений по производственно-сбытовой и ценовой политике предприятия.

Ответственными за взаимодействие с потребителями осуществляют отделы маркетинга, рекламы, развития торговой сети, продаж и контроля ТОО «Немецкий двор», которые осуществляют свою деятельность в соответствии с Законами Республики Казахстан «О рекламе», «О регулировании торговой деятельности», «О средствах массовой информации».

Жесткий уровень конкуренции на рынке заставляет производителей идти по пути расширения ассортимента, создания новой продукции и достижения уровня качества, превосходящего конкурентов. В связи с чем, большинство заводов занимаются обновлением производства, оформлением и маркетингом товара, созданием новых продуктов.

Таким образом, мясоперерабатывающие предприятия Казахстана работают в условиях жесткой конкуренции, которая особенно наблюдается со стороны зарубежных производителей. Важным аспектом конкурентных преимуществ фирмы должна стать финансовая конкурентоспособность – основа всех сторон конкурентных преимуществ. В этой связи нами предлагается постоянное отслеживание рыночной стоимости компании на основе добавленная стоимость компании. Эффективное использование методов и принципов маркетинга может обеспечить конкурентоспособность мясной продукции.

Список литературы

1. Послание Президента Республики Казахстан – Лидера Нации Н.А.Назарбаева народу Казахстана 27 января 2012 г «Социально-экономическая модернизация – главный вектор развития Казахстана»

2. ОтчетТОО «КазНИИЭАПКиРСТ» по теме: Влияние единого экономического пространства стран Таможенного союза на продовольственную безопасность Казахстана. – Алматы: 2013. –124с.

3. «Мастер план развитие производства мяса и мясопродуктов 2010–2014» АО «Казагомаркетинг». – Астана: 2009. – 245с.

4. Отчет АО «Рейтинговое агентство Регионального финансового центра города Алматы» анализ отрасли животноводства. – Алматы: 2013. –43с.
5.www.becker.kz

## АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ МАКРОСРЕДЫ РЫНКА МЯСА И МЯСОПРОДУКТОВ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

***Асанова Т.А.,***
старший преподаватель, Университет «Туран», г. Алматы

Макросреда маркетинга носит глобальный характер и поэтому влияет и на деятельность предприятий, и на рыночную ситуацию в целом. Макросреда включает следующие основные факторы: демографическая среда, экономическая среда, научно-техническая среда, политическая среда, природная среда, культурная среда.

Для систематизации и отслеживания информации, тенденций проводится мониторинг, который день за днем позволяет изучать макросреду рынка мяса и мясопродуктов в Казахстане, который расположен в Центральной Азии, в глубине Евразийского материка с территорией – 27,2 тыс. кв. км. По площади Казахстан занимает 9-е место в мире, уступая России, Китаю, США, Аргентине, Бразилии, Канаде, Индии и Австралии; второе место по территории среди государств СНГ. Территория Казахстана больше, чем 12 стран Европейского Союза [1].

Сельское хозяйство является одной из ключевых отраслей экономики Казахстана. Уровень развития аграрного сектора всегда выступал и продолжает выступать определяющим фактором экономической и общественно-политической стабильности казахстанского общество.

За период независимости Республики Казахстан в агропромышленном комплексе страны достигнуты значительные результаты: наблюдается постоянный рост производства на базе рыночных отношений, увеличивается продуктивность и производительность труда, производится обновление основных фондов и восстановление инфраструктуры отрасли, достигнуто само обеспечение по основным продуктам питания, произошел значительный рост экспорта зерновых, масличных культур, продукции рыболовства [2].

Развитие животноводства является одним из приоритетных направлений аграрной политики Республики Казахстан. Оно направлено на повышение эффективности производства и наращивание объемов отечественного мяса, для удовлетворения мясной промышленности в сырье и полного спроса внутреннего рынка путем постепенного вытеснения и сокращения импорта мяса и мясопродуктов.

Эффективное функционирование мясного подкомплекса имеет большое социальное значение, поскольку оно обусловливает обеспечение населения мясом и мясопродуктами, а также упрочение экономического потенциала сельскохозяйственных товаропроизводителей [3].

Немаловажное значение для исследования маркетинговой среды представляют основные демографические характеристики населения республики, позволяющие оценить численность потребителей. Так, тенденция – старение населения, то есть среднестатистический возраст жителя Казахстана постоянно возрастает. Демографический рост населения является одним из факторов увеличения объемов производства. За последние годы численность населения в Казахстане стабилизировалась и наблюдается небольшой рост за счет естественного и абсолютного прироста населения.

Среднегодовой естественный прирост составляет положительную величину, которая в 2017 году достигла более 18 млн. человек, что обусловливают тенденцию к последующему повышению потребления мяса и мясных продуктов в целом по Республике Казахстан [4].

Мониторинг анализа внешней маркетинговой среды позволяет выяснить, возможно ли найти дополнительных клиентов, которые, например, купят у вас в ближайшие время продукции на 30 % больше. Социально-экономические факторы также играют особую роль в маркетинговых исследованиях. Общеизвестно, что развития экономики республики, происходящие структурные сдвиги в сферах производства, занятости, инфляции и прочие изменения, которые не могут не отражаться на уровне дохода.

Таблица 1. Социально-экономические показатели денежных доходов населения Республики Казахстан

| Показатели | Годы | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| Номинальные денежные доходы населения в среднем на душу в месяц, ( тенге) | 51 860 | 56 453 | 62 271 | 67 321 | 76 575 |
| Средний размер назначенной месячной пенсии, (тенге) | 29 644 | 31 918 | 36 068 | 38 933 | 42 476 |
| Величина прожиточного минимума (в среднем на душу населения), тенге | 16 815 | 17 789 | 19 068 | 19 647 | 21 612 |
| Доля населения, имеющего доходы ниже величины прожиточного минимума, в % | 3,8 | 2,9 | 2,8 | 2,7 | 2,6 |
| Доля населения, имеющего доходы ниже стоимости продовольственной корзины, в % | 0,2 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 |
| Составлено автором на основе источников (1; 5) | | | | | |

Денежные доходы населения по республике увеличились на 47,6% и составил 76 575 тенге в 2016г. против 51 860 тенге в 2012г. Доля населения с доходами ниже прожиточного минимума снизились на 31,6 %. Доля населения имеющие доходы ниже стоимости продовольственной корзины снизилась до 0,1 % в 2007 году по сравнению с 2001 годом, где она составляла 0,2% [5].

Исследование макросреды предполагает анализ научно-технических и политических факторов. Участники рынка должны постоянно следить за изменениями, происходящими в научно- технической среде, работать в тесном контакте с научно-исследовательскими институтами, оперативно реагировать на новые идеи и возможности. Развитие науки и техники открывает широкие возможности для производства новых видов продовольственных товаров и совершенствования существующих, модернизации технологии производства. Современные технологии дают возможность увеличить объемы производства готовой продукции, что в свою очередь влияет снизить их цен при сохранении качества и пищевой ценности, и делает продукты более доступными для широкого круга потребителей.

На маркетинговые решения существенное влияние оказывают события, происходящие в политико-правовой среде - законы, нормативные документы государственных учреждений, требования групп общественников. Она создает условия для рыночной деятельности и устанавливает правила поведения субъектов рынка. Среди законодательных актов, регулирующих предпринимательскую деятельность, основными является Конституция РК и Гражданский кодекс. Для маркетинговой деятельности наиболее значимыми являются такие элементы макросреды как налоговое законодательство, методы регулирования внешнеэкономической деятельности, другие нормативные документы, регулирующие действия маркетинга, такие как права потребителя, закон о рекламе, закон о товарных знаках и другие.

Природные факторы также играют большую роль в анализе макросреды рынка мяса и мясопродуктов. Казахстан располагает богатейшими пастбищными угодьями и благоприятными природно-климатическими условиями, что создаёт хорошую основу для развития данного рынка.

Культурные факторы проявляют себя в социальном обустройстве общества, что во многом обусловливает потребительское поведение населения, а, следовательно, формы и направления развития данного рынка. Казахстан - многонациональная страна, в которой в мире и дружбе проживают более 150 наций и народностей**.** Вследствие этого, производители мяса и мясопродуктов стараются учитывать особенности потребителей разных народов и национальностей.

Таким образом, мониторинг по анализу внешней и внутренней маркетинговой среды позволяет характеризовать рынок мяса и мясопродуктов, который образует совокупность сил и факторов, оказывающих глобальное влияние на рынок в целом и соответственно на каждое предприятие аграрного сектора в отдельности.

Список литературы

1. Казахстан сегодня /краткий справочник / Астана: 2017. – 47с.

2. Программа по развитию агропромышленного комплекса в Республике Казахстан на 2013-2020 годы (Агробизнес - 2020) Астана: 2013– 97с.

3. Серегин А.Г. Мясопродуктовый подкомплекс Читинской области. – Новосибирск, 2003. – 64 с.

4. Демографический ежегодник Казахстана / Статистический сборник/ Астана: 2017– 60с.

5. Уровень жизни населения в Казахстане/ Статистический сборник/ Астана: 2017– 147с.

## ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В ОБЛАСТИ ЗАНЯТОСТИ

***Бакулина И.А.,***
студент, институт экономики, управления и социальных технологий
ФГАОУ ВПО «Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева – КАИ», г.Казань
***Бадретдинов Р.А.,***
студент, институт экономики, управления и социальных технологий
ФГАОУ ВПО «Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева – КАИ», г.Казань
***Маркова С.В.,***
к.э.н., доцент кафедры Экономической теории и управления ресурсами Казанского национального исследовательского технического университет им. А.Н. Туполева – КАИ

Вследствие разнообразия внутренних регуляторов рынка занятости, а также в силу социальной важности его эффективного функционирования рынок труда нуждается в регулировании. Задачи политики занятости в России – это создание равных возможностей в реализации своих прав на труд и свободный выбор своей деятельности, содействие росту новых рабочих мест, поддержание трудовой инициативы, в первую очередь предпринимательского сектора [6,225].

Для обеспечения социальной и материальной защищенности всех участников рынка необходимо формирование новых социальных ориентиров, а также от качественного выбора инструментов государственного регулирования, новых стандартов и методов в сфере занятости, которые осуществляют управление в рамках программы развития рынка[4,70].

В новых условиях, при постоянно изменяющемся рынке труда, государственная политика занятости должна учитывать уровень социально- экономического развития общества и работать над реализацией проектов научно-технических и социальных программ. На сегодняшний день осуществляется программа в области регулировании рынка труда и занятости населения государством Российской Федерации «Содействие занятости населения», утвержденная постановлением Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. № 298. Целью этой программы является создание условий для благоприятных экономических, правовых и социальных условий для реализации мер по развитию рынка труда. Она разработана, чтобы решать ряд задач, таких как: устранение роста напряженности на рынке труда, увеличение и поддержание высокой квалификации, качества жизни работников и т.п. Существует «Внешняя трудовая миграция» государственной программы Российской Федерации «Содействие занятости населения» от 25 мая 2015 г. № 346. Министерством труда в 2016 году проводится программа «Развитие институтов рынка труда» государственной программы Российской Федерации «Содействие занятости населения». В 2016 году особое внимание уделяется вопросам решений в области инвестиционной, налоговой и финансово-кредитной политики. Важным моментом является то, что меры, направленные на увеличение численности занятого населения и развитие экономики должны оцениваться и корректироваться по ситуации, которая возникает на рынке труда, только в этом случае возможно избежать феномена хронической массовой безработицы [1,94].

В связи с низкой численность экономически активного населения (рисунок 1), принято решение вести работу по программе «Активная политика занятости населения и поддержка граждан, особо нуждающихся в помощи государства».

Рисунок 1 – Численность экономически активного населения в Российской Федерации в 2010 –2014 годах, тыс. чел. [2,71]

Для оценки политики занятости на федеральном и региональном уровнях сфере регулирования рынка труда и занятости важно выделить перспективы развития и рассмотреть прогнозные значения. Для примера, в перспективах потребностей рынка труда до 2020 года ведущие экономисты отмечают стабильную потребность в рабочих профессиях, а именно – строительство, производственный сектор, отрасли экономики, так же в педагогических и медицинских работниках, коммунальной и транспортной сфер деятельности.

В структуре потребности, которая была представлена работодателями в органы службы занятости населения за 10 месяцев 2016 года, наибольшая доля свободных рабочих мест отмечалась по следующим видам экономической деятельности (Таблица 1) [3,32].

Таблица 1 – Структура потребности, заявленной работодателями в органы службы занятости населения по состоянию на 1 ноября 2016 года

| | Вид экономической деятельности | Доля свободных мест, % |
|---|---|---|
| 1 | Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг | 15, 6 |
| 2 | Здравоохранение и предоставление социальных услуг | 7,3 |
| 3 | Образование | 8,5 |
| 4 | Оптовая и розничная торговля | 5,9 |
| 5 | Строительство | 22,1 |
| 6 | Добыча полезных ископаемых | 10,9 |

Важно стабилизировать экономику таким образом, чтобы был найден компромисс между экономическими и социальными результатами, а именно:

1) разработать комплекс мер по развитию механизмов эффективного использования трудового потенциала различных категорий населения, развитию межмуниципальной мобильности, созданию дистанционных рабочих мест;

2) исполнительным органам государственной РФ провести анализ реализуемых мер по кадровому обеспечению отраслей экономики и принять необходимые меры по повышению эффективности их реализации;

3) рекомендовать объединениям работодателей Республики Татарстан активизировать работу по развитию социального партнерства в сфере профессионального образования [5, 117].

Список литературы

1) Вереникин А.О. Занятость и государство в переходной экономике [Текст]: / А.О. Вереникин; МГУ. – М.: ТЭИС, 2013. – 116 с.

2) Капелюшников Р.И. Проблема безработицы в российской экономике. [Текст]: /Р.И. Капелюшников – М.: Экономика, 2015. – 254 с.

3) Малева Т. Российский рынок труда и политика занятости: парадигмы и парадоксы // Государственная и корпоративная политика занятости [Текст]: / Под ред. Т. Малевой. М.: Академия, 2013. – 220 с.

4) Свирина А.А., Маркова С.В. Взаимосвязь типа мотивации и денежного стимулирования: оценка результатов эксперимента //Сегодня и завтра Российской экономики. –2016. –№78. –С.70.

5) Юсупова И.В., Маркова С.В. Актуальные проблемы эффективного использования трудовых ресурсов в Республике Татарстан // Казанский экономический вестник. –2016. –№6(26). –С. 112 – 117.

6) Мухаметшина Ф.А., Шипшова О.А. Конкурентные преимущества хозяйствующих субъектов в условиях глобализации экономики // Научное обозрение. – 2015. –№10-2.

## АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА НА КОСМЕТИЧЕСКИЕ КРЕМЫ

***Власова Е.Н.,***
к.т.н., доцент, ФГБОУ ВО «Ивановский государственный политехнический университет», г. Иваново
***Гянис А.С.,***
магистрант, ФГБОУ ВО «Ивановский государственный политехнический университет», г. Иваново

Изучение потребительского спроса на товары ведется различными способами: путем анализа продаж, опроса посетителей магазина, письменным анкетированием, с помощью телефонного опроса-интервью. Полученные сведения можно рассматривать как

информационный массив, на базе анализа которого можно выявить недостатки в работе торгового предприятия. В связи с этим изучение потребительского спроса является актуальной задачей современной торговли.

Исследование потребительского спроса на косметические кремы проводилось на базе торгового предприятия ООО «Желаем Здоровья», расположенного в городе Тейково Ивановской области [1]. Вначале была разработана анкета и опрошены 100 человек в торговом зале после совершения покупки. Время проведения анкетирования – будние дни.

Установлено, что основными посетителями являются две группы: в возрасте от 51 года и старше (38%) и 41-50 лет (26%). На остальные возрастные группы приходится малое число покупок: 31-40 лет (16%), 21-30 лет (14%) и до 20 лет (6%). Большая часть посетителей магазина представлена женщинами, что составляет 66%, а 34% - лица мужского пола.

По роду деятельности посетителей можно сегментировать следующим образом: пенсионеры - 36%, что связано с основным профилем ООО «Желаем Здоровья» как магазина товаров для здоровья, рабочие - 22%, служащие - 18%, временно не работающие - 10%, студенты - 8%, предприниматели - 6%.

Так как ООО «Желаем Здоровья» располагается на улице Шестагинская, то основные покупатели представлены жителями этого района (86%). Соседняя улица - Комовская, поэтому этот район второй по популярности (6% посетителей). На остальные районы приходится лишь по 2% от общего количества покупателей. Важной характеристикой респондентов является среднедушевой доход в семье на одного человека. От уровня дохода зависит, что себе может позволить купить потребитель из косметических товаров. Установлено, что магазин чаще посещают мало обеспеченные категории населения, 36% имеют доход 7...10 тыс. руб., 24% - 13...18 тыс. руб., 6% - менее 7 тыс. руб., 18% - 10...13 тыс. руб., 16% - более 16 тыс. руб.

Результаты анкетирования по предпочтениям к производителям косметических кремов для лица приведены на рисунке 1. Наиболее часто потребители покупают продукцию «Невской косметики» (22%) и «P&G» (20%), так как она недорогая и соответствует их доходу.

Для характеристики магазина был задан вопрос о том, что привлекает покупателей в ООО «Желаем Здоровья». Анализ ответов приведен в таблице 1. Наиболее высокая оценка соответствует 5 баллам.

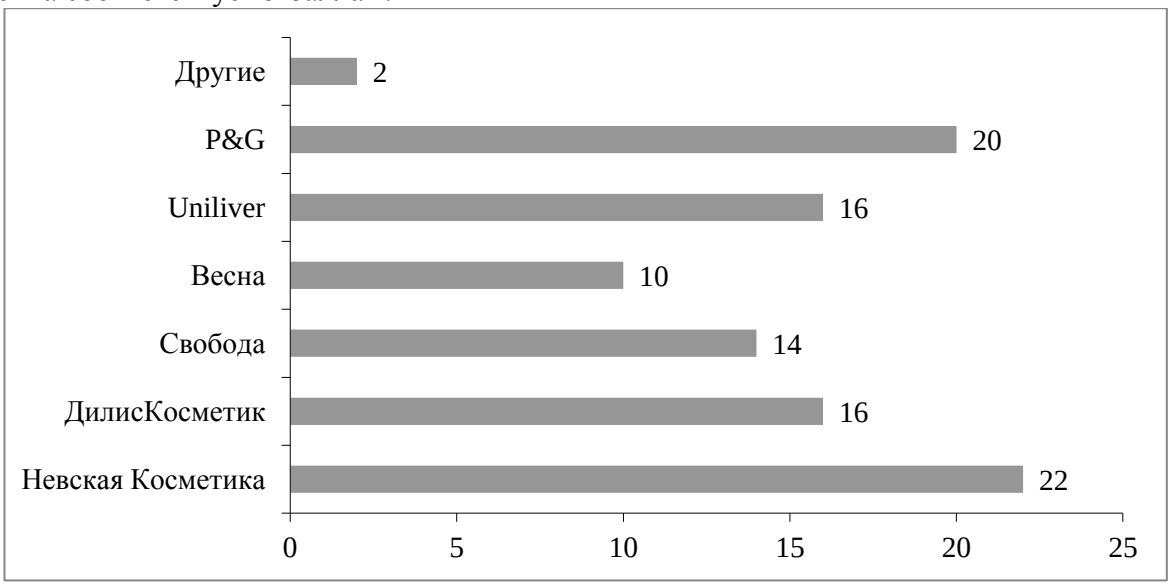



Рисунок 1 – Соотношение популярности производителей кремов, %

Таблица 1 – Причины посещения магазина

| Причина посещения | Балловая оценка |
|---|---|

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| Дизайн зала | 12 | 18 | 38 | 22 | 10 |
| Культура обслуживания | 2 | 10 | 4 | 66 | 18 |
| Выкладка товаров | 18 | 8 | 52 | 12 | 10 |
| Ассортимент | 2 | 18 | 16 | 18 | 46 |

По результатам анкетирования выявлено, что наиболее важен для покупателей ассортимент, потому что 46% этому критерию поставили 5 баллов. Выкладка товаров и дизайн зала интересует посетителей в меньшей степени.

Крема для лица чаще покупаются для увлажнения кожи, что составляет 68% покупок, в качестве основы под макияж их выбирают лишь 12%, а для универсального использования - 18% респондентов. Лишь 2% выбирают данные крема для другого применения.

Далее проанализирована востребованность магазина среди респондентов. Выявлено, что наиболее часто опрошенные покупают крема для лица в магазине «Магнит-Косметик» (28%), в магазине смешанного ассортимента «Высшая Лига» - 20%, в магазине «Лига Здоровья» -18%. ООО «Желаем Здоровья» оказалось лишь на 4 месте по востребованности - 16%. Также были упомянуты магазин «Пятерочка» - 12%, прочие магазины - 6%.

Анализ анкеты выявил, что крема для лица приобретаются не чаще одного раза в месяц (26% респондентов), наиболее популярным стал ответ раз в два месяца (66%), а реже покупают крем раз в полгода (8%). Диапазоны цен кремов для лица приведены на рисунке 2. Установлено, что респонденты (56%) предпочитают покупать крем по цене 101-200 руб., а меньше всего (4%) покупают дорогой крем - более 400 руб.

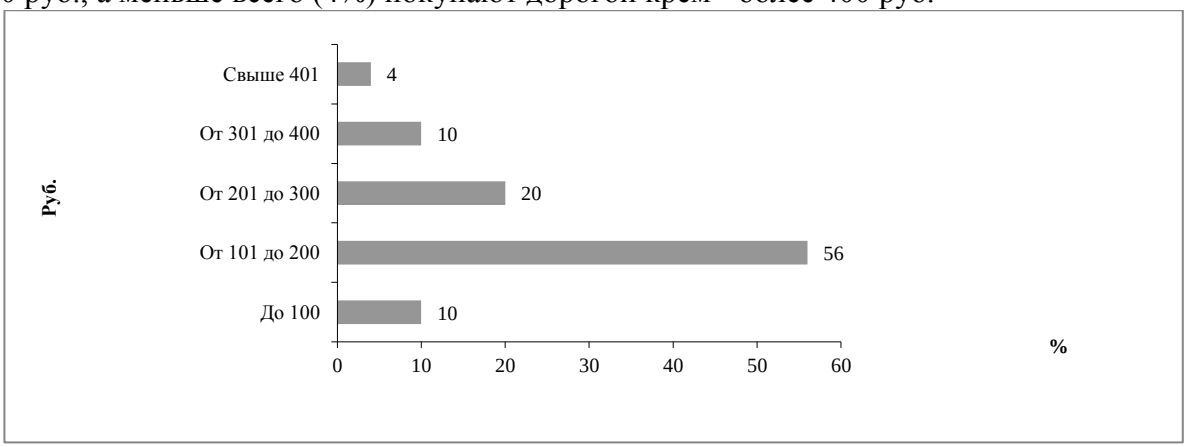



Рисунок 2 – Цена покупки крема для лица, руб.

В таблице 2 приведены факторы, на которые обращают внимание покупатели, выбирая крем для лица.

Таблица 2 – Влияние факторов на совершение покупки крема потребителями, (%)

| Факторы | Баллы | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Производитель | 2 | 6 | 24 | 56 | 12 |
| Состав | 16 | 20 | 12 | 34 | 18 |
| Известность марки | 10 | 16 | 18 | 26 | 30 |
| Цена | 8 | 8 | 6 | 22 | 56 |

При покупке кремов потребители чаще обращают внимание на цену и на известность марки [2].

Таким образом, по данным опроса выявлено, что основной контингент магазина «Желаем Здоровья» представлен женщинами пенсионного возраста, проживающими в районе расположения магазина, с низким среднедушевым доходом в семье 7...10 тыс. руб. Полученные сведения позволят торговому предприятию внести коррективы в

формирование ассортимента, как магазина у дома, и повысить удовлетворенность покупателей ассортиментной политикой и качеством обслуживания.

Список литературы

1. Китаева В.Д., Власова Е.Н. Экспертное исследование качества мыла туалетного твердого / Молодые ученые – развитию текстильно-промышленного кластера (Поиск-2017). Сб. материалов межвуз. науч.-техн. конф. аспирантов и студентов с международным участием. Ч.2. – Иваново: ИВГПУ, 2017. – С. 323-324.

2. Власова Е.Н., Осипова К.Э. Анализ рынка косметических средств для ухода за волосами г. Иваново / Актуальные проблемы потребительского рынка товаров и услуг: сб. статей IV международной научно-практической конференции, посвященной 30-летию Кировского ГМУ 19 апреля 2017 года. – Киров: ФГБОУ ВО Кировский ГМУ Минздрава России, 2017. - С. 52-55.

## РАЗВИТИЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА В РЕСПУБЛИКЕ ДАГЕСТАН

***Гаджикеримова Э.А.,***
Северо-Кавказский институт (филиал) Всероссийский Государственный Университет Юстиции (РПА Минюста России) в г.Махачкале
***Алибеков Ш.И.,***
д.э.н., Профессор, Северо-Кавказский институт (филиал) Всероссийский Государственный Университет Юстиции (РПА Минюста России) в г.Махачкале

Инвестиционная политика на сегодняшний день возникает как один из главных причин, которые способствуют выходу экономики страны из дефицита. По этой причине вопрос активизации инвестиционной деятельности выходит на первый план, а также определение путей и способов привлечения инвестиций, исследование их источников. Данных путей большое количество, они все ведут к обеспечению гарантии возврата, образованию условий, чтобы деньги работали. Республика Дагестан отличается огромным потенциалом для развития инвестиционной деятельности, который на сегодняшний день используется не полностью. В последние годы количество инвестиций в Республике Дагестан постоянно возрастает, но все же этот прогресс обеспечивается только за счет средств бюджетов (в основном федеральных бюджетов), при этом количество отдельных инвестиций в постоянных ценах и стремится к снижению. К тому же, на сегодняшний день роль данных социально-экономического прогресса в Республики Дагестан не очень соответствуют среднероссийским. В республике зафиксирован высокий уровень безработицы, а реальные располагаемые средства населения и большинство качественные характеристики уровня жизни населения, в частности обеспеченность жильем и благоустройство жилищного фонда, ниже среднероссийской нормы. Изменение состояния инфраструктуры, социальная напряженность, клановость в руководстве и криминогенная обстановка образуют значительные ограничения для будущего развития и образования инвестиционного климата в Республике.

Инвестиционный климат - это термин, в которую входят значительные аспекты и стороны жизни страны, которыми пользуется инвестор, как иностранный, так и отечественный, при принятии решений о капиталовложениях.[1]Мобилизация инвестиций в экономику Дагестана имеет стратегические цели, потому как только при общем функционировании разнообразных форм собственности, интернационализации и абсолютной независимости передвижения капитала, товаров и рабочей силы есть возможность построения в Дагестане культурного, социально развивающегося общества, который выделяется высоким уровнем качества жизни населения республики. Стоит отметить, что инвестиции на сегодняшнее время являются основным источником капиталовложений на данном этапе преобразования экономики Дагестана, выведение ее из кризиса. Республика Дагестан обладает достаточно высокими возможностями

рентабельности в таких областях как туризм, животноводство, рыболовство, народные промыслы агропромышленный комплекс и т.д. В таких условиях привлечение инвестиций в экономику и на развитие социальной сферы становится главной задачей[2]. Вместе с тем одним из самых основных отрицательных причин, которые так или иначе влияют на инвестиционный климат, является коррупция. В Дагестане она особенно развивается на плодородной почве клановости, а также этнической принадлежности к определенной национальности. В Республике имеется характерное понимание термина "конкуренция", которое немного различается от смысла данного понятия, обычного в развитых странах с рыночной экономикой. Чаще всего бизнесмен в Дагестане, открыв собственное дело и, заняв таким образом свою нишу на рынке, уже не принимает существование никаких конкурентов в своей области. [3]Для инвесторов, в большей части для иностранных, это является одним из основных причин риска. Другой задачей в этом плане, на наш взгляд, является недееспособность законов, или, как сказал в свое время Салтыков-Щедрин: «Строгость законов российских смягчается необязательностью их исполнения» [4]. К тому же, своеобразной трудностью и образовавшийся менталитет дагестанцев, занимающихся предпринимательской деятельностью. Помимо прочего, правительство республики породило значительное число законов и постановлений, запрещающих или препятствующих импорту, значительно многих видов продукции, не смотря на положения федеральных законов. Это является прямым последствием этих причин.

Таким образом, оказание поддержки местных предприятий и компаний, близкое согласование с ними позволяет более эффективно достигнуть поставленные цели, ради того, чтобы инвестиционная престижность Республики оставалась на высоком уровне, необходимо решать внутренние проблемы экономического и бюрократического характера. На государственном уровне для повышения качества инвестиционного климата в Республике Дагестан необходимо назначения более ответственных за организацию процедур по реализации «дорожных карт» во всех органах исполнительной власти, федеральных органов исполнительной власти территориальных органах по РД и в муниципальных образованиях.

Список литературы

1.Баширов Х.Г., Гамзатов Т.Г. Инновационные механизмы устойчивого развития гидроэнергетической отрасли региона Вестник Университета (Государственный университет управления).- 2010.- №6 (6).

2.Раджабова З.К., Раджабова З.О., Исмаилова П.И. Пути совершенствования инвестиционного потенциала Республики Дагестан // Фундаментальные исследования. – 2017. – № 8-2. – С. 437-441;

3.Экономика Республики Дагестан. - Махачкала: Министерство инвестиций и внешнеэкономических связей Республики Дагестан. 2015.

4.http://aforizmik.ru/rossia-i-russkie/aforizmy-saltykova-shhedrina//электр.интернет-ресурс

## ЭКОНОМИКО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ВАЛЮТНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

***Гаджимагомедова А.А.,***
Северо-Кавказский институт (филиал) Всероссийский Государственный Университет Юстиции (РПА Минюста России) в г.Махачкале
***Алибеков Ш.И.,***
д.э.н., Профессор, Северо-Кавказский институт (филиал) Всероссийский Государственный Университет Юстиции (РПА Минюста России) в г.Махачкале

В настоящий момент российская экономика находится в процессе осуществления серьезных преобразований на пути к созданию международного финансового центра,

целостного и конкурентоспособного в мировом масштабе финансового рынка, совершенствованию валютно-финансового законодательства и интеграции в мировую экономическую систему с одновременным формированием эффективных защитных механизмов в условиях высокой волатильности финансового сектора экономики. Именно поэтому проблемы регулирования валютной сферы национальной экономики занимают одну из ключевых позиций в программах стабилизации экономики. Принятие решений по вопросам политики валютного курса, валютного контроля, валютного законодательства носят стратегический характер и имеют особое значение для экономической безопасности РФ, а также определения ее места и роли в мировом экономическом сообществе.

Цель валютного регулирования заключается в проведении эффективной денежно-кредитной политики, которая выступает инструментом государства в достижении макроэкономических целей, в условиях рыночной экономики[2,с.2]. До 2012 года режим валютного регулирования стремился в сторону либерализации. Государство пыталось оказать противодействие оттоку капитала, который осуществлялся под видом внешнеторговых сделок, ужесточив некоторые нормы в Законе о валютном регулировании. Плавающий курс рубля остается фактором нестабильности российской экономики, усиливая её криминализацию. Введение секторальных санкций со стороны США и Евросоюза оказало негативное влияние и на валютную систему России: увеличился курс доллара к рублю, выросли процентные ставки и масштабы «бегства капитала», ухудшилась экономическая ситуация и состояние инвестиционного климата. Ситуация на мировых финансовых и валютных рынках влияет на стабильность национальной валюты. Поэтому для совершенствования нормативно-правового обеспечения механизма валютного регулирования и валютного контроля России целесообразно использовать опыт зарубежных стран [3,с.7].

Валютный контроль в его классическом понимании в настоящее время в Банке России акцентирован на статистическом обследовании внутреннего и внешнего валютного рынка. Вместе с тем Банк России предпринимает действенные меры валютного контроля в более широком смысле этого понятия, осуществляя мониторинг операций резидентов и нерезидентов и выявляя операции, направленные на вывод денежных средств в иностранной валюте и российских рублях за рубеж. Эти операции имеют признаки сомнительных операций, поэтому задачей Банка России является раскрытие подобного рода схем и разъяснение их поднадзорным субъектам с целью пресечения повторения на практике [5,с.93].

Проблемы валютного регулирования и валютного контроля в условиях экономического кризиса в основном связаны с нормативно-правовой базой и деятельностью агентов: (недоработка документов, которые регламентируют порядок валютного контроля; не определена ответственность экспортеров за недополучение экспортной выручки за отгруженные товары, а также деятельность импортеров за необоснованный перевод иностранной валюты за границу; отсутствует правовая база механизма взаимодействия стран СНГ). Поэтому в сфере валютного регулирования необходимо ввести некоторые ограничения на покупку иностранной валюты и операции с ней при наличии четко прописанных критериев и условий. На наш взгляд, вероятность использования подобного рычага может зависеть от масштаба кризисных явлений и это должны быть явления настолько критические, что сами инвесторы и экономические агенты захотели, чтобы со стороны государственного регулирования были приняты какие-либо меры. При появлении таких симптомов правительству и руководству Центробанка необходимо принимать решение очень быстро, не тратя времени на парламентские процедуры. Сегодня потерять возможность отслеживать незаконный вывод капитала из страны[5,с.94].

Меры валютного регулирования, предпринимаемые в России на сегодняшний день, не позволяют приостановить негативные тенденции. Низкий кредитный рейтинг банковской системы, утечка капитала, высокие показатели сомнительных операций

препятствуют развитию системы валютного регулирования и контроля. Ведь в России, идущей по пути либерализации валютного законодательства применяется достаточно широкий набор методов, предполагающих использование различных инструментов денежно-кредитной и бюджетно-налоговой политики. Однако, к сожалению, в настоящий момент существует лишь один реально действующий инструмент валютного регулирования на случай кризисных явлений - требование репатриации валютной выручки. На наш взгляд, было бы целесообразно дополнить и другими инструментами такими, как возможностью регулятора устанавливать сроки репатриации, режим специальных счетов для проведения валютных операций, требование обеспечения экспортных контрактов аккредитивами или банковскими гарантиями.

Трансформация валютного регулирования и контроля является необходимой мерой для снижения утечки капитала. Банк России должен продолжить совершенствовать валютное законодательство: четко определить основные понятия в сфере валютного регулирования, разграничить ответственность за нарушение валютного законодательства, улучшить механизм противодействия утечки капитала [6,с.160]. К тому же и существующая сейчас законодательно регламентированнаясистема обмена информацией в форме электронных документов между таможенными, налоговыми органами, Центральным банком РФ, уполномоченным Правительством РФ органом валютного контроля (Росфиннадзором) и уполномоченными банками о зарегистрированных таможенными органами декларациях на товары, налоговыми органами сведений об открытии счетов за рубежом, а также о проведенных банками валютных операций не соответствует требованиям достаточной срочности и полноты отражения информации для целей оперативности валютного контроля [4,с.7].

Таким образом, нынешние меры валютного регулирования носят «поддерживающий» характер и не в полной мере соответствуют макроэкономической политике, направленной на создание развитой стабильной экономики с сильной мировой валютой, способствующей формированию долгосрочного благоприятного инвестиционного климата в стране. Думаю, что в будущем система валютного регулирования должна быть направлена на создание адекватных условий для экономического роста, содержать в себе одновременно и инструменты для стимулирования инвестиций и для противодействия незаконному оттоку капитала [4,с.5].

Список литературы

1. О валютном регулировании и валютном контроле - Федеральный закон от 10.12.2003 N 173-ФЗ (ред. от 18.07.2017) // Собрание законодательства РФ. 2017. //Справочно-правовая система «консультант плюс» 02.12.2017

2. Кочетков В. В. от строгого регулирования к либерализации // Финансист. Художественно-познавательный журнал про деньги.- 2015. № 3. с. 2

3. Лобов А. В. Рекомендации по регулированию валютной политики российской федерации в современных экономических и политических условиях //Экономика и менеджмент инновационных технологий.-2015. - №8 с.37

4. Нестеренко Е.А., Семернина Ю.В., Сомова О.В. Стратегические направления совершенствования государственного регулирования валютного рынка в России // Управленец. - № 2. 2016.- с.2-10

5. Шалагинова А.А., Шляпина К.А., Светлаков А.Г. Валютная безопасность России // Наука, техника и образование.-2015.-№2- с.93-95

6.Ширшова М. А. Направления совершенствования регулирования инфраструктурных организаций на мировом финансовом рынке // Валютное регулирование. Валютный контроль. 2017.-№5-6.с.160-161

# КРЕДИТОВАНИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИИ

***Гараева Д.Ф.,***
к.э.н., доцент, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Предпринимательство играет огромную роль в жизни общества и страны в целом. Именно оно является фактором повышения материального и духовного благополучия, мощным двигателем экономического прогресса. Малое предпринимательство, являясь самостоятельным и незаменимым элементом рыночной экономики, способствует структурной перестройки экономики, укреплению экономической базы регионов, увеличению общих объемов производства и розничного товарооборота, создает благоприятную среду для развития конкуренции, обеспечивает занятость населения, стимулирует внедрение достижений научно-технического прогресса. Динамичное функционирование малого бизнеса, способствует повышению благосостояния людей, улучшению социально-экономической сферы деятельности в стране, но для этого необходима государственная поддержка, чтобы малый бизнес был объектом стратегического развития государства.

В настоящее время Россия сталкивается с множеством проблем развития малого предпринимательства. Одни из них это трудности в области финансовой поддержки, высокие процентные ставки по кредитам. Несовершенство финансово-кредитных институтов в нашей стране негативно сказывается на развитии малого предпринимательства. Несмотря на то, что в последнее время банки внедряют новые программы кредитования малого и среднего бизнеса, финансирование этого сегмента бизнеса осуществляется не в той мере, как того требует рынок. Совокупный объем кредитов, выданных банками малому и среднему бизнесу в России за 2016 год, составил 5,3 трлн рублей, что на 3% ниже уровня 2015 года. Несмотря на сжатие объемов рынка на протяжении последних трех лет, темпы прироста выдач кредитов МСБ в прошлом году показали менее пессимистичную динамику по сравнению с предыдущими периодами (-28,3% за 2015 год, -5,6% за 2014 год). Объемы кредитов предоставленных МСБ за II и IV кварталы 2016 года достигли результатов аналогичных периодов 2015 года. Динамика обусловлена понижением ключевой ставки и некоторой стабилизации экономики во второй половине 2016 года, и как следствие снижением стоимости кредитов.

Поддержку рынку кредитования МСБ в 2016 году оказало оживление интереса со стороны крупнейших банков. Если в 2014–2015 годах ключевые участники рынка были вынуждены свернуть кредитование малого и среднего бизнеса на фоне возросших кредитных рисков в сегменте и переориентироваться на крупный бизнес, то в 2016 году банки показали повышенный интерес к кредитованию МСБ. Объем выданных крупнейшими банками кредитов МСБ вырос на 18,6% за 2016 год против сокращения на 32,6% годом ранее. Одной из причин активизации крупных банков стала программа стимулирования кредитования малых и средних предприятий «Шесть с половиной», позволяющая банкам привлекать дешевое фондирование от Банка России, что также расширило МСБ доступ к кредитным ресурсам.

Требования банков к залоговому обеспечению также остаются довольно высокими и являются одним из ключевых препятствий для бизнеса при получении кредита. Решению данной проблемы может способствовать национальная гарантийная система. Как и в 2015, в 2016 году только 2% объема выданных кредитов было обеспечено поручительствами гарантийных фондов. За последние три года уровень покрытия банковских кредитов МСБ поручительствами РГО не превышал 2,5%. Процентные ставки по кредитам малому и среднему бизнесу на срок свыше года на большинство отчетных дат 2016 года оказались ниже, чем по краткосрочным ссудам. Ставки по долгосрочным кредитам крупному бизнесу, напротив, превышают стоимость краткосрочных заимствований, что делает сегмент МСБ схожим с розничным кредитованием.

Долгосрочное кредитование подразумевает более детальную оценку финансового положения заемщика и высокие требования к обеспечению, что снижает стоимость риска для банков и соответствующим образом отражается на процентных ставках. Кроме того, в условиях, когда участники рынка ожидают восстановления экономики после кризиса и снижения процентных ставок, ставки по долгосрочным кредитам могут снижаться быстрее, в то время как стоимость коротких ссуд будет больше зависеть от текущей стоимости фондирования.

В 2014–2015 годах крупнейшие банки значительно сократили объемы финансирования малых и средних предприятий (более чем на 40% за два года). Причиной этому, помимо ухудшения платежеспособности небольших компаний, послужила необходимость перейти от стандартизированной оценки потенциальных заемщиков к индивидуальной – для углубленного и более точного анализа рисков клиента в период кризиса. Для крупных игроков подобное изменение в процедуре принятия решения по кредитным заявкам означало существенный рост издержек в расчете на одну сделку. Средние и небольшие банки, принимающие решения по кредитным заявкам в большинстве случаев на индивидуальной основе, показали меньшее по сравнению с крупнейшими банками падение выдач и объема кредитного портфеля МСБ в 2015 году. В результате небольшие кредитные организации смогли укрепить свои позиции на рынке кредитования малых и средних предприятий. Однако в 2016 году ситуация кардинально изменилась. Крупнейшие банки, имеющие доступ к более дешевым ресурсам по сравнению с остальными участниками рынка, проявили повышенный интерес к малым и средним компаниям и значительно нарастили объем выданных кредитов МСБ (+18,6% за 2016 год), что фактически замедлило падение рынка.

В 2017 году, как и в 2016 лидером по величине кредитного портфеля остается Сбербанк (см. таблицу 2). Россельхозбанк потеснил ВТБ 24 и занял вторую позицию в рейтинге на 01.01.2017. Наибольшие темпы прироста портфеля кредитов МСБ из 30 крупнейших банков по активам показал Московский кредитный банк, что позволило ему подняться на десять позиций вверх и занять 9-е место в рейтинге. Кроме того, в топ-10 по сравнению с результатами 2015 года вошел Бинбанк, объем кредитного портфеля которой за прошлый год увеличился на 38%. Промсвязьбанк замкнул десятку лидеров, продолжая сокращать объем портфеля кредитов МСБ (-10% за 2016 год) после двукратного снижения за 2015 год.

Таблица 1 – Рейтинг банков по величине кредитного портфеля МСБ

| Место в рейтинге | | Наименование банка | Объем кредитного портфеля МСБ, млн руб. | |
|---|---|---|---|---|
| на 01.01.17 | на 01.01.16 | | на 01.01.17 | на 01.01.16 |
| 1 | 1 | ПАО Сбербанк | 961 604 | 993 818 |
| 2 | - | АО "Россельхозбанк" | 505 451 | 584 180 |
| 3 | 2 | ВТБ 24 (ПАО) | 176 316 | 144 334 |
| 4 | 3 | ПАО "МИнБанк" | 85 955 | 89 619 |
| 5 | 5 | ПАО "Банк "Санкт-Петербург" | 63 807 | 66 253 |
| 6 | 6 | ПАО "АК БАРС" БАНК | 50 498 | 50 521 |
| 7 | 7 | ТКБ БАНК ПАО | 45 877 | 48 313 |
| 8 | 14 | Банковская группа БИНБАНКа | 44 044 | 31 838 |
| 9 | 19 | ПАО "МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК" | 42 851 | 20 260 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 10 | 8 | ПАО "Промсвязьбанк" | 41 770 | 46 639 |

Таким образом, развитие рынка кредитования малого и среднего бизнеса в 2017-2018 годах зависит от скорости восстановления экономики страны в целом. Помимо макроэкономических факторов, на малый и средний бизнес продолжит оказывать давление высокий уровень фискальной и административной нагрузки. Крупнейшие банки продолжат наращивать свои позиции в сегменте малого и среднего бизнеса за счет доступа к дешевому фондированию, а также более широкой продуктовой линейки и гибких условий кредитования. Совокупная динамика объема выданных кредитов малому и среднему бизнесу будет определяться активностью крупнейших банков, в то время как небольшие банки продолжат демонстрировать сокращение портфеля при сохранении его невысокого качества.

Список литературы

1. Павлова Е. Кредитование малого и среднего бизнеса в России по итогам 2016 года Тетерин В., Коршунов Р. – 2017 – с.6-13.

2. Кредитование малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс],- http://www.banki.ru/wikibank/kreditovanie_malogo_i_srednego_biznesa_wiki/ -статья в интернете (Дата обращения 1.10.2017).

## НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ СУЩНОСТИ ЦЕЛЕЙ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ В РФ

***Дадашев И.С.,***
Северо-Кавказский институт (филиал) Всероссийский Государственный Университет Юстиции (РПА Минюста России) в г.Махачкале
***Алибеков Ш.И.,***
д.э.н., Профессор, Северо-Кавказский институт (филиал) Всероссийский Государственный Университет Юстиции (РПА Минюста России) в г.Махачкале

Организации – это ключевые участники гражданского оборота производящие большую часть товара и услуг на современном рынке. Сущность и цель организации играют большую роль в самой деятельности. Регулирование и переосмысление данного вопроса на данный момент, имеет всеобщую важность для экономики и рыночных отношений. Важность сущности и целей юридических лиц, обуславливается становлением и развитием рыночных отношений в России. Переосмыслении представлении видов юридических лиц, основных целей и задач организации очень важна для государства и для экономики. Действующее законодательство в современных условиях не учитывают все важные особенности и природу юридических лиц, касательно сущности и целей организации. Существующая старая тенденция нуждается в переосмыслении и изменении, так как для современной экономики характерно высокие темпы развития и рост товара-денежных отношении и производства на предприятиях и возникновение новых услуг, некое сходство с живым организмом, постоянно прогрессируется и видоизменяется, что является признаком роста. Такое же определение применимо и к коммерческим организациям. [6]

Институт юридических лиц в России, появился достаточно недавно, взгляды и представление об организациях со временем немного изменились, по сравнению с тем периодом, когда они только возникли у нас и начали осуществлять свою деятельность, но также нужно отметить желание законодательства развиваться и учитывать современное положении экономики и потребности общества. Подтверждением данной тенденции является изменение затрагивающие практически все стороны гражданского оборота, начиная с процедуры создания юридических лиц и заканчивая регулированием правоотношений в сфере интеллектуальной собственности, но основные изменение не

коснулись о сущности и целях юридических лиц, что по нашему мнению, является некой упущенной возможностью интегрировать наше законодательство об организации, под современные потребности и реалии, что в свою очередь пагубно отразится на деятельность данных организации и в целом на экономику и товара-рыночные отношения.

В статье 50 ГК РФ, юридические лица подразделяются на два вида, коммерческие и некоммерческие юридические лица, в зависимости от цели и задачи организации определяется, для чего организация создается, какие цели она преследует.

Коммерческие организации - основной своей целью ставят извлечение прибыли от свой деятельности, с последующим распределением средств между участниками данной организации, данная цель устанавливается в уставных документах организации, то есть задача данного вида юридического лица, это получение прибыли, а все остальное имеет вторичный или косвенный характер.

Некоммерческие организации - не имеют в качестве основной своей задачи и цели получение прибыли, также не осуществляется процесс распределения средств между участниками организации (учредителями) [5].

Отличие между ними заключается в целях. Основной целью некоммерческих организации, это достижение благотворительных, социально-культурных, образовательных, моральных потребностей для реализации этих целей, некоммерческое юридическое лицо может вести предпринимательскую деятельность, поскольку это необходимо для достижения основных целей, в свою очередь коммерческая организация, предпринимательская деятельность это основной вид деятельности, поскольку с помощью него организация извлекает выручку для последующего распределения между учредителями. Проблема в том, что, законодателями не учтены организации, которые ставят своей основной целью систематичное извлечение выручки, наряду с предпринимательской деятельностью и также удовлетворение социально-культурных, образовательных, моральных потребностей данной организацией. Совместно действующей концепцией разделения организации на коммерческие и некоммерческие, предлагаем внести изменение или некое дополнение к статье 50 ГК РФ и выделить новый вид юридических лиц, ставящих в качестве основной целью осуществление предпринимательской деятельностью с последующим извлечение выручки как основных из двух задач и целей и также повсеместно удовлетворение социальных, культурных, моральных, благотворительных потребностей организацией. [1] Считаем, что данная концепция хорошо отразит реальное положение и состояние рыночных отношений и благоприятно повлияет на экономику.

Отличие от действующих видов организации заключается в некой уникальности и многофункциональности данных юридических лиц, ведь данные организации смогут осуществлять предпринимательскую деятельность с извлечением выручки и равным образом могут осуществлять и благотворительную деятельность для удовлетворения моральных потребностей, модернизация. Следовательно мы тут видим некое удовлетворение моральных потребностей, но в соответствии гражданского законодательства РФ, основной целью удовлетворение моральных потребностей присуще только некоммерческим организациям, но на данном примере мы видим что это концепция разделения лиц на два типа, уже устарела и нуждается в изменении или поправке, то есть гражданское законодательство нам толкует одно, но, на самом деле на практике происходит абсолютно другое, коммерческие организации, свободно владея своими капиталами, на добровольной основе удовлетворяют свои моральные потребности в совершении общественно-полезных действий, но законодательное отражение отсутствует, что не является положительным показателем и подчеркивает необходимость регулировании данного вопроса.

Также необходимо предложить мотивацию со стороны государства на совершении общественно-полезных действий юридическими лицами, Например, представим что наша инициатива о переосмыслении целей организации, нашла свое место в законодательстве и

появился новый вид коммерческого юридического лица осуществляющий предпринимательскую деятельность с извлечением выручки, но, в то же время на ряду с основными задачами ставит моральное удовлетворение потребностей, для мотивирования особенно крупных организации с большими капиталами, необходимо предоставить данным юридическим лицам, определенные льготы и гарантии, возможность выбора налогового режима и иные мотивирующие меры в сфере налогообложения.

Предложенная нами инициатива имеет следующие преимущества:

– Большой спектр правовых и экономических возможностей организации.

– Усовершенствование и гибкость гражданского законодательства в сфере юридических лиц и финансовой сущности организации.

– Толчок развития рыночных отношений в России.

– Мотивирование юридических лиц в совершении общественно-полезной деятельности.

Список литературы

1. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 29.07.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 06.08.2017) //Справочно-правовая система «консультант плюс» 01.12.2017

2. Федеральный закон от 08.08.2001 N 129-ФЗ (ред. от 30.10.2017) "О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей"//Справочно-правовая система «консультант плюс» 01.12.2017

3. Герасимова В.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности промышленного предприятия. - М.: КНОРУС, 2011. с.250

4. Кирилловых А.А. Корпоративное право. - М.:Юстицинформ, 2009.с.192

5. Шиткина И.С. Корпоративное право в таблицах и схемах. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юстицинформ, 2016. с.207

6. Экономика и финансы предприятия. 2-е изд., перераб. и доп.- М.: Синергия, 2014 с.352

## РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В ТАТАРСТАНЕ

***Иванова И.В.,***
студентка, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Гараева Д.Ф.,***
к.э.н., доцент, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Мировая практика подтверждает, что деревенский туризм активно способствует решению основных социально-экономических проблем села. Поэтому сельский туризм это модная тенденция в Зарубежных странах, но не популярный сектор туризма в России. Можно сказать, что развитие агротуризма в России идет весьма медленно и не системно. Однако для России, в частности Татарстана, это направление может стать одним из важных источников получения доходов для сельских территорий и рыночной нишей для многих сельских предпринимателей. Деревенский туризм – это временное проживание туристов в сельской местности с целью отдыха и заработка. Такой туризм дает человеку возможность приблизиться к природе, расслабиться отдохнуть, набраться сил, изучить историческое, культурное, этнографическое, а также архитектурное наследие Татарстана. Развитие туризма на сельских территориях является социально значимым видом предпринимательской деятельности, который способствует устойчивому развитию сельских территорий: развитию инфраструктуры, улучшению качества жизни, увеличению доходов местного населения, созданию рабочих мест, поддержке и сохранению традиций и культуры, сохранению экологии. Деревенский туризм оказывает положительный эффект на развитие сельской территории и региона в целом,

поэтому развитие индустрии туризма становится приоритетной экономической задачей государства.

В Республике Татарстан есть все возможности для развития сельского туризма, в том числе среди молодежи. Популяризация сельского туризма среди молодежи в Татарстане должна быть одной из составных частей общереспубликанской программы развития туризма в республике. Деревенский туризм в Татарстане может позволить окунуться в сельскую и деревенскую жизнь татарского народа, отдохнуть от городской суеты, подоить корову, позаниматься лошадьми, накормить поросят или телят, послушать петухов по утрам и ощутить на себе прочие неотъемлемые атрибуты деревенской жизни. Наша страна обладает колоссальными ресурсами для развития сельского туризма. При правильном подходе к организации и продвижению сельского туристического продукта, Россия может рассчитывать на значительные социально-экономические дивиденды. Сельский туризм может стать самоорганизующейся системой, способной решать основные социально-экономические проблемы села.

Список литературы

1 Уланов Д. А. Туризм на сельских территориях: опыт, проблемы, перспективы // Молодой ученый. — 2013. — №6. — С. 455-459.

2 Шакирова Э. Н. Развитие сельского туризма в России// Экономическая наука и практика: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Чита, февраль 2013 г.). — Чита: Издательство Молодой ученый, 2013.

## ПОНЯТИЕ И ТИПЫ КОБРЕНДИНГА

***Исаева Д.Н.,***
Казанский Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Шарафутдинова Н.С.,***
Казанский кооперативный институт, г.Казань

В настоящее время компаниям становится все сложнее удержать свои рыночные позиции и, учитывая сильную конкуренцию, приходится придумывать новые способы и инструменты продвижения, основанные на кооперации. Актуальным инструментом является Кобрендинг.

Данный инструмент представляет собой «объединение брендов». Размещение в рекламном поле двух или более брендов, объединённых одной целью и сообщающих о программах для потребителя. Способ усиления коммуникативного воздействия на аудиторию. [1]

Кобрендинг - Выражается в использовании (комплексном, совместном) каналов, коммуникационного характера несколькими компаниями-партнерами для увеличения доли и веса в своей нише, при этом объединенный эффект, должен в разы превышать, результаты деятельности, компаний в реализации этих же товаров, но в отдельности. Следовательно, при меньшем инвестировании, в сравнении с традиционными маркетинговыми операциями, эти проекты позволяют в разы увеличить экономический эффект, за счет «накопления» человеческих и финансовых ресурсов.

Одним из не многих успешных примеров кобрендинга в нашей стране, является сотрудничество банков с авиакомпаниями [2].

Д. Аакер указывает, что совместный брендинг – это классический способ достижения синергизма, когда два бренда вместе могут поделить между собой расходы и риски при создании и запуске нового товара. Кроме того, они могут обеспечить ассоциации, сочетание которых способно создать дифференцирующий признак» [3].

Стоит отметить, что в современном мире понятие кобрендинга имеет отношение сугубо между 2-мя и более коммерческими структурами, однако за последнее время

появилось потребность в новых типах кобрендинга, которые завязаны на кооперации коммерческого и некоммерческого сектора, и являются не менее эффективными [4].

Социальный кобрендинг – это новая форма маркетингового взаимодействия компаний и неприбыльных организаций, нацеленная на решение актуальных социальных проблем общества. В статье рассматривается сущность социально значимого кобрендинга, а также факторы, обеспечивающие успех альянсам, заключаемым «на пересечении» коммерческого и неприбыльного секторов экономики [5].

Конечным продуктом его функционирования выступает совместный проект, способствующий решению социальной значимой проблемы и тем самым положительно влияющий на имидж компании, участвующей в его реализации. Важным отличием социально значимого альянса от других типов кобрендинга является его «трансграничный», кросс-секториальный характер, предполагающий взаимодействие участников, представляющих две принципиально различные подсистемы экономики – коммерческую и неприбыльную. [5]

Л. Джонсон определяет кросс-секториальный альянс как развивающиеся отношения между двумя партнерами из разных секторов, вовлеченных в сотрудничество, основанное на согласованных целях, намерениях и стратегиях, которое в будущем должно обеспечить взаимовыгодный и понятный результат в виде улучшения функционирования каждой из них [6].

С. Хоффлер и К.Л. Келлер утверждают, что для компаний, которые в целях поддержания конкурентоспособности своей продукции предполагают интегрировать в свои бренды социальные ценности, такие альянсы должны стать стандартной кобрендинговой стратегией [7].

Ярким примеров данного типа кобрендинга выступает благотворительный фонд «Дом РоналдаМакдоналда» компании McDonald's, реализующий программы по организации семейных комнат в детских отделениях больниц, помощи физически и умственно отсталым детям, организации праздников в детских домах и интернатах.

Последний и наиболее интересный тип – это социально-коммерческий кобрендинг, способный более эффективно решать задачи коммерческого сектора, сотрудничая с некоммерческим.

Основным отличием социально-коммерческого кобрендинга от социального кобрендинга, в том, что он сосредоточен на взаимовыгодное сотрудничество с четко обозначенной бизнес стратегией для коммерческой стороны и социальным эффектом для некоммерческой, то есть каждая из сторон понимает эффективность сотрудничества, акцентируя внимание не на благотворительной составляющей, а на сопоставлении полученных бизнес результатов для каждой из сторон.

Пример социально-коммерческого кобрендинга хорошо отображает социально-спортивное движение «Зеленый Фитнес», которое заключило сотрудничество с компанией «Татнефть». Деятельность движение сосредоточена на организации еженедельных бесплатных спортивных мероприятий для людей всех возрастов и любого уровня подготовки, с помощью чего удается привлекать большое количество трафика на мероприятия, тем самым увеличивая охват аудитории. Выгода сотрудничество для компании «Татнефть» состоит в том, что она получает понятные маркетинговые возможности, благоприятно влияющие на имидж компании, а также различный спектр рекламных услуг для реализации своей розничной продукции участникам мероприятий. В свою очередь социально-спортивное движение «Зеленый Фитнес» получает возможности на реализацию данной деятельности и, как следствие, увеличивает популярность спортивных занятий и продвигает здоровый и активный образ жизни, тем самым достигая своей основной цели.

Таким образом, понятие кобрендинга приобретает новые формы развития, и появление новых типов помогает активно решать задачи, как коммерческого сектора, так и некоммерческого.

Список литературы

1. Англо-русский толковый словарь. Маркетинг и торговля. — М.: Экономическая школа, ОЛМА-ПРЕСС Образование, 2005. — 83 с.
2. Литвинов Н. Н. Кобрендинг на высоте (Hi-levelCobranding) // Identity. — 2007. — № 13(4). — С. 96-105. (на русском и английском языках).
3. Аакер Д.А. Создание сильных брендов. М.: Изд. дом Гребенникова, 2003.
4. Туркин С. Causerelatedmarketing: подарок вашим клиентам // Управление компанией. 2004. № 12.
5. Хмелькова Н. В. Кобрендинг социальных проектов, г. Екб, 5–6/21–22/2011
6. Johnson L. C. Understanding The Role Of Cross-Sector Strategic Alliances In The Age Of Corporate Social Responsibility: Analysis Of Private And Nonprofit Sector Relation. TheFletcherSchool, 2005.
7. Hoeffler S., Keller K.L. Building Brand Equity Through Corporate Societal Marketing // Journal of Public Policy & Marketing. 2002. № 21 (1). P. 78–89.

## РЕКЛАМНАЯ СТРАТЕГИЯ БРЕНДА – ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

***Истаева А.А.,***
к.э.н., доцент, Университет Нархоз, Республика Казахстан, г. Алматы
***Манап А.С.,***
к.э.н., доцент, Университет Нархоз, Республика Казахстан, г. Алматы

Формирование общей стратегии коммуникации является первым шагом в планировании продвижения любого бренда. В плане отражаются основные цели продвижения продукта, выбранная для рекламной кампании целевая аудитория, оценивание эффективности стратегии продвижения и ее основные показатели, общий бюджет на рекламу.

При продвижении бренда и построении рекламной стратегии для нее необходимо учитывать психологические особенности потенциальных потребителей, это является причиной наиболее из результативных технологий продвижения бренда и называется "принцип сопричастности". Описывая данный принцип, можно сказать, что большинство людей на подсознательном уровне хотят быть причастными к той или иной категории людей, таких как: стильные, успешные, здоровые, богатые, спортивные, модные и т.д.

Маркетинговые стратегии рекламодателя влияют на рекламные стратегии, которые связаны с ориентированностью рекламы на целевую группу типа рынка, рыночной позицией, стадиями жизненного цикла продвигаемой продукции, диверсификацией. Рекламодатель всегда должен учитывать период времени для восприятия рекламы потенциальным потребителем, анализ предыдущих стратегий, степень риска в их выборе.

Способность превращать атрибуты в положительные преимущества для потребителей в определенных рыночных ситуациях является основой результативности рекламной стратегии предприятия. Достижение определенных маркетинговых целей поставленных компанией описывается в стратегии формирования атрибутов в рекламе.

В настоящее время реклама превратилась в самостоятельный вид человеческой деятельности, в рекламный бизнес. Основой его успеха, является правильное, качественное, грамотное, профессиональное управление. Успех современной компании, в условиях рыночной экономики во многом обусловлен профессионально и качественно реализуемой рекламной кампанией. Правильно выбранная стратегия продвижения способствует обеспечению для компании целевых объемов продаж при оптимальных расходах на рекламу [1, с. 174].

Учитывая внутренние ресурсы предприятия, краткосрочной и долгосрочной стратегии развития, необходимо выбирать рекламную стратегию и задачи, которые перед ней установлены.

Определяющий смысл рекламной стратегии заключена в том, чтобы определить смысловую нагрузку о товаре, передаваемой посредством рекламы, для выделения его среди товаров конкурентов, донести до потребителя выгоду, которую может приобрести с покупкой данного товара. В маркетинге выделяют четыре области деятельности и принятия решения, называемые комплексом маркетинга. Данная комбинация четырех инструментов позволяет создать целую маркетинговую программу для бренда. Роль рекламы велика, но она является лишь частью инструмента маркетинговой деятельности, один из многих инструментов использующихся для продвижения бренда.

В комплексе маркетинга роль рекламы - заключается, чтобы выявить способность рекламы передать целевой аудитории ценность того, что предлагает бренд. Но не всегда ценность бренда заключается в его материальных аспектах. Для потребителей небезразлична ценность бренда, но им необходимо удобное расположение места продажи, условия гарантии и доставки. А также, немаловажную роль играет эмоциональные составляющие бренда - безопасность, надежность, качество, партнерство, престиж. Так как современный потребитель желает видеть эти многообразные ценности в одном бренде, маркетолог должен определить, какие из составляющих маркетинг микса выбрать и применить для привлечения и удовлетворения потребностей потенциальных потребителей.

Основной критерий эффективности рекламы - это ее целенаправленное воздействие на выбранную группу потребителей. Эффективность рекламного послания снижается при единовременной попытке привлечь внимание, увеличить, обратить или сохранить аудиторию методом заполнения рекламного послания большим количеством информации, направленную на разную целевую аудиторию. Стратегия сообщения рекламы всегда должна учитывать действия конкурентов, для уверенности в том, что реклама говорит об иной информации и не связана с информацией конкурентов, и необходимо исследовать прошедшие шаги конкурентов, чтобы знать, как конкуренты оповестили рынок и его потребителей о своем товаре.

Бренд является самым ценным активом компании. Он позволяет компании активно заявлять о своем присутствии на рынке. Бренд теряет свою конкурентоспособность без рекламы [2, с. 135].

Стратегия рекламной кампании включает в себя 3 ключевых момента: выбор целевой аудитории, и определение позиции товара или услуги на рынке, создание концепции рекламной кампании.

Любая компания при продвижении своего бренда на рынок использует определенный минимум из списка всех возможностей, к такому минимуму можно отнести: создание собственной дилерской сети, телевидение, Интернет реклама, радио, спонсорство, презентации, ярмарки, выставки и большее множество других вариантов. Каждая компания выбирает свой минимум в зависимости от рекламного бюджета. Большие баннера с логотипом бренда, лифлеты, проспекты, листовки, сувениры с логотипом являются эффективным средством в тяжелом деле, как продвижение бренда, узнаваемость компании или бренда в целом за счет таких материалов значительно растет [3, с. 217].

Резюмируя вышеизложенное, выделим что, в процессе создание рекламной стратегии бренда анализируется состоявшаяся ситуация на рынке, текущие позиции продвигаемого бренда, изучение компаний конкурентов и их рекламную деятельность, необходимо провести оценку восприятия потребителями бренда, изучение потребительского поведения и степень ее изменчивости по отношению к товару. Рекламная стратегия бренда должна подчиняться сложившейся ситуации на рынке и удовлетворять потребности покупателей. Эти критерии являются основой всех рекламных сообщений и способствуют определению основной идеи на которой и базируется вся рекламная кампания. Фишки разрабатываемых рекламных материалов базируются на основных элементах успеха конкурентного преимущества предприятия. В процессе

рекламной кампании предприятия строится образ компании, в основе которого лежат позиционирование и имидж предприятия.

Основные элементы успеха компании дают возможность усилить свою позицию на рынке. Так как успешно выбранная рекламная стратегия определяет будущий результат кампании и позволит рационально использовать ее ресурсы.

Список литературы

1.Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR, М., 2001. - 364с.

2.Рожков И.Я.. Реклама: планка. для профи.. М., 2008. - 208с.

3.Клифтон Р., Симмонс Д.. Бренды. и брендинг.. М., 2008. - 352 с.

## ЭКОНОМИКА СОВМЕСТНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ: ОБЩИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

***Иштирякова Л.Х.,***

аспирант, ГБУ «Центр перспективных экономических исследований Академии наук Республики Татарстан»

Появление и применение онлайн платформ в электронной коммерции повлекли за собой не только изменение механизма и инструментов торговли, но и поведения потребителей. Стремительно развивающиеся модели, в том числе экономика совместного потребления, призваны смягчить такие социальные вопросы, как чрезмерное потребление, неравномерное распределение ресурсов, отсутствие доступа к тем или иным благам бедных слоев населения, экологические проблемы и ряд других.

В свете растущего количества видов кооперации посредством онлайн платформ исследование направлено на обозначение общих характерных черт такого явления, как экономика совместного потребления.

Keywords: collaborative consumption, sharing economy, Internet platforms, digital economy.

Ключевые слова: совместное потребление, долевая экономика, Интернет-платформы, цифровая экономика.

Основными общими характеристиками данной экономической системы являются:

1. наличие рыночного посредничества, обеспечивающего обмен товарами и появление новых услуг;

2. наличие недоиспользуемых, нерационально используемых активов или услуг, что включает целый ряд вещей, от физических активов, денег до навыков и времени людей. Благодаря появившимся возможностям люди начинают зарабатывать на использования активов на уровне, близким к их полной мощности. Примечательно, что физические активы в данной системе предоставляются в виде услуг. Например, хозяин дома может сдать его в аренду на время своего отъезда в отпуск либо командировку. Кроме того, повышается экономическая ценность данных активов для их владельцев;

3. появление сетей, основанных на массовом участии связанными с данными распределенными системами людей и сообществ;

4. временность, т.е. использование временных моделей пользования активами либо услугами, основанные не на передаче собственности, а на предоставлении временного доступа к пользованию им;

5. использование Интернета, а именно цифровых платформ для этого, «что позволяет более точно измерять запасную емкость в режиме реального времени и способность динамически подключать эту емкость к тем, кто в ней нуждается»[1].

При этом необходимо отметить совокупность использования возможностей технологий, а именно распространенность социальных сетей и мобильных устройств, преимущества Big Data и невысокую стоимость облачного хранилища;

6. равный статус всех потенциальных потребителей, за исключением случаев, когда собственник товара или услуг определяет ограничения на его использование;

7. доверие, которое является необходимым атрибутом развития коммуникаций между людьми и сообществами в рамках совместного потребления товаров и услуг;

8. ценообразование. Традиционное ценообразование, ориентированное на издержки, прибыль либо конкурентов заменило определение платы в соответствии с ценностью предложения для клиента.

В литературе выделяются также такие признаки, как:

1. размывание линий между личным и профессиональным;

2. размывание линий между полной занятостью и случайным заработком.

Однако, по мнению автора, они больше относятся к последствиям распространения экономики совместного потребления, нежели являются ее отличительными признаками.

В заключение необходимо отметить, что указанные характеристики, по мнению автора, отличают экономику совместного потребления в совокупности. Безусловно, по мере развития данного явления, характеристики, определяющие его отличительные особенности, также будут модифицироваться.

Список литературы

1. The Sharing Economy: Consumer Intelligence Series/PWC, 2015. URL: режим доступа: https://www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwc-consumer-intelligence-series-the-sharing-economy.pdf (дата обращения: 11.10.2017).

2. John J.Horton, Richard J. Zeckhauser Owning, Using and Renting: Some Simple Economics of the “Sharing Economy/ URL: http://john-joseph-horton.com/papers/sharing.pdf (дата обращения 16.10.2017).

3. Fleura Bardhi, Giana M. Eckhardhi Access-Based Consumption: The Case of Car Sharing/ URL: https://www.cass.city.ac.uk/__data/assets/pdf_file/0011/203789/Access-Based-Consumption.pdf (дата обращения: 11.10.2017)

4. Stefan Michel Capture More Value/October, 2014. URL: https://hbr.org/2014/10/capture-more-value (дата обращения 16.10.2017).

## ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ БЕЗРАБОТИЦЫ

***Камбулатов Ю.И.,***

студент, Северо-Кавказский институт (филиал) Всероссийский Государственный Университет Юстиции ( РПА Минюста России) в г.Махачкале

***Алибеков Ш.И.,***

д.э.н., профессор, Северо-Кавказский институт (филиал) Всероссийский Государственный Университет Юстиции ( РПА Минюста России) в г.Махачкале

Актуальность данной проблемы выражается в том, что на сегодняшний день уровень безработных граждан в Российской Федерации становиться всё больше. Данная проблема требуется в глубоком научном и теоретическом исследовании, и на этой основе требуется выработать практические советы которые способствовали бы обеспечить занятость трудоспособным гражданам страны, снижение числа безработных людей до минимума. Именно изучение и анализ проблемы безработицы и путей решения данной проблемы, обнаружение возможностей роста уровня занятости на рынке труда и является целью данной работы.

На сегодня такое явление как безработица возникает как ключевой вопрос в рыночной экономике, и если на него закрыть глаза очень трудно сформировать продуктивную деятельность экономики. Особенно напряженно проблема безработицы находится на данный момент перед страной, что не удивительно, так как экономика Российской Федерации находится в большой нехватке.[1] Большой экономический кризис, так же затронул и рынок труда. Безработица-это макроэкономическое явление, она выступает как превосходство предложения рабочей силы над спросом.

В действительности на сегодняшний день нереально обнаружить в мире страну, где полностью отсутствует такая глобальная проблема как безработица . И наша страна-не исключение. Что бы разобрать проблему безработицы требуется в первую очередь выяснить, кого необходимо рассматривать как безработного[2] Безработными признаются трудоспособные граждане, готовые приступить к работе, зарегистрированные в органах службы занятости в целях поиска соответствующей работы, ищут работу и готовы приступить к ней[3]. Причины образования безработицы многообразны. Наиболее известными являются:

– Системные изменения в экономике, отражающиеся в том, что внедрение современных технологий, установок влечет за собой уменьшение излишней рабочей силы;

– экономический регресс или же депрессия, которые заставляют нанимателей снижать надобность во всех ресурсах, в том числе и трудовых;

– политика правительства и профсоюзов в сфере оплаты труда: рост размера зарплаты увеличивает расходы фирмы и таким образом сокращает спрос на рабочую силу;

Безработица которая прямо связана с развитием производства, распространением трудовых ресурсов, порождает:

– обесценивание результатов обучения.
– уменьшения производства.
– возрастание затрат (пособия безработным).
– снижение уровня квалификации безработных.
– ухудшение жизненного уровня.
– недопроизводство национального дохода.

Безработица это во все времена являлась и является трагедией для всех, у кого отсутствует работа. К тому же, ее результат выходит далеко за границу материального благополучия. Продолжительная пассивность в сфере трудоустройства ведет к утрате профессиональных навыков, что совсем не оставляет шанс найти работу по профессии. Утрата источника жизни приводят к падению духовной стойкости, утрате достоинства, разделение семьи и т.д. [4]

И в заключении хотелось бы отметить и выделить несколько методов которые могли бы сократить безработицу в стране. Уровень безработицы может быть снижен за счет:

– образование новых рабочих мест. Данный метод признается главным методом борьбы с безработицей и выражается в создании условий для масштабного формирования и развития большого и малого предпринимательства;

– прогресс информационного обеспечения рынка труда. Каждый человек готовый приступать к работе обязан знать о существующих вакансиях;

– образование продвинутого рынка жилья;

– увеличение масштабов жилищного строительства

– снятие административных барьеров для переселения из одного населенного пункта в другой;

– так же снижению безработицы по большей части способствуют программы профессионального переобучения и переквалификации.

Перечень программ снижения безработицы можно перечислять длительное время, но следует понимать, что все эти программы не способны в полном объёме ликвидировать безработицу. Такой результат достигается только при полном улучшении экономической ситуации в стране.

Список литературы

1. Закон РФ от 19.04.1991 N 1032-1 (ред. от 29.07.2017) "О занятости населения в Российской Федерации

2. Бродский Б.Е. Макроэкономика: продвинутый уровень: курс лекций / Б. Е. Бродский; Московская школа экономики МГУ им. М. В. Ломоносова-Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2014.
3. Липсиц И.В. Экономика, учебник для вузов М.2006г.
4. Симкина Л.Г. Макроэкономика: учебное пособие / Л. Г. Симкина-М.,КноРус, 2016.

## АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ В ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ

***Каюмова А.Ф.,***
Казанский кооперативный институт, г.Казань

Прибыль и рентабельность – это одни из важных показателей в системе управления торгового предприятия, они стимулируют предприятие достигатьмаксимальн ых результатов от его деятельности, расширять воспроизводство. Они показывают эффективность работы деятельности предприятия, поэтому тема прибыли и рентабельности всегда была и будет актуальной.

Цель исследования данной статьи являются прибыль и рентабельность коммерческой организации.

Прибыль — это главный мотив и основной показатель эффективности любого предприятия. К показателям прибыли относятся: валовая прибыль, прибыль до налогообложения, чистая прибыль, налогооблагаемая прибыль, нераспределенная прибыль, прибыль от продаж. [1] Вычислив эти показателиможно провести следующие виды анализа прибыли: структурный (позволяет проанализировать долю, которую занимает в общей сумме прибыль от основного и прочих видов деятельности), факторный (предполагает изучение влияния на прибыль различных факторов), динамический (предполагает измерение темпов роста различных видов прибыли и их сопоставление между собой), индексный (позволяет установить тенденции постоянства или разбалансированности темпов роста или прироста видов прибыли, а также сезонности) и сравнительный (определить эффективность деятельности предприятия в сравнении с другими организациями). [2]

Рентабельность – качественный показатель деятельности предприятия, являющийся одним из основных критериев оценки эффективности его работы. Он характеризует процентное отношение суммы прибыли к одному из экономических показателей (себестоимости, выручке и др.), тем самым отражает взаимосвязь прибыли с другими показателями. [1] При анализе рентабельности предприятия рассчитывают следующие ряд показателей: рентабельность текущих и чистых активов, рентабельность активов, рентабельность продаж, рентабельность как отдельных видов продукции, так и всей товарной продукции, и рентабельность собственного капитала.

Таким образом, прибыль и рентабельность являются основными показателями результативности предприятия. Они дают представление о конкурентоспособности предприятия, насколько может поддерживать свою работоспособность и оценить перспективы развития на рынке.

Список литературы

1. Микроэкономика: учебное пособие / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова. — Москва: КноРус, 2016. — 278 с.;
2. glavkniga.ru – журнал для бухгалтеров.

# УРОВЕНЬ И КАЧЕСТВО ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ

***Магомедов А.Н.,***
студент, Северо-Кавказский институт (филиал) Всероссийский Государственный Университет Юстиции (РПА Минюста России) в г.Махачкале
***Алибеков Ш.И.,***
к.э.н., профессор, Северо-Кавказский институт (филиал) Всероссийский Государственный Университет Юстиции (РПА Минюста России) в г.Махачкале

Учёными многочисленных государств довольно длительный период проводиться отбор характеристик, какие более подробно отображали бы настоящее общественно-финансовое положение сообщества. Только лишь численные оценки степени и обстоятельств существования с целью свойства финансового и общественного формирования государства как оказалось мало. Прослеживая развитие определения степени и особенности существования, необходимо выделить, то что определения «степень существования», «свойства существования», «облик существования» и прочие применяются с целью свойства благополучия жителей. Под общенародным благополучием постигался непростой общественно- финансовое явление, объединяющий свойства степени, вида и особенности существования жителей, любая с из которых предполагает только определенный сдвиг общего. [4] Материальное благополучие жителей- это, данная оценка общественно- финансовых обстоятельств существования и удовлетворения нужд жителей. Непосредственно в 70- 80 годы XX столетия обширно применялось представление «облик существования». Равно как подмечает В.Н. Бобков, А.П. Починок и состав создателей: «облик существования - это, комплекс стандартных типов жизнедеятельности индивидуума, общественной категории, сообщества в полном в конкретной стадии его формирования в согласье с критериями существования».[1] Присутствии целой, представлялось бы, бесспорности общепризнанного определения «степень существования», что принадлежит к количеству довольно воцарившихся и который отвечает относительно ограниченной и конкретной области численных характеристик, существуют значительные отличия в трактовке данного определения. Многочисленные создатели содержат в представлении «степень существования», то что обязано быть причислено к родным, взаимозависимым, однако особенным суждениям «свойства существования» и «облик существования», аккумулирующим воздействие на жителей естественно- погодных, природоохранных и общественных условий. Н. А. Горелов рассматривает категорию «облик существования» в узком и широком смыслах. Существующие в академической литературе установления степени существования отталкиваются с разных определений: изготовления, пользования, прибыли, цены существования, узко- потребительских нормативов и стереотипов,- либо обладают систематический разно аспектный вид. В этом случае мы солидарны с этими специалистами, какие сдерживают сущность определения «степень существования» областью пользования. В соответствии с этой точкой зрения, «степень существования»- это данная совокупность обстоятельств функционирования лица в области пользования, проявляющегося в масштабе формирование нужд людей и нрава их удовлетворения. Согласно суждению И.И. Елисеевой «под степенью существования подразумевается состоятельность жителей важными вещественными благами и предложениями, приобретенная степень их пользования и уровень удовлетворения рациональных (оптимальных) нужд [3]. Когда стало несомненно, то что категория степень существования многосторонне не многосторонне отображает материальное благополучие жителей, возникло слово «свойства существования». Имеющиеся трактовки и установления наиболее определенны «свойства существования» крайне разноплановы и, невзирая на огромную заинтересованность к данной проблематике у иностранных ученых,

остаются сомнительными. Основное на чем необходимо сосредоточить интерес и с чем, непосредственно, и сопряжено представление особенности существования – не только лишь владеть предметами, но и приобрести допуск к допуск к удобствам культуры, формирование людской персоны, способности извлечения образования, перемещение наверх согласно социальной лестнице, роли в постановлении общественных проблем, состоятельности в старости, довольства работой и т.д. Нынешний финансовый словарь предоставляет последующее установление суждению «свойство существования»: Свойство существования – это обобщающая общественно- финансовая категория, содержит в себе не только лишь степень пользования вещественных удобств и услуг (степень существования), однако и удовлетворенность внутренних нужд, состояния здоровья, длительность существования, требования находящиеся вокруг среды сферы и духовное удобство.[2]

Отталкиваясь из вышесказанного, вопрос согласования заинтересованностей подразумевает исследование концепций заинтересованностей некоторых участников коллективной работы, обнаружение нрава их взаимодействия и отбор путей согласования в базе взаимносхожих заинтересованностей. Традиционно акцентируют 3 ключевые категории носителей финансовых заинтересованностей в области хозяйственной деятельности: владельцы денежных средств, менеджеры и нанятые сотрудники. Вопрос согласования заинтересованностей сведений субъектов на уровне компании считается более стандартным предметом исследования финансовой науки. Присутствие данной области исследования выпадает круг интересов покупателей и сообщества. В взаимосвязи с этим является значимым исследование заинтересованностей абсолютно всех субъектов в отраслевом разрезе. Важной областью, обеспечивающей повышение людских денежных средств, считается сфера образования. Общество представляет собой многоэлементную систему, в которой каждому субъекту присущи свои собственные интересы. Взаимореализация интересов различных субъектов обеспечивает обществу экономический рост, повышает уровень конфликтности и снижает уровень эффективности ее функционирования. Общество предполагает собою многоэлементную концепцию, в которой любому субъекту присущ собственный личный круг интересов. Регулирование и объединение индивидуальных заинтересованностей в сопряжении с муниципальными либо коллективными является значимой и важной проблемой.

Список литературы

1. Веблен Т.Б. Истоки: из опыта изучения экономики как структуры и процесса. - М.:ГУВШЭ, 2006 г. с.536

2. Веблен Т.Б. Вопросы экономики. – М.: 2007г. - № 7.с.93

3. Гольбах П.И. Система природы. – М.: 1940г. с.236

4. Нуреев Т.В. Взгляд из XXI века. – М.: 2007г. - № 7. с.75

## МЕТОД АНАЛИЗА ОБОРОТОВ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ПРЕДПРИЯТИЙ

***Магомедова З.М.,***

студент, Северо-Кавказский институт (филиал) Всероссийский Государственный Университет Юстиции (РПА Минюста России) в г.Махачкале

***Алибеков Ш.И.,***

к.э.н., профессор, Северо-Кавказский институт (филиал) Всероссийский Государственный Университет Юстиции (РПА Минюста России) в г.Махачкале

Экономический анализ — взаимосвязанные и взаимообусловленные методы изучения и научного исследования определенных экономических явлений, процессов, действий, результатов. В экономике применяется с целью обнаружения закономерностей и направлений развития экономических процессов, констатирования и оценки основоположных факторов, позитивно или негативно влияющих на показатели

продуктивности. С помощью экономического анализа выявляют не использованные резервы усовершенствования показателей функционирования отдельных отраслей, объединений, предприятий. Итоги экономического анализа чаще всего применяются для прогнозирования и финансово-выгодного планирования экономических процессов, а также для создания программ и предложений последующего продуктивного развития, приносящего доход деятельности.[1]

Хозяйственная деятельность любого предприятия неразделимо с движением денежных средств. Каждое хозяйственное действие приводит либо к поступлению, либо к расходованию денежных средств. Денежные средства обслуживают фактически все аспекты операционной, инвестиционной и финансовой деятельности. От полноты и своевременности реализации процесса снабжения, производства и проданной продукции денежными ресурсами обуславливаются итоги существенной деятельности предприятия, показатель его финансовой стабильности и состоятельности, конкурентные превосходства, необходимые для эффективного процветания организации.

В всеобщей практике учета не мало важное предпочтение уделяется ознакомлению и прогнозу движения денежных средств, Это связано с тем, что сложности с наличностью образуются из-за объективной прерывистости поступлений и выплат или в результате непредвиденных обстоятельств. Каким бы не был повод отсутствия наличных денег, итог для предприятия может быть очень серьезным. Следовательно, движение денежных средств необходимо планировать и анализировать заранее.

На основании выше изложенного определена актуальность выбранной темы данной работы.

На наш взгляд, роль экономического анализа как средства управления коммерческим предприятием с каждым годом все больше и больше увеличивается. Это характеризуется различными ситуациями. Во-первых, потребностью постоянного улучшения продуктивности производства в связи с увеличением капиталоемкости производимой продукции. Во-вторых, переходом от командно-административной системы управления к рыночным отношениям. В-третьих, произведением новых форм хозяйствования в связи с разгосударствлением экономики, приватизацией компании и иными мероприятиями экономического прогресса.

В соответствии с классификациями факторов, а именно внутренних и внешних, можно подчеркнуть следующие проблемы, которые отражаются при анализе в исследованиях на предприятиях:

−существование некоторое количество предприятий, подразделений, в составе единой фирмы препятствует составлению отчета в указанный срок;

− неподконтрольность системы на предприятии, то есть немалый объем управления у административного аппарата различных степеней управления, что препятствует качественному выполнению работниками своих обязанностей; −

− неверная формулировка руководителями целей, задач, объектов исследования, также неправильное определение сроков проведения анализа. [3]

Для решения приведенных проблем, руководству предприятия необходимо предпринять следующие действия:

− привлечение нужных специалистов по планированию, учету и анализу на этапе приема на работу, проводя конкурсные отборы;

− гарантирование и предоставление сотрудникам специализированных курсов по повышению квалификации и получению опыта.

На наш взгляд для недопущения этих и иных проблем необходим и высокий уровень высококвалифицированных работников на предприятии, также специализированных курсов по повышению квалификации. Привлекать к работе молодых специалистов, стремящихся к усовершенствованию работы своей организации.

Управление денежными активами

Нельзя не учесть, что компании необходимо иметь на счетах свободные денежные средства по трем причинам:

1. Средства для оплаты приобретаемых товаров и услуг.

Наличные деньги, выделенные для этих целей, образуют трансакционные денежные остатки.

2. Страховые резервы денежных средств. Это средства, организации на случай непредвиденный ситуаций , поскольку необходимая продажа ликвидных активов может стоить организации дополнительных расходов.

3. Спекулятивные остатки. Такие средства для компании нужны на случай, когда предполагается снижение цен на краткосрочные финансовые вложения, и руководители организаций считают выгодным не получить прибыль, чем остаться в убытке.

Также, по мнению Бадмагаевой Д.Г. и С.М. Бычковой управления денежными активами предприятий важно с точки зрения :

- управления ликвидности баланса;
- регулирования оборотными активами;
- планировки временных параметров капитальных расходов и их финансирования;
- контроля над текущими издержками и их оптимизации для пропорционального использования ресурсов;
- прогнозирования экономического роста.[2]

Хочу отметить, что довольно значительным показателем состоятельности предприятии признается коэффициент Бивера. Он считается по потоку денежных средств (сумма дохода и амортизации), но не принимает в счет изменения дебиторской задолженности как причины, оказывающей влияние на поток денежных средств. Нормативная значимость коэффициента Бивера для успешных предприятий составляет от 0,4 до 0,45.

Анализ динамики потока денежных ресурсов имеет значение и в связи с тем, что зачастую на предприятиях возникает положение, когда есть прибыль, но нет денежных средств, либо имеются денежные средства, но отсутствует прибыль.

Таким образом, являясь финансовым результатом деятельности организаций, чистая прибыль также не отражает существующее финансовое состояние предприятия, его состоятельность и ликвидность баланса.

На основании вышесказанного можно сделать вывод о том, что повышение качества управления денежными потоками достигается за счет:

- уменьшения времени оборота (в днях) дебиторской задолженности;
- увеличения промежутка времени в днях оборота кредиторской задолженности (без возникновения недозволительной задолженности);
- использования наиболее эффективных форм расчетов;
- оптимизации меры запасов оборотных активов и др.

И следует отметить, что соответствие структуры оборотных активов и краткосрочных обязательств по объемам и срокам, а также наличие и достаточность собственных оборотных средств служит залогом платежеспособности организации. В сущности же степень платежеспособности напрямую тесно связан только с существованием свободных денежных средств именно в тот момент, когда образуется потребность уменьшить долги, и в таком количестве, в котором необходимо.

Список литературы

1. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия:. - М.: ИНФРА-М, 2009г. с. 536

2. Бычкова С.М., Бадмаева Д.Г. Бухгалтерский финансовый учет: учеб. пособие. под ред. С.М. Бычковой. М.: Эксмо, 2008г. с. 528

3.Садчикова Д. Н. Проблемы экономического анализа на предприятиях // Молодой ученый. — 2017. — №2. — С. 494-496.

## МЕТОДОЛОГИЯ УЧЕТА АМОРТИЗАЦИИ ДОЛГОСРОЧНЫХ МАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

***Мадиева К.С.,***
Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, г.Караганда, Республика Казахстан
***Толпаков Ж.С.,***
Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, г.Караганда, Республика Казахстан

Введение: проблема вокруг амортизационной политики, методика ее начисления, влияние ее на уровень доходности компании все еще является актуальной, с переходом на рыночные отношения она становится разнообразней и широкой.

Цель исследования: изучить методологию учета амортизации долгосрочных материальных активов и выработать рекомендации по ее улучшению.

Изучение литературных источников и нормативных документов, регулирующих вопросы амортизации в Казахстане, позволяет сделать вывод о том, что в бухгалтерском учете функции амортизации сводятся только к распределению единовременных затрат, связанных с приобретением долгосрочных материальных активов, по периодам их полезного функционирования, и к накоплению средств на осуществление воспроизводства активов. При рассмотрении экономической сущности бухгалтерской амортизации во внимание не принимается очень важный ее аспект - обеспечение принципа соответствия доходов расходам организации.

Для реализации принципа соответствия произведенных расходов полученным доходам может быть предложен метод резервирования сумм амортизационных отчислений.

Сущность предлагаемого метода резервирования амортизационных отчислений будет заключаться в появлении двух потоков амортизации: основной (начисляемой согласно установленным нормам амортизационных отчислений) и дополнительной (начисляемой в зависимости от результатов финансово-хозяйственной деятельности организаций). По сути, метод резервирования заменит механизм ускоренной амортизации и использование понижающих коэффициентов.

Процесс резервирования амортизации в бухгалтерском учете подлежит отражению по дебету счетов производственных затрат, субсчету «Расходы на дополнительную амортизацию» и кредиту счета «Резерв на амортизацию». Дополнительная амортизация будет находить отражение в учете не как контрактив к счету «Основные средства», уменьшающий их первоначальную оценку, а как регламентированный резерв, порядок образования которого определяется учетной политикой организации. Дополнительная амортизация включается в себестоимость продукции, но не возмещает капитала, затраченного на приобретение долгосрочных материальных активов. Таким образом, она увеличивает оборотные средства организации, но не уменьшает их иммобилизацию [1, с. 35].

Применение метода резервирования дополнительно заостряет две проблемы амортизации: проблему соотношения бухгалтерской и налоговой амортизации, и проблему отражения в бухгалтерском учете операций начисления амортизации.

Применение метода резервирования позволит наглядно отразить в бухгалтерской отчетности возникающую разницу между бухгалтерской и налоговой амортизацией.

Амортизационные отчисления, начисленные в целях налогового учета, формируют себестоимость в целях налогового учета, которая необходима для расчета корпоративного

подоходного налога. При этом руководство предприятии не может учитывать сложившуюся ситуацию с основными средствами на рынке и предприятии, а руководствуются нормами и правилами, указанными в нормативных документах налогового учета.

Сумма корпоративного подоходного налога необходима для расчета нераспределенной прибыли отчетного периода, величина которой показывается в балансе, и благодаря которой предприятие имеет возможность направить средства на обновление основных средств. Однако не всегда руководство предприятия заинтересовано в интенсивном обновлении основных средств, и средств». Такой подход в большей степени соответствовал бы требованиям рыночной экономики, как и ведение учета амортизации основных средств по «западному образцу», которое предполагает посредством последнего управлять амортизационной политикой предприятии.

Следует отметить, что в настоящее время на балансах организаций числится значительное количество неиспользуемых в производственном процессе долгосрочных активов, которые не приносят дохода. Организации, начисляя по ним амортизацию, увеличивают свои производственные затраты и ухудшают финансовые показатели. Одним из путей решения этой проблемы является консервация. В основе принятия решения о консервации основных средств должен лежать принцип соответствия доходов организации произведенным расходам.

Исходя из указанных правил, при разработке учетной политики организации в части отражения в бухгалтерском учете произведенных затрат по модернизации и реконструкции объектов долгосрочных активов необходимо учитывать такие факторы, как новые, улучшенные показатели функционирования объектов основных средств после проведенных работ по модернизации и реконструкции и источники финансирования работ.

В процессе начисления амортизации расходы организации должны быть распределены по годам функционирования долгосрочных материальных активов так, чтобы обеспечить сопоставление их с получаемыми доходами. Амортизационная политика организации должна строиться исходя из предполагаемой схемы получения экономических выгод от соответствующих долгосрочных материальных активов. Для реализации принципа соответствия произведенных расходов полученным доходам целесообразно применение метода резервирования сумм амортизационных отчислений. Сущность метода резервирования амортизационных отчислений заключается в появлении двух потоков амортизации: основной (начисляемой согласно установленным нормам амортизационных отчислений) и дополнительной (начисляемой в зависимости от результатов финансово-хозяйственной деятельности организаций). По сути, метод резервирования заменит механизм ускоренной амортизации и использования понижающих коэффициентов [2, с. 51].

Логика бухгалтерских записей, отражающих процесс начисления амортизации, должна основываться на оценке тенденций получения организацией доходов от продажи продукции, в цену которой включены амортизационные отчисления. При устойчивой динамике дохода от продажи целесообразно отнесение амортизационных отчислений в состав текущих расходов по обычным видам деятельности организаций. Применение такой методики бухгалтерского учета амортизационных отчислений позволит не только возместить организациям понесенные затраты по приобретению (сооружению, изготовлению) долгосрочных материальных активов, но и накопить дополнительные средства для осуществления новых капиталовложений. В том случае, если в период начисления амортизации финансовое положение организации нестабильно, но есть вероятность его улучшения в будущие периоды, амортизационные отчисления следует отражать в составе отложенных расходов. Наступление периода получения стабильных доходов позволит включить отложенные расходы в расходы текущего периода.

Заключение: таким образом, в условиях низкого спроса на продукцию, ее неконкурентоспособности, при отсутствии вероятности получения доходов от продажи такой продукции амортизационные отчисления целесообразно относить в состав внереализационных расходов организации. Такой способ бухгалтерских записей позволит отказаться от отнесения амортизационных отчислений в продажную цену на продукцию и сформировать более реальный финансовый результат.

Список литературы

1. Зарубежный опыт амортизации основных средств // Десять лет реформ на постсоветском пространстве: ожидания, результаты, перспективы: Материалы междунар. научной конференции. Ч.3. –Алматы:Университет «Туран», 2011.- 209 с.

2. Совершенствование учета долгосрочных материальных активов в условиях стандартизации // Материалы междунар. науч.-практ. конф. «Актуальные проблемы производства и переработки с/х-ной продукции в условиях рыночной экономики» Алматы-2-3.Х1.2016.- 375 с.

## СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РЕШЕНИИ ОБЩЕСОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ

***Морева А.А.,***
студентка, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Кулькова В.Ю.,***
доктор экономических наук, член-кор. РАЕ, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Актуальность исследования лежит в органичности распространения социального предпринимательства в России [4]. При этом закона о социальном предпринимательстве в РФ не существует, что порождает отсутствие терминологии определения, что такое социальное предпринимательство и разделение различных видов: социальное предпринимательство и НКО.

Целью является изучить распространение социального предпринимательства в кейсах, также определить различия между социальным предпринимательством и особенностями НКО, рассматривая кейсы социального предпринимательства в РФ.

Если обычное предпринимательство, как правило, ориентировано на получение прибыли и выручки, то социальное предпринимательство направлено на достижение социальных и культурных целей, а прибыль является продвижением деятельности предприятия для реализации социальных целей.

В наши дни социальное предпринимательство имеет альтруистический характер ведения бизнеса, за счет чего пытается преобразовать общество в целом, а не извлечь максимальную прибыль из своей деятельности.

Как правило, социальное предпринимательство направляет свою деятельность на острые социальные проблемы, разрабатывая инновационные решения использования имеющихся ресурсов, для эффективного решения социальных проблем.

Социальные деловые предприятия: предназначены для создания изменений на основе общественных средств. Социальные деловые предприятия развиваются в условиях отсутствия внешнего финансирования и вынуждено преобразуются в коммерческие предприятия. Но кроме этого, социальные предприятия вынуждены реализовываться только в той сфере, которая более интересна инвесторов, которые финансируют только одно направление.

В отличии от социального предпринимательства некоммерческие организации (НКО) могут из своей деятельности извлекать прибыль. Но при всем этом НКО не могут распределять выручку, полученную в ходе своей деятельности, среди инвесторов и владельцев организаций, данные средства идут на достижение последующих целей организаций.

В отличие от НКО, коммерческие организации имеют гораздо более узкий круг основных источников дохода: средства владельцев, членов их семей и друзей, кредиты коммерческих банков для покрытия дефицита оборотного капитала, капитал для промежуточного финансирования (бридж-кредиты), средства частных венчурных инвесторов (бизнес-ангелов), венчурный капитал [1].

Среди государств в области развития социального предпринимательства традиционно лидируют Великобритания и США, в том числе в силу законодательно выделенного статуса социального предпринимательства. Также активно вовлечена Италия (благодаря исторически сильному кооперативному движению), Словения, страны Скандинавии, Южная Корея, Бангладеш [1].

В России социальное предпринимательство только формируется. Зарождение данной деятельности относят к началу 2000-х годов, не смотря на то, что попытки зарождения начинались уже в 90-х годах 20 века.

По данным на 2017 год, популярность социального предпринимательства в России остаётся низкой. Социальным бизнесом занимаются не более 1 % российских предпринимателей [3], их вклад в ВВП страны в 2015 году составил 0,36 % [3]. В России действует ряд устойчивых проектов, в основном в областях фермерского хозяйства, переработки некоторых видов бытовых отходов, поддержки инвалидов, пожилых людей и выпускников детских домов, возрождения ремёсел и народных промыслов, местного туризма [3], но и они не могут похвастаться безусловной успешностью, масштабами деятельности, а тем более тиражированием своего опыта.

Примерами российскими социальными предприятиями являются:

Благотворительный фонд «Навстречу переменам» на конкурсной основе поддерживает проекты, которые нацелены на усовершенствование жизни молодого поколения. Участником может быть любой, кто имеет бизнес проект, который соответствует указанным условиям. Победители получают финансирование своего проекта.

Фонд «Наше будущее» также выполняет популяризаторскую и просветительскую функции. Фонд направлен на продвижение некоммерческих организаций России. Фонд даёт поддержку не только новым проектам, но и уже существующим.

Таким образом, социальным предпринимательством является деятельность, направленная на решение культурных, социальных и экологических проблем общества. В отличии от обычного предпринимательской деятельности, социальное предпринимательство не ставит перед собой цель получения максимальной прибыли, она является лишь средством для реализации и дальнейшего развития своего функционирования.

Социальное предпринимательство не имеет большую популярность на территории России, но в мире имеется огромное количество фирм, компаний и организаций, которые в своей миссии видят решение общесоциальных проблем, путем развития новых инновационных решений и использования имеющихся ресурсов. Кроме того, до сих пор нет точного теоретического подхода определению социального предпринимательства.

Список литературы

1 Социальное предпринимательство [Электронный ресурс]. // Wikipedia/ru: Электронная библиотека, 2017. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5_%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE – (Дата обращения: 21.10.2017).

2 Кейсы социального предпринимательства [Электронный ресурс]. // rb.ru: Издание о технологиях и бизнесе, 2016. – Режим доступа: https://rb.ru/opinion/9-cases/ – (Дата обращения: 23.10.2017).

3 Социальное предпринимательство в России [Электронный ресурс]. // Wikipedia/ru: Электронная библиотека, 2017. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5_%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE_%D0%B2_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8 – (Дата обращения: 22.10.2017).

4 Кулькова В.Ю. Социальное предпринимательство, некоммерческие организации и корпоративная социальна ответственность в построении межсекторного партнерства: образ теоретических разработок // Наука образования. – 2016. - № 7. – С. 183-187.

## ОПЫТ РАЗВИТЫХ СТРАН ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И УСТОЙЧИВОСТИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЗЕРНА

***Разакова Д.И.,***
доктор PhD, к.э.н., доцент, Университет «Туран», г. Алматы

Государственное регулирование зернового рынка – сложная система правовых, экономических и организационно-административных мер, включающая и аппарат управления, который должен обеспечить прямые и обратные связи государства с потребителями и производителями. Государственное регулирование рынка зерна можно подразделить на два вида:

– регулирование по отклонениям – государство вынуждено вмешаться в рыночные процессы, когда обнаруживается отклонение какого-либо показателя функционирования рынков зерна от установленной норм продовольственной безопасности;

– регулирование по критическим параметрам – государственное вмешательство в рыночные процессы, когда показатели функционирования рынков зерна достигают недопустимого уровня, например проведение государством закупочных интервенций в случае, когда рыночные цены на зерно опускаются ниже минимального уровня, или товарных интервенций в случае роста рыночных цен на зерно сверх максимального уровня их колебаний на рынках [1].

Экономические методы активно применяются странами с более развитой экономикой (США, Канада, Австралия, ЕС), являются методической базой государственного регулирования рынка зерна. Ряд экономических методов используются на казахстанском рынке зерна для решения стратегических задач агропродовольственной политики. Далее, рассмотрим инструменты экономических методов государственного регулирования рынка зерна, которые применяются в мировой и отечественной практике.

Интересен опыт организации рынка зерна в США – одних из наиболее эффективных и крупных производителей зерна, на долю которых приходится треть годового экспорта пшеницы в мире. Производителями зерна в США являются средние и крупные специализированные фермерские хозяйства, характеризующиеся высокой степенью механизации и весьма незначительным использованием рабочей силы, умеренной урожайностью. Посевные площади зерновых ферм различаются по размеру, большинство зерновых хозяйств располагают менее 405 га, при этом 40% зерновых хозяйств используют только собственную землю, а остальные арендованные земли. Преобладающую часть зерновых хозяйств (86%) составляют семейные фермы, хозяйства организованы по типу партнерства и акционерных обществ (14%). Сельхозтоваропроизводители продают зерно местным элеваторам, кооперативным ассоциациям фермеров либо крупным компаниям по экспорту зерна [3].

На рынке зерна в США государственные организации планируют объем производства зерна из расчета обеспечения потребностей внешнего и внутреннего рынков, а также создания страховых запасов. Основы данного регулирования заложены в

Законах 1933 г. Аграрная политика США предусматривает регулирование производства и сбыта агропродукции в стране, создание сельской производственной инфраструктуры (дорожное строительство, мелиоративные объекты, электрификация, телефонизация, природоохранные меры), развитие сельскохозяйственных научно-исследовательских работ, внедрение инноваций, субсидирование программ экспорта сельскохозяйственных товаров. Государственное регулирование рынка зерна осуществляется через различные организационные формы управления, основанного на прочной законодательной базе. Так, в США решающая роль в определении мер экономического регулирования зернового рынка принадлежит Конгрессу, который через аграрное законодательство определяет формы, методы и направления развития рынка зерна.

В ЕС функции регулирования рынка зерна принадлежат Совету министров, а подготовка проектов – Комиссии Европейского сообщества, которая работает совместно с межправительственным органом – Комитетом по зерновым. В целях координации управления, и регулирования единого зернового рынка существует ряд национальных организаций, которые решают вопросы ежегодного установления единых цен, компенсационных платежей и сборов, экспортных субсидий, доходов и налогов, принятия и унификации законодательных актов. В странах ЕС проводится политика экономического регулирования производства зерна, направленная на интенсивное развитие зернового хозяйства и широкое распространение инноваций в области производства и переработки зерновых. Государственное регулирование рынка зерна осуществляется через цены и бюджетное финансирование. Один раз в год Комиссией Европейского сообщества разрабатывается система регулирующих цен на зерно, которые перед началом очередного сельскохозяйственного года утверждаются Советом министров.

Ведущие позиции в зерновом хозяйстве ЕС занимает Франция, которая входит в пятерку основных мировых стран–экспортеров зерна. Государственным регулирующим органом зернового рынка является управление по производству и продаже зерна, подотчетное министерствам сельского хозяйства. Данное управление воздействует на зерновой рынок через негосударственные посреднические структуры, осуществляющие заготовку, хранение и продажу зерна (коллекторы) [4].

Во внешней торговле Канады важное место отводится зерновому хозяйству. Страна входит в число крупнейших экспортеров зерна и продуктов его переработки. Большая часть произведенной в Канаде продукции АПК идет на экспорт, так, доля доходов фермеров от экспорта в общем объеме продаж в 2016 г. составил  а по зерновым 33%, масличным 68%. Около 5% бюджета Министерства сельского хозяйства и продовольствия Канады (114,7 млн. долл. в 2016г.) было выделено на расширение международных рынков для канадской агропродукции.

Регулирование рынка зерна в странах с развитым зерновым хозяйством осуществляется с учетом ситуации на мировом рынке зерна. Основными принципами государственного регулирования рынка является:

–гарантия бесперебойности поставок;

–обеспечение минимального и достойного уровня жизни для фермеров, выше того, который мог бы иметь место без применения этой политики;

–защита сельскохозяйственных производителей от чрезмерно низких и колеблющихся цен;

–сокращение колебания цен на продовольствие для потребителей;

–защита фермеров от производственных срывов, вызванных погодой и паразитами.

Применительно к Казахстану это свидетельствует о том, что необходимо разрабатывать свою систему поддержки сельхозпроизводства, стимулирующую производителей, экспорт, повышающую продуктивность земли и животных. Анализ современных тенденций развития ведущих в аграрном отношении стран показывает, что дальнейшее развитие агропромышленного комплекса Казахстана должно ориентироваться

на рост конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции за счет повышения эффективности государственной поддержки и создания равных благоприятных условий для развития агробизнеса. Таким образом, комплекс мер по государственной поддержке и регулированию зернового рынка должен быть отражен в соответствующих законах и осуществляется по следующим приоритетным направлениям: поддержка доходов товаропроизводителей, ценовое вмешательство, компенсация издержек, содействие развитию производственной инфраструктуры, выполнению региональных программ, макроэкономическая политика.

Список литературы

1. Aigarinova Г.Т., Shulanbekova Г.К. Legal Backing of Food Security-as a Major Component of the National Security of the Republic of Kazakhstan. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 28 June 2013, Pages 510-513
2. Lioubimtseva E., GM Henebry. Climate and environmental change in arid Central Asia: Impacts, vulnerability, and adaptations Review Article Journal of Arid Environments , Volume 73, Issue 11 , November 2009 , Pages 963-977 E
3. Christopher A. Hartwell. Eurasian (or the Soviet Union? Consequences of further economic integration in the Commonwealth of Independent States.// Business Horizons, № 4, July-August 2013, pages 411-420
4. Злочевский А.Л., Булавин Р.Е., Корбут А.В.; Ган Е.А.; Кобута И.В. Зерновая политика еЭп+//Санкт-Петербург: Центр интеграционных исследований евразийского банка развития, 2012. – С. 120

## СПЕЦИФИКА МЕЖДУНАРОДНОГО РАЗДЕЛЕНИЯ ТРУДА – СОВРЕМЕННЫЙ АСПЕКТ

***Хасанов А.Р.,***
студент, институт экономики, управления и социальных технологий ФГАОУ ВПО «Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева – КАИ», г. Казань

***Макарова Д.Г.,***
студент, институт экономики, управления и социальных технологий ФГАОУ ВПО «Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева – КАИ», г. Казань

***Маркова С.В.,***
к.э.н., доцент кафедры Экономической теории и управления ресурсами Казанского национального исследовательского технического университет им. А.Н. Туполева – КАИ» г. Казань

Обострение конкуренции на мировых рынках и ограниченность ресурсной базы заставляют искать оптимальные пути опережающего роста на основе принципиально новых технологий, определяя долгосрочные тенденции эволюции мировой экономической системы. Международные экономические отношения относятся к одной из наиболее интенсивно развивающихся отраслей экономической жизни общества. Еще со времен древности между странами стали устанавливаться связи международных экономических отношений, носивших неустойчивый характер, а соответственно и степень влияния на хозяйственную жизнь разных стран была не существенна. Однако международное разделение труда как основа этих связей прослеживалась уже тогда, в процессах обмена странами в большей части продуктами, не производившимися у них, получение которых возможно было только из-за границы [1, 191]. Страны уже тогда видели возможность с помощью внешних связей решать внутренние проблемы государства.

Со временем связи приобрели в различных странах все более устойчивый характер и заняли их в процессах производства все больше места, также стали известны процессы интернационализации и высшей ее стадии-глобализации.

В мировой экономике, именно интернационализацию хозяйственной жизни можно определить как создание на основе международного разделения труда устойчивых всесторонних отношений.

Процесс углубления международных экономических отношений, а соответственно и международного разделения труда зависит как от естественных (демографических, географических и т.д.), так и от приобретенных (технологических, природных и т.д.), социальных, политических, этнических, нравственно-правовых факторов.

Переход к современным типам международного разделения труда определяют международные конкурентные отношения, а именно их возможности, роль и перспективы. Практические все формы и составные направления международных экономических отношений охватывают основных сфер мирового хозяйства:

- движение рабочей силы и капитала;
- международная торговля;
- обмен НИОКР;
- валютно-финансовые, кредитные и информационные связи между странами.

Исходя из вышесказанного, можно определить международное разделение труда, как наивысшую степень развития территориального разделения труда между государствами-участниками, основывающейся на экономически выгодной и устойчивой специализации стран по производству и последующему обмену определенных видов продукции и услуг между ними.

Каждая страна-участник этого процесса находит выгоду от участия в нем, то есть экономический интерес, так как результатом международного разделения труда являются повышение эффективности производства и рост производительности труда.

Развитие миграции капитала и рабочей силы способствует тому, что международное разделение труда все в большей степени проявляет себя на основе единичного разделения труда, через формирование устойчивых международных производственных связей, а не только при помощи международного обмена.

На данном этапе с появлением транснациональных корпораций мировое хозяйство представляет собой систему не только взаимосвязанных национальных хозяйств, но и систему транснациональных хозяйственных образований;

Современный период становления международного разделения труда характеризуется глобализацией, другими словами всеобщей взаимозависимостью стран, их экономик на базе информационных и коммуникационных технологий в рамках единой системы общественно-экономических и политических связей. Изменения в сфере производства составляют основу глобализации, а через специализацию и кооперацию труда во всемирном масштабе достигаются изменения в производстве.

Мировая экономика на современном этапе при всей своей противоречивости и сложности выступает целостной системой, в основу которой положено всемирное разделение труда, имеющее перспективу только на углубление.

От каждой страны на мировой рынок поступают товары, внутренние затраты на производства которых ниже мировых, а ввозятся товары, внутренние затраты на производства которых выше мировых. В соответствии с законами мирового рынка товары, представленные на мировом рынке, участвуют в установке мировых цен и обмениваются в необходимых пропорциях.

Международное разделение труда играет все возрастающую роль в осуществлении процессов расширенного воспроизводства в странах мира, обеспечивает взаимосвязь этих процессов, формирует соответствующие международные пропорции в отраслевом и территориально-страновом аспектах благодаря свои преимуществам:

- получение каждой страной существенного экономического выигрыша;

- сокращение затрат на производство продукции;
- увеличение объема прибыли;
- удовлетворение потребностей населения с наименьшими издержками.

Среди актуальных тенденций в системе международного разделения труда следует выделить такие как сдвиг в сторону наукоемких производств, увеличение масштабов международных обменов (экспорта и импорта), расширение объемов производственной кооперации, сдвиг в сторону узкоспециализированной и мелкосерийной продукции, вовлечение в кооперацию всех звеньев производственной цепи, переход от модели «одно государство - один рынок» к модели «множество государств - один рынок», стремление всех стран (развитых и развивающихся) на основе максимального использования своих ресурсов в ходе конкурентной борьбы найти оптимальной место для экономики своей страны в мировом процессе воспроизводства и постоянно расширять свою нишу

Следовательно, в принятых ООН документах признается, что международное разделение труда и международные экономические отношения могут складываться только под влиянием законов конкурентной борьбы, а не стихийно, так как автоматически рыночный механизм не может обеспечить рациональное развитие и использование ресурсов в масштабах мировой экономики.

Таким образом, рассмотрев параметры международного разделения труда, можно сказать, что отношения, возникающие вследствие разделения труда между странами, могут строиться на использовании имеющихся у них природных ресурсов, возможности выходить на внешний рынок продовольствия благодаря благоприятным климатическим условиям, используя благоприятное географическое положение и инфраструктуру.

Список литературы

1. Алиева А.В., Рыбасова М.В. Российская экономика в координатах основных моделей рынка: монография. – Ставрополь: Изд-во СКФУ, 2016. – 191 с.
2. Нугуманова Л.Ф., Кашина Н.В., Филина О.В., Маркова С.В. Теоретический анализ поведения домашних хозяйств на факторных рынках в условиях инновационной экономики//Горизонты экономики. Научно-аналитический журнал №2 (7). 2013, ЗАО «Издательство «Экономика», Москва.
3. Мухаметшина Ф.А., Шипшова О.А. Конкурентные преимущества хозяйствующих субъектов в условиях глобализации экономики // Научное обозрение. – 2015. –№10-2. –С. 225.
4. Юсупова И.В., Маркова С.В. Актуальные проблемы эффективного использования трудовых ресурсов в Республике Татарстан // Казанский экономический вестник. –2016. –№6(26). –С. 112 – 117.

## АНАЛИЗ РАСХОДОВ НА ОПЛАТУ ТРУДА ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ИХ РАЦИОНАЛЬНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

***Хасанова Р.Р.,***
студент, Казанский национальный исследовательский технический университет им. А. Н. Туполева (КНИТУ-КАИ), г. Казань
***Афанасьева А.С.,***
студент, Казанский национальный исследовательский технический университет им. А. Н. Туполева (КНИТУ-КАИ), г. Казань
***Филина О.В.,***
к.э.н., доцент, Казанский национальный исследовательский технический университет им. А. Н. Туполева (КНИТУ-КАИ), г. Казань

В настоящее время в современных условиях одним из основных факторов, которые влияют не только на производительность труда, но и на результат хозяйственной деятельности в целом, является оплата труда.

Заработная плата  является не только основным источником дохода работников предприятия, но и средством мотивации в результатах труда, его производительности, увеличении объемов произведенной продукции и улучшения ее качества, а также составной частью себестоимости производимой продукции.

Анализ расходов на оплату труда внешнеторговой деятельности предприятия является важнейшим инструментом для совершенствования систем оплаты труда.[2]

В отечественной практике анализ расходов на оплату труда в большей степени сводится к анализу формирования и использования фонда заработной платы, включающие в себя:

- оценку динамики заработной платы по категориям работников;

- анализ состава и структуры фонда заработной платы (основная и дополнительная, постоянная и переменная части);

-исследование условий, которые оказывают влияние на формирование фонда оплаты труда на предприятии;

- анализ показателей эффективности применения фонда заработной платы;

- изучение соотношения между темпами роста производительности труда и уровнем его оплаты;

- оценку воздействия повышения оплаты труда на финансовые результаты.

Анализ расходов на оплату труда внешнеторговой деятельности предприятия производится в 2-х ключевых направлениях:

1. изучение фонда заработной платы как составной части затрат на производство;
2. оценка прямых трудовых затрат в себестоимости продукта.

Главными задачами анализа расходов на оплату труда являются сравнение фактического фонда оплаты труда с предыдущим, установление причин отклонений, анализ соотношения динамики производительности и заработной платы, а кроме того выявление резервов и создание мероприятий по улучшению применения фонда заработной платы в текущих и будущих периодах.

Для повышения эффективности расходов средств на оплату труда, предприятиям необходимо принять соответствующие меры в различных сферах:

1) в сфере анализа и контроллинга оплаты труда (проведение анализа причин несвоевременной выплаты заработной платы; обеспечение эффективного распределения и использования трудовых ресурсов; обнаружение внутренних резервов увеличения производительности труда и оптимального использования рабочего времени);

2) в сфере менеджмента заработной платы (разработка определенного плана мероприятий по погашению задолженности по выплате заработной платы, в том числе установление сроков и порядка возврата долга; повышение личной заинтересованности сотрудников определенных структурных подразделений в решении приоритетных задач развития предприятия);

3) в сфере кадровой политики (создание критериев отбора персонала; осуществление рационализации численности работников в соответствии с установленной стратегией развития компании);

4) в сфере учета (детально раскрыть в учетной политике организацию оплаты труда на предприятии и раздел учета расчетов по оплате труда, в качестве дополнения к учетной политике разработать типичную для организации корреспонденцию счетов по расчетам с персоналом по оплате труда; увеличить уровень организации внутреннего контроля компании путем создания службы внутреннего аудита; использовать более рациональные системы ведения аналитического учета).[3]

Все эти факторы могут помочь полнее обнаружить и реализовать резервы повышения эффективности использования средств на оплату труда.

Достижение нормативных затрат на оплату труда при одновременном повышении личных доходов персонала и дифференциации их выплат в соответствии с трудовым взносом отдельных сотрудников в общие результаты определяют эффективность управления оплатой труда.

При составлении сметы и определения необходимых объемов средств учитываются установленные на предприятии формы оплаты труда, действующие тарифные ставки и оклады, разряды работников, должностные оклады.

Подводя итог вышесказанному, следует отметить то, что в нынешних условиях усиления конкурентной борьбы среди товаропроизводителей, роста безработицы из-за санкционных мер практическую значимость имеет рациональное использование затрат на оплату труда внешнеторговой деятельности предприятия.

Список литературы

1. Александрова А. Б. Заработная плата на современном предприятии. М.: Книжный мир, 2014.- 424 с.

2. Макушева Ю.А., Горина М.С. Особенности процесса управления человеческими ресурсами в условиях инновационной экономики // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 2. – 670 с.

3. Скамай Л. Г., Трубочкина М. И. Экономический анализ деятельности предприятия. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 296 с.

4. Филина О.В. Институциональное проектирование предпринимательской активности со стороны государства// Теория и практика институциональных преобразований в России/ Сборник научно-аналитических статей. Казань: Изд-ва Отечество 2013.

## ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ В СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИКЕ

***Савинова И.В.,***
студент, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Идрисов И.Н.,***
студент, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Шипшова О.А.,***
к.э.н., доцент , Казанский кооперативный институт, г.Казань

Важное значение для развития теории «конкурентных преимуществ» имеет выделение основных факторов, влияние и взаимодействие которых определяет развитие конкурентных преимуществ. К таким факторам относят: развитие техники и технологии производства, количественную и качественную характеристику трудовых ресурсов, состояние науки и степень ее применения в производстве, природные условия, развитие форм собственности на средства производства, объем и структуру производства, соотношение накопления и потребления, развитие международных экономических связей и др.

Однако, наряду с этими известными факторами, на современном этапе развития производительных сил появились новые, особые виды факторов и ресурсов, такие как информация, инновационность, управление, которыеоказывают значительное влияние на процесс повышения конкурентоспособности и способствуют его эффективности. В отличие от ограниченных трудовых, природных и материальных ресурсов новые факторы представляют собой результат интеллектуальной деятельности человека и вследствие этого являются практически неограниченными [1].

По мере социально-экономического развития общества информация становится неотъемлемым “участником” взаимоотношений между людьми. Если в начале века объем информации удваивался каждые 50 лет, то в настоящее время этот процесс

занимает лишь год. В современном мире информационные ресурсы являются одним из основных факторов повышения конкурентоспособности. Коренное отличие информации от других ресурсов состоит в том, что она является результатом сложного умственного и интеллектуального труда, в то время когда другие факторы носят предметный характер. Исходя из этого, развитие информатизации может компенсировать ограниченность других факторов воспроизводства. Использование информации в науке и в управленческой деятельности позволяет получать тот же социально-экономический результат с меньшим объемом материальных и трудовых ресурсов или при том же объеме ресурсов - больший результат. Таким образом, информационные ресурсы становятся потенциальным источником богатства общества.

Список литературы

1. Инновационная составляющая формирования конкурентных преимуществ в производственных системах в условиях смены технологических укладов : коллективная монография / О.А. Шипшова, Ф.А.Мухаметшина, и др. М.: РУСАЙНС, 2018. — 142 с.

## РАЗВИТИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ В СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИКЕ

***Масленкова Е.А.,***
студент, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Николаев Р.Е.,***
студент, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Шипшова О.А.,***
к.э.н., доцент , Казанский кооперативный институт, г.Казань

Исторический путь развития любой страны состоит в последовательном переходе от одного вида источников знаний к другому, которые используются в качестве ключевых конкурентных преимуществ, однако этот путь может нарушаться в зависимости от конкретных условий. Наилучший путь, когда предыдущий этап развития конкурентоспособности создает базу для развития следующего этапа.

Однако, сетевые национальные экономики не всегда следуют в своем развитии такой последовательности в использовании факторов конкурентного преимущества. Это связано с индивидуальным набором преимуществ и оценок параметров экономики отдельных стран, а также с кризисным характером эволюции рыночного хозяйства. Конкурентные преимущества достигаются за счет одновременного использования ресурсных, инвестиционных, инновационных возможностей и накопленного богатства. Инвестиции позволяют получить дополнительную отдачу от факторов при увеличении производства (эффекты масштаба), решать проблемы развития производства, создавать инфраструктуры. Именное такое сочетание и создает существенные, различаемые конкурентные преимущества [1].

Российская экономика прошла сложный и извилистый путь, встав на путь постиндустриального развития позже других государств, тем более в период адаптации к системе рыночных отношений. Особенностью российской сетевой экономики является чрезвычайное отставание отраслей производственной инфраструктуры в сравнении с мировым уровнем. В то же время для российских регионов имеется шанс активизировать использование тех факторов, которые наиболее важны в современных условиях и могут обеспечить ускорение развития. С этой точки зрения в современной экономике трудно переоценить инфраструктурные и информационные факторы конкурентных преимуществ. Они содержат в себе огромный, далеко еще не реализованный потенциал влияния на конкурентоспособность.

Список литературы

1.Инновационная составляющая формирования конкурентных преимуществ в производственных системах в условиях смены технологических укладов : коллективная монография / О.А. Шипшова, Ф.А.Мухаметшина, и др. М.: РУСАЙНС, 2018. — 142 с.

## ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РОССИИ

***Шмырина А.А.,***
студентка, Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Краснодар

В современном мире в условиях всеобщей глобализации экономика получила новые возможности развития в сети Интернет, а новейшие информационные технологии делают ее эффективней и прибыльней.

Актуальность исследования обусловлена тем, что Интернет-торговля — это один из наиболее динамично развивающихся и технологичных рынков в мире. Следствием развития электронной и мобильной коммерции явилось расширение интернет-технологий продвижения товаров и услуг, используемых для привлечения внимания к электронным ресурсам компаний-продавцов [1].

В «Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г.» создание условий для развития компаний, работающих в области электронной коммерции, признано Правительством РФ одним из приоритетных направлений развития информационно-коммуникационных технологий в России. Задача состоит в том, чтобы ускорить формирование благоприятной институциональной среды для этих компаний, дав им возможность в полной мере раскрыть инновационный потенциал отечественной электронной коммерции.

Рынок электронной торговли России определяется как совокупный оборот торгово-закупочных операций, осуществляемых через Интернет физическими и юридическими лицами. Главной тенденцией последних 5 лет стал постоянный рост торговли через Интернет. В 2016 году объем рынка Интернет-торговли в России составил 920 млрд. руб., что на 21% превосходит результат 2015 года. АКИТ на 2017 год прогнозирует оборот электронной торговли в 1150 млрд. руб [4].

Объем рынка электронной коммерции расширяется в связи с активным приростом интернет-аудитории. В мире в год средние темпы роста по данным агентства eMarketer составляют около 18–20 %, в России темпы роста доходят до 17-18 %. Это примерно 3-4 % от общего ритейла в России и до 10-12 % в США и других развитых странах. По экспертным оценкам, доля Интернет-торговли в общем обороте розничной торговли РФ сможет достичь 6% к 2020 году, что все равно будет ниже текущего показателя развитых стран - 10-12%.

Розничная Интернет-торговля физическими товарами в РФ развивается достаточно динамично, следуя мировым тенденциям. Ее доля в общем объеме розничных продаж в стране постоянно растет. При этом, несмотря на высокие темпы роста, доля Интернет-торговли в общем объеме розничной торговли в РФ остается достаточно низкой, то есть имеется потенциал для роста.

При этом следует отметить, что на отечественном рынке электронной коммерции существует некий дисбаланс развития по регионам. Большая часть рынка, а именно более 60 % интернет-магазинов сконцентрированы в мегаполисах центральной части страны (Москва и Санкт-Петербург). Отставание остальных регионов России обусловлено в основном отсутствием доступного высокоскоростного интернета. Так же существует проблема адаптации пользователей к среде онлайн-шопинга, у большинства россиян, а именно 45 % на адаптацию уходит в среднем 2,5 года, и только 11 % начинает совершать покупки сразу после получения доступа к высокоскоростному интернету [3]. Так же отмечено растущее влияние трансграничной торговли: 64 % российских онлайн-потребителей хотя бы раз приобретали товары в иностранных интернет-магазинах, а 6 %

заявили, что делают покупки исключительно в таких магазинах. Объемы рынка электронной коммерции стремительно растут, исследовательские агентства проводят аналитические работы в попытках предсказать будущее данного сектора мировой экономики. Исходя из прогнозных данных одной из таких фирм – Forrester, можно сделать некоторый прогноз для сектора электронной коммерции в России.

Рынок электронной коммерции в России является одним из наиболее быстро развивающихся во всей Европе, что ведет к уверенному росту количества молодых онлайн-покупателей. По прогнозам экспертов к 2020 году объем рынка достигнет 2180 млрд. руб. и будет преобладать над многими другими торговыми отраслями [2]. Как предсказывают эксперты, к 2020 году в центральной части страны и в столичных округах продажи с помощью онлайн-торговли возрастут на 30 %, а в других регионах страны средний рост составит примерно 55 %.

Ожидается, что в ближайшие четыре года российский рынок Интернет-торговли продолжит расти в среднем на 20% в год. В 2016 г., даже на фоне сложной экономической ситуации, оборот Интернет-торговли сможет достичь 1 трлн. руб., в 2020 г. он удвоится. Основным драйвером роста станет Интернет-торговля в регионах. Ускоренное проникновение Интернета и развитие логистических каналов будут способствовать быстрому развитию онлайн рынка. Существенную роль также сыграют «антикризисные» меры компаний (расширение ассортимента, введение новых сервисов, новая ценовая политика).

Товарная структура рынка Интернет-торговли включает множество разнопрофильных категорий – от запчастей к автомобилям, габаритной бытовой техники до парфюмерии и предметов искусства.

Наиболее быстрорастущими, по оценкам InSales, стали пять ключевых категорий: «Товары для дома», «Автозапчасти», «Стройматериалы», «Аксессуары» и «Подарки». Наиболее слабый рост был отмечен в категориях «Цветы», «Косметика и парфюмерия», а также «Печатные книги». При этом средний чек в российском Интернет-магазине, по данным Data Insight, составляет 4050 рублей, а в зарубежном, по оценкам АКИТ (Ассоциация компаний Интернет-торговли), – 52 евро. Самыми популярными категориями среди онлайн-покупателей в России остаются одежда и потребительская электроника: такие покупки за полгода делали соответственно 64 % и 50 % опрошенных. Далее средства по уходу (46 %), книги и журналы (45 %), мобильные устройства (44 %), билеты на мероприятия (40 %). Меньше всего пользователи покупают упакованные продовольственные товары (12 %), алкоголь (8 %) [4].

Крупнейшими игроками (ТОП5) в 2015г., согласно рейтингу, составленному DataInsight и Ruward, стали продавец автозапчастей Exist, гипермаркеты Ситилинк, Юлмарт и М.видео, а также Wildberries, реализующий преимущественно одежду и обувь. Кроме того, явно прослеживается тенденция к развитию маркет-плейсов (например, Яндекс.Маркет, Викимарт, Почта Маркет и др.), что способствует развитию малого и среднего бизнеса в РФ, так как электронные площадки, в большинстве случаев, берут на себя решение ключевых проблем – привлечение аудитории и логистику.

Однако, по данным АКИТ, самым посещаемым веб-сайтом в РФ является китайский маркет-плейс AliExpress, на втором месте – российский гипермаркет Ozon.ru (входит в ТОП10 рейтинга DataInsight и Ruward), на третьем – американский онлайн аукцион eBay. Данный факт свидетельствует в том числе и о том, что в РФ трансграничная Интернет-торговля получает широкое распространение. Основной причиной ее роста являются неравные конкурентные условия. Поэтому развитие внутренней электронной торговли в РФ начнет замедляться, если не будет осуществлено урегулирование трансграничного направления.

Ключевым фактором дальнейшего развития Интернет-торговли в РФ, как и во всем мире, продолжает оставаться рост проникновения Интернета (преимущественно мобильного) на территории РФ (в частности, в регионах). Следовательно, будет

происходить увеличение количества Интернет-покупателей. По расчетам Национального исследовательского университета ВШЭ, между этими показателями существует сильная взаимосвязь (коэффициент корреляции - 0,998) [5]. Объем онлайн-продаж находится в сильной зависимости от Интернет-аудитории, то есть появление каждого нового пользователя потенциально ведет к увеличению объемов продаж через Интернет (в целом, вне зависимости от категорий товаров). При этом ценовой фактор отходит на второй план.

Список литературы

1. Дубинина М.А., Филимонова М.А. Развитие инновационных интернет-технологий в продвижении // Экономика устойчивого развития. – 2015. - №4. С. 64-73.

2. Интернет в России: Состояние, тенденции и перспективы развития — М.: ФАМПК, 2016. – 132 с [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2015/internet-in-russia.html

3. Рожков Р. Россияне увлеклись онлайн-шопингом // Газета «Коммерсантъ». 2016. № 13. С. 10.

4. Рынок интернет-торговли в России. Результаты 2016 [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.akit.ru/wp-content/uploads/2017/03/

5. Седых И.А. Рынок Интернет-торговли в РФ в 2016 году. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://dcenter.hse.ru/data/2017/03/10/1169536647.

## ПОДБОР И ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

***Биккулова Г.Р.,***
студент, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Макарова Е.С.,***
к.э.н., доцент, Казанский кооперативный институт, г.Казань

В XXI веке на успешную деятельность организации в значительной степени влияет персонал. В настоящее время еще не до конца изучен человеческий фактор, в то время как, во многих сферах деятельности, технологические возможности уже давно исчерпали себя. А это значит, что бо́льшую роль будут играть инвестиции в развитие человеческих ресурсов, чем инвестиции в улучшение производственных мощностей.

Все большую актуальность приобретает вопрос качественного подбора и обучения персонала. Успех любой организации в большой степени зависит от ее способности подобрать необходимых сотрудников. Процесс планирования кадров, т.е. определение сколько, на какую должность и какой квалификации требуется сотрудников, является основой подбора персонала.

На перспективы организации напрямую влияет качество человеческих ресурсов и уровень развития персонала. Конкурентоспособное предприятие всегда стремится к наиболее эффективному использованию потенциала своего персонала, создавая условия для постоянного развития. На данный момент в экономике нашей страны достаточно трудно проходит становление рыночных отношений, именно поэтому повышается уровень значимости персонала организации. Только при постоянном совершенствовании кадрового состава организация может быстро приспосабливаться к изменяющейся окружающей среде. Кроме того, учитывая специфику российского рынка, где постоянно происходят изменения как внутренних, так и внешних условий организации, можно констатировать, что совершенствование персонала, т.е. профессиональное обучение и качественный подбор, определяет не только эффективность деятельности организации, но и ее выживаемость.

Таким образом, необходимо отметить, что в настоящее время успеха добиваются предприятия, способные нанимать персонал, который, в свою очередь, эффективно будет выполнять все свои основные задачи и иметь соответствующее образование и

квалификацию. Подбор и обучение сотрудников требует основательного подхода и анализа значительного объема информации. Это обстоятельство диктует объективную необходимость в кратчайшие сроки освоить теорию, методологию и особенности подбора и обучения персонала.

Список литературы

1. Насибуллина Г.Р., Гараева Д.Ф. Менеджмент качества в подготовке кадров. – В сборник: Актуальные задачи управления качеством и конкурентоспособностью продукции в современных условиях: материалы международной научно-практической конференции. Казанский кооперативный институт (филиал) АНО ОВО ЦС Ф «Российский университет кооперации»; Европейский университет Молдовы. – 2016, С.332-334.

## ВНЕШНИЕ СВЯЗИ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

***Вафина Д.А.,***
студентка, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Нуртдинов И.И.,***
к.э.н., доцент , Казанский кооперативный институт, г.Казань

Татарстан обладает внушительным социально-экономическим потенциалом, что объясняет его активное участие в сотрудничестве, которое реализуется в условиях возрастающей глобализации и мировой взаимозависимости, а также в условиях международного разделения труда. Республика традиционно развивает торговые и деловые связи с зарубежными странами. В условиях современной экономики, во время экономического кризиса тема внешних связей является особенно важной и актуальной, поскольку Татарстан сотрудничает со многими регионами мира, активно участвуя в международной торговле: более 100 государств развивают торговые отношения с республикой. Наряду с развитием традиционно многогранных связей с Турцией, республика активизирует контакты с Китаем, Индией, странами Юго-Восточной Азии, странами СНГ в сфере торгово-экономического, гуманитарного и социального аспекта внешних связей. Торговый оборот Татарстана в 2014 году составил 5,9 млрд. долл., в 2015 году - 4,3 млрд. долл. США. Наиболее активно торговля осуществлялась с Польшей, Германий, Бельгией, Италией, Турцией, Венгрией, Китаем. В 2016 г. показатель товарооборота республики продемонстрировал падение на 22%, что составило 3,5 млрд. долл. В 2015-16 годах внешнеэкономическая ситуация повлияла на динамику внешнеторгового оборота Татарстана крайне негативно. Динамика показателей социально-экономического развития республики, как и России в целом, формировалась в весьма непростых условиях девальвации рубля и введенных санкций [5].

Татарстан является одним из динамично развивающихся субъектов Российской Федерации и участвует в международном сотрудничестве с начала 90-х годов XX в. Республика имеет обширный опыт в области международных связей регионального уровня, контактов с зарубежным политиками и дипломатами, участвуя в работе международных организаций и реализуя внешнюю политику РФ. Край исторически был призван выполнять роль политического и торгово-экономического центра. Предки татар - волжские булгары напрямую торговали с Прикамьем, Русью, племенами Европейского Севера, Скандинавии и Прибалтики, Византией, Крымом, Закавказьем, Хазарией, Хорезмом, Ираном и Китаем. Являясь "местом встречи цивилизаций", символическим перекрестком религиозных и культурных традиций Востока и Запада, Азии и Европы, Татарстан накопил богатейший опыт межэтнического и межконфессионального согласия. Опираясь на него, республика развивает свои контакты с миром, строит торговые, научные и культурные связи со своими ближними и дальними соседями и партнерами.

Татарстан расположен в центре РФ, исторически территория связывает Запад и Восток, где пересеклись Европа и Азия. Экономика региона интегрирована в мировую хозяйственную деятельность. Объем международного сотрудничества стабильно расширяется и играет значительную роль в развитии республики. Около половины продукции Татарстана ориентировано на экспорт. Одной из важнейших задач в сфере внешнеэкономической деятельности является привлечение внешних ресурсов (партнерство, инвестиции, технологии). В РТ ведется объемная работа по созданию выгодных условий для привлечения и реализации проектов, включающих предоставление инвестиционных площадок и формирование общего бизнес-климата. Татарстан на протяжении последних лет стабильно входит в первую десятку регионов России с наивысшим инвестиционным потенциалом и минимальными рисками [6].

Республика имеет выгодное географическое положение на пересечении важных торговых путей, богатые природные ресурсы, промышленную базу, высококвалифицированный научный и технический потенциал, относительно низкие внутренние издержки, развитую сеть коммуникаций, законодательную базу в сфере внешнеэкономической деятельности, стабильную политическую ситуацию, что имеет большое значение для установления долгосрочных партнерских отношений.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что в республике Татарстан существует объективная потребность в развитии внешнеэкономических связей. Татарстан обладает высокоразвитым топливно-энергетическим комплексом, машиностроением, химической и нефтехимической промышленностью. Стоит упомянуть о предприятии нефтеперерабатывающей отрасли «ТАНЕКО», имеющее стратегическое значение для развития экономики Татарстана, входит в Группу компаний "Татнефть". Рынок сбыта имеет широкий диапазон в различных регионах мира. В то же время в Татарстане не производится целый ряд важных видов промышленной продукции, потребность в которых удовлетворяется за счет ввоза из регионов России и зарубежья. [4].

Развитие внешних связей Татарстана тесно связано со становлением федерализма в России. При этом необходимость реализации интересов республики объективно приводит к интеграции Татарстана в мировое сообщество. Осуществляя международную деятельность, руководство республики стремится использовать все легитимные возможности для развития экономических, культурных и политических международных и межрегиональных связей. Укрепление международного политического авторитета Татарстана обстановка стабильности и предсказуемости в республике положительно сказываются на осуществлении долговременных международных проектов со стратегическими иностранными партнерами.

Динамичное развитие экономики Татарстана было бы невозможным без увеличения объемов внешней торговли с ориентацией на высококонкурентный международный рынок, а также без привлечения иностранных инвестиций для реализации крупных проектов. Динамика внешнеторгового оборота Татарстана отчасти повторяет общероссийскую динамку внешней торговли. При этом, результаты внешнеэкономической деятельности Татарстана оказались лучше, чем в целом по России. На эти показатели влияют снижение цен на нефть и обесценение рубля. Ожидается, что республика покажет динамику лучше остальной России, поскольку ее крупнейшим самостоятельным экспортером является ПАО «Нижнекамскнефтехим», а нефтехимическая отрасль в России показывает рост. Успешно осуществляется инвестиционное сотрудничество на территории ОЭЗ «Алабуга», по праву носящей статус крупнейшей особой экономической зоны промышленно-производственного типа России. По состоянию на середину 2017 г. на территории ОЭЗ «Алабуга» работало 56 резидентов, 22 современных предприятий уже выпускало продукцию.

Отмечается возрастающий интерес к проекту «Иннополис» - второй ОЭЗ в Татарстане, ИТ-центра российского масштаба и нового высокотехнологичного города. К

середине 2017 года на территории ОЭЗ «Иннополис» действовало 48 компаний-резидентов, а также 8 компаний со статусом партнера.

Список литературы

1. Нуртдинов И.И. Лизинг. //Учебное пособие; Изд-во «Центросоюз РФ»; Москва, 2013. (2-е издание)
2. Нуртдинов И.И. К вопросу о необходимости модернизации российской экономики. // Сибирская финансовая школа. 2012. - № 5 (94). - С. 3-7.
3. Нуртдинов И.И. Лизинг как инструмент обновления основных фондов потребкооперации //Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. 2012. - № 3. С. 98
4. Сайт министерства торговли и промышленности РТ - http://mpt.tatarstan.ru/
5. Инвестиционные рейтинги регионов России - http://mpt.tatarstan.ru/
6. Фахрутдинов Р.Г. История татарского народа и Татарстана. (Древность и средневековье). Изд-во «Магариф», Казань2000г.- 255 с.

## ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ СТРАНЫ

***Галимуллина Г.И.,***
студентка, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Аннотация: данная статья посвящена актуальной проблеме занятости населения и ее государственному регулированию, а также рассмотрены основные причины безработицы и направления, по которым осуществляется политика государства в области занятости.

Ключевые слова: политика занятости, рынок труда, безработица, государственное регулирование, население.

Человек – источник рабочей силы. Но не каждый человек является работником. Трудовые ресурсы – эта та часть населения страны, у которой развиты умственные способности, они обладают необходимыми знаниями и физическим развитием для работы. К ним не относятся дети и пожилые люди, а также нетрудоспособные лица, например, инвалиды или люди, которые уже долгое время находятся на лечении. В России трудовые ресурсы равны примерно 52% населения страны. Поддерживать такой уровень занятости населения очень сложная проблема для каждой страны. Обеспечение страны наиболее эффективным занятым населением - одна из важнейших задач для любого демократического общества. Государство в проблеме занятости, должно решить два основных вопроса. Во-первых, удовлетворить потребности инвестирующего капитала, в лице рабочей силы. Во-вторых, обеспечить трудоспособное население рабочими местами, насколько это возможно, для нормального существования людей. Политика государства в области занятости населения осуществляется по следующим основным направлениям[1, с.24]:

- обеспечение трудоспособного населения рабочими местами, несмотря на пол, возраст, национальность, социальное положение и вероисповедание;
- добровольный труд, свободное волеизъявление граждан при выборе вида занятости;
- обеспечение социальной защиты;
- борьба с безработицей;
- поощрение работодателей, которые создали новые рабочие места;
- международное сотрудничество по решению проблемы безработицы и др.

Анализ экономического состояния России за минувшие годы позволяет сделать вывод, что государство не может влиять на развитие рынка труда. Положение воспроизводства рабочей силы ухудшается, и она остается пассивной. Занятость

сократилась во многих отраслях экономики: промышленность, строительство, транспорт, сельское хозяйство, а также общественное питание, торговля и другие.

Существует несколько уровней политики занятости: локальный, региональный и общегосударственный (макроуровень).

Общегосударственный уровень подразумевает, что политика занятости носит системный характер и должна быть направлена на установление главных черт занятости в социально-рыночной экономике: обеспечить полной занятостью граждан и помочь им достичь высокого уровня жизни. И тогда граждане смогут поддерживать свои нынешние жизненные стандарты, когда уровень занятости снижается, происходит заметное движение режима труда с неполным рабочим временем, сокращается продолжительность установленной рабочей недели вследствие функционирования всей экономики и повышения эффективности труда, особенно в целях осуществления потребностей общества в профессиональной деятельности.

Например, чтобы личность была уверена в себе, необходимо добиться наилучшего сочетания свободного и рабочего времени, а каждому гражданину иметь возможность сочетать труд, отдых, учебу, воспитание детей и т. д. А значит, основной стратегической целью должен быть баланс спроса и предложения рабочих мест.

Впрочем, это возможно лишь при комплексном подходе к условиям достижения равенства спроса и предложения рабочей силы. Очень часто внимание уделяют формированию системы рабочих мест как нужной предпосылки прогнозирования массовой безработицы. Это одна из важных основ, особенно если внимание заострено на значительном увеличении и неравномерном распределении по территории прироста трудоспособного населения в настоящее время.

В ближайшие 10 лет необходимо справиться с кризисом и стабилизировать экономику, а также создать благоприятные условия для ее роста, способного обеспечить работой трудоспособных граждан нового поколения. Чтобы достичь социально и экономически удовлетворяющего баланса между спросом и предложением рабочих мест, особенно в территориальном разрезе, можно одновременно влиять лишь на труд, на предложение рабочих мест и на спрос населения.

С позиции заинтересованности в производстве подъема эффективности труда сверхзанятого населения, «излишними» признаются 13 % работающих граждан. Но сверхзанятость еще определяют по показателю жизнедеятельности и интересов человека. Установлено, что до 1/3 работающих граждан женского пола согласны не работать, если зарплата супруга будет эквивалентна их совокупной зарплате. А также из-за нехватки денег работают более 55 % пенсионеров [2, с.26].

Если данным группам общества предоставить свободу экономического выбора «работать или нет», то сократилось бы число людей, нуждающихся в работе. К сожалению, данная проблема может разрешиться только в течение длительного времени. Но, как известно, высокая потребность в работе у населения сохраняется из-за роста инфляции и низкого уровня различных выплат, а это может сильно сократить количество рабочих мест в ближайшем будущем. По этой причине снижение спроса на рабочие места у населения, сокращение сверхзанятости его отдельных групп на базе улучшения программы социальной помощи молодежи, которая совмещает работу с учебой, женщинам с детьми, пенсионерам надо рассматривать как необходимое условие обеспечения полной занятости при ускорении роста эффективности труда. Здесь говорится о социально и экономически необходимом распределении трудовых ресурсов между добровольной незанятостью, учебой и сферой труда.

Подводя итог, можно сказать, что государственное регулирование рынка труда главным образом нацелено на сокращение безработицы и обеспечение высокого уровня занятости самодеятельного населения. С этим связаны принимаемые в рамках социальной политики меры поддержания безработных. Вместе с тем государство осуществляет специальные, целенаправленные мероприятия в области занятости, прежде всего через

сеть государственных бирж труда, которые помогают безработным находить новые рабочие места. Подготовка рабочей силы в достаточном для рынка количестве и нужной квалификации способствует содействие государства общему и профессиональному образованию.

Список литературы

1. Вишнякова В.А. Роль государства в регулировании занятости населения в экономической системе общества // Ученые записки Российского государственного социального университета. - 2012. - №2 (102). - С. 64-69.

2. Тюкавкин Н.М., Тараканова М.И. Роль государства в регулировании занятости населения // Математика, экономика и управление. 2015. Т.1. №2. С. 25-29.

3. www.gks.ru – Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики

4. Хуснуллова А. Р. Экономические факторы изменения занятости в сфере услуг в мировой и российской экономике / Хуснуллова А. Р., Абсалямова С. Г. // Научное обозрение. – 2017. - №16. – 78-82.

## ПРОБЛЕМА БЕЗРАБОТИЦЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

***Селиверстова Ю.А.,***
студентка, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Аннотация: данная статья посвящена одной из актуальных проблем современной экономики - проблеме безработицы.

Ключевые слова: безработица, проблема, рынок труда, занятость, государственная политика занятости.

В настоящее время безработица становится неотъемлемым элементом жизни России, оказывающим существенное влияние не только на социально-экономическую, но и на политическую ситуацию в стране. Самыми распространенными причинами безработицы в России являются: низкие темпы роста экономики; неблагоприятный экономический цикл; низкий спрос на рынке занятости; социальные причины.

Нарушение структурных диспропорций занятости, отток рабочей силы за границу, падение уровня доходов населения свидетельствуют о том, что современное состояние отечественного рынка труда ставит под угрозу финансовую безопасность РФ.

Не следует недооценивать нынешнее кризисное состояние РФ. Нарастающая макрофинансовая нестабильность 2014 года, усилившаяся продолжением в 2015 году ограничительных политических и экономических мер, введённых в отношении России со стороны европейских стран, никоим образом не может положительно сказаться на трудоустройстве российских граждан и их благополучии. Согласно опубликованным Росстатом основным социально-экономическим показателям развития страны в 2016 году уровень безработицы в России составил 5,5%. В стране насчитывается 76 млн. экономически активных, трудоспособных россиян, в их числе 4,2 млн. человек, не имеющих работы. В России численность рабочей силы в мае 2017 года составила 52% от общей численности населения страны. Уровень занятости населения в возрасте от 15 лет составил 59,3%, уровень безработицы – 5,2%.

Численность безработных в мае 2017 года уменьшилась на 2,6% (105 тыс. человек) (по сравнению с апрелем), или, по сравнению с маем 2016 года, на 8,3% (на 358 тыс. человек). Численность занятого населения в мае 2017 года увеличилась на 0,2% (на 158 тыс. человек) (по сравнению с апрелем), или по сравнению с маем 2016 года уменьшилась на 0,5% (360 тыс. человек). В мае 2017 года в качестве безработных в учреждениях службы занятости населения состояло 843 тыс. человек (это на 4,2% меньше по сравнению с апрелем и на 16,5% – по сравнению с маем 2016 года). Общая численность

безработных в этот период превысила численность безработных, зарегистрированных в центрах занятости населения в 4,7 раза (по критериям МОТ) [1].

Можно утверждать, что характерными для экономики России является структурная безработица, дополняемая безработицей циклической. Также остро стоит проблема неформальной занятости, то есть такой, которая не оформляется трудовым договором. Так как отсутствие письменного трудового договора или контракта максимизирует нарушения трудовых и социальных прав и гарантий, неформальная занятость определяется как незарегистрированная занятость в формальном и неформальном секторе. Также распространена практика заключения трудовых контрактов на срок в пределах двух лет, по истечении которых работники увольняются.

Анализ занятости и безработицы в РФ позволяет выделить ряд существующих на российском рынке труда проблем: «старение» трудовых ресурсов и сокращение численности населения в трудоспособном возрасте; нескоординированность функционирования системы образования и спроса экономики на рабочую силу определенных профессий и квалификаций, что сказывается, в первую очередь, в низком уровне занятости среди молодежи; сокращение численности занятого населения в ряде отраслей, приоритетных с точки зрения развития инновационной экономики; неоднородность распределения величин спроса на рабочую силу в территориальном разрезе; низкий уровень трудовой мобильности населения; существенное расхождение между общей и официально регистрируемой безработицей [4].

Далее, следует выделить факторы, влияющие на уровень безработицы, а именно:

1. экономический спад и депрессивность развития отдельных территорий, вынуждающие работодателей снижать потребности в рабочей силе;
2. структурные сдвиги в экономике (внедрение новых технологий, оборудования), приводящие к сокращению излишней рабочей силы;
3. действующая политика правительства и профсоюзов в области оплаты труда: повышение минимального размера оплаты труда увеличивает издержки производства и обращения и, тем самым, снижает спрос на рабочую силу;
4. сезонные изменения в уровне производства в отдельных отраслях экономики;
5. изменения в демографической структуре населения: с ростом численности населения в трудоспособном возрасте возрастает вероятность безработицы.

Так же одной из причин роста безработицы является увеличение пенсионного возраста, что приводит к сокращению по состоянию здоровья. В свою очередь, основной причиной возникновения безработицы является нарушение равновесия на рынке рабочей силы [3, с.659-665].

Для того чтобы снизить уровень безработицы в рыночной экономике, государство разрабатывает различные пути для её снижения: государственная служба занятости; повышения специальной подготовки; повышение квалификации; подготовки высвобождаемых граждан; оказание социальной и материальной помощи безработным гражданам; обеспечение необходимых условий, создания и сохранения рабочих мест; развитие самозанятости населения; разработка программ занятости; улучшение информационного обеспечения рынка труда; развитие общественных работ.

Министерство труда предлагает ввести в России налог на тунеядство. Под действие закона попадут те, кто имеет возможность работать, но не желает или работает без трудового договора [2].

Существует и государственная программа Российской Федерации «социальной защиты РФ». Целью данной программы является создание правовых, экономических и институциональных условий, способствующих эффективному развитию рынка труда. Данная программа преследует следующие цели: снизить уровень регистрируемой безработицы; удовлетворить потребности субъектов РФ в высококвалифицированных иностранных работниках; снизить количество работников, занятых в условиях, не отвечающих санитарно-гигиеническим нормам. Результатом данной программы является:

создание условий для формирований гибкого, эффективно функционирующего рынка труда; предотвращение роста напряженности на рынке труда за счёт минимизации уровня общей и регистрируемой безработицы; удовлетворение на обеспечение внутренними ресурсами спроса экономики на рабочую силу за счёт внешней трудовой миграции; снижение численности иностранных граждан нелегально трудящихся в Российской Федерации; обеспечение сохранения здоровья; обеспечение соблюдений трудовых прав граждан; поддержание социальной стабильности в обществе [4, с.131-135].

Список литературы

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru
2. Официальный сайт Правительства России [Электронный ресурс]-Режим доступа: http://government.ru
3. Григорьева В.В Рынок труда и рабочей силы: взгляды от античных времен до сегодняшних дней /В.В. Григорьева, О.А. Федотова, Ю.И. Мартынов //Экономика и предпринимательство. – 2013. - №12. – Ч. 3. – С. 659-665.
4. Гимпельсон В., Капелюшников Р., Рощина С. Российский рынок труда: тенденции, институты, структурные изменения / Доклад Центра трудовых исследований и лаборатории исследований рынка труда НИУ ВШЭ / М. 2017.
5. Хуснуллова А.Р. Международная трудовая миграция как форма межстранового перераспределения интеллектуального капитала / Абсалямова С.Г., Мухаметгалиева Ч.Ф., Хуснуллова А.Р. // Казанский социально-гуманитарный вестник. – 2016. - №2. – С. 4-7.

## СТИЛЬ УПРАВЛЕНИЯ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ

***Тимескова Н.Н.,***
студентка, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Аннотация: Статья посвящена стилю управления в малом бизнесе. Рассмотрены основные понятия и стили. Выявлены самые популярные методы управления и даны рекомендации для руководителей.

Ключевые слова: управление, стиль, бизнес.

В настоящее время, проблемам малого бизнеса уделяется недостаточно внимания. Он подобен первопроходцу тех областей, в которые государству и крупным компаниям трудно и рискованно вкладываться. Создавая малый бизнес, необходимо понимать, как управлять им, чтобы бизнес процветал и приносил прибыль, и конечно же, какой предприниматель не хочет, чтобы из его маленького «детища» стала огромная компания. Для того, чтобы мечты превратились в реальность необходим стиль управления малым бизнесом.

Стиль управления – один из самых важных критериев успешной компании, это то, как руководитель выполняет свои функции, т.е. не то, что он делает, а как он это делает. Важно, чтобы руководитель компании понимал, что такое “Стиль управления” и придерживался основных правил управления [1, стр.245].

Существует три основных стиля управления: авторитарный, демократический, либеральный.

У каждого руководителя есть свой собственный метод управления. Этот метод может быть собран из многообразия стилей. И в конце образуется «решетка» менеджмента, из которой можно выделить пять типов управленческого поведения: а) диктатор; б) демократ; в) пессимист; г) манипулятор; д) организатор.

Менеджер-диктатор – в основная его деятельность нацелена на на производство и уделяет минимум внимания конкретным людям. Это жесткий курс администратора, для которого результат – все, он является человеком – исполнителем. Работа таких руководителей чаще всего не является успешной и никому не приносит пользы.

Менеджер-демократ – является противоположностью диктатору. В данном случае в основу ставится принцип «быть всегда самим собой». Дела у такого менеджера идут как бы сами собой без его вмешательства. Как принято, тут превалируют действия с демократическим перекосом.

Менеджер-пессимист – является любителем девиза «не вмешивайся в естественный ход событий». На практике, обычно, от таких людей очень мало пользы.

Менеджер-манипулятор – не редко можно встретить такой тип руководителя, как правило, он удовлетворен средними достижениями и является почитателем лозунга: «не хватать звезд с неба». Тут имеет место быть предрасположенность к манипулированию людьми.

Менеджер-организатор – один из самых продуктивных типов менеджера. Он учитывает нужды производства, а еще необходимости и интересы людей. Важной чертой данного типа является стремление к инновациям и нацеленность на постоянное развитие организации. Предприятия, где действуют менеджеры-организаторы, обычно процветают. Многие фирмы развитых стран прилагают огромные усилия, для того чтобы найти менеджеров данного типа. Можно сделать вывод, что такие менеджеры представляют собой современного управляющего.

Данный тип менеджера-организатора является наиболее предпочтительным для множества руководителей. Компания заинтересована в том, чтобы коллектив находился в приятной дружеской и командной атмосфере[3, стр.107].

Главная задача менеджера – является поддержание данной атмосферы в коллективе, культивирование мышления с ориентацией на результат, поиск новых идей и мозгов. Это достигается отрытым информированием, беседами о направлениях и целях деятельности. Необходимо организовывать в коллективе беседы о постановке целей и достижении результатов, с отдельными работниками, и с рабочими группами.

Руководитель-организатор проводит беседы с коллективом, обсуждают дальнейшие пути продвижения компании, ее цели и выбирают правильный способ выполнения каждой работы.

Менеджер-организатор является ценителем своей команды. Для него характерно, чтобы его сотрудники смотрели в одну сторону и гордились успехами фирмы, а также прикладывали больше сил для улучшения и продвижения фирмы.

Таким образом, в малом бизнесе предпочтительнее тот стиль управления, который осуществляется преимущественно на неформальной основе, нацелен на формирование творческой атмосферы в коллективе, направленной на достижение результатов.

Список литературы

1. Горфинкель В. Я. Малый бизнес. Организация, экономика, управление [Электронный ресурс]: учеб.пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям, по направлениям «Экономика», «Управление» / В. Я. Горфинкель; под ред. В. Я. Горфинкеля, В. А. Швандара. - 3-е изд., перер. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 495 с.

2. Кожинова Т. В. Управление развитием предприятий малого бизнеса в обрабатывающей промышленности (на примере Красноярского края) [Электронный ресурс] : монография / Т. В. Кожинова, И. С. Ферова, В. И. Абуховский. - Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2012. - 140 с.

3.Управление малым бизнесом: Учебное пособие / А.А. Абрамова, Г.И. Болкина, А.Д. Буриков и др.; Под общ. ред. В.Д. Свирчевского - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 256 с.

4. The impact of corruption on the sustainable development of human capital, 5th International Conference on Mathematical Modeling in Physical Sciences (IC-MSquare 2016) IOP Publishing Journal of Physics: Conference Series 738 (2016) 012009 doi:10.1088/1742-6596/738/1/012009, p.1-6.

## ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ

***Ананьева Н.В.,***
студентка, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Аннотация: Для благополучного существования каждое предприятие должно стремиться к повышению эффективности своей деятельности на основе рационального использования ресурсов и увеличения прибыли. Таким образом, в настоящее время выделяют эффективное управление прибылью, изучение механизмов её создания и методов планирования. Итак, в статье были рассмотрены теоретические аспекты планирования прибыли на предприятии. Особый акцент делается на базовые методы планирования прибыли.

Ключевые слова: прибыль, планирование, методы планирования.

Многие взгляды современных исследователей сходятся в том, что прибыль является оценочным показателем деятельности хозяйствующего субъекта, при этом индикаторы и критерии для её анализа, а также методы её формирования и планирования выдвигаются разные [1; 2].

Планирование прибыли выступает в роли процесса разработки системы мероприятий по обеспечению её формирования в необходимом объеме и эффективном применении в соответствии с целями и задачами, способствующие развитию компании. Так, к примеру, процесс планирования прибыли в торговой организации начинается с обоснования прибыли от реализации товаров и услуг, установления прибыли до налогообложения и завершается расчетами чистой прибыли.

Управление процессом планирования и формирования прибыли хозяйствующего субъекта, в первую очередь, направлено на стимулирование рабочего персонала, обеспечение оптимальной пропорции между уровнем риска и величиной планируемой прибыли, выполнение обязательств перед собственниками предприятия, инвесторами, кредиторами и государственными организациями, а также на максимизацию прибыли, в соответствии с условиями рынка и ресурсным потенциалом предприятия.

Многие предприниматели полагают, что максимизация прибыли является приоритетной задачей и главной целью торгового менеджмента, тогда как остальными целями и задачами можно пренебречь. Тем не менее, стоит заметить, что это весьма спорное утверждение, так как увеличение прибыли не ведет автоматически к возрастанию рыночной стоимости предприятия. Важно всегда помнить, что рост объема реализации влечет за собой увеличение различных затрат, которые относятся к постоянным расходам.

При экономическом обосновании прибыли используются следующие данные: результаты анализа прибыли за отчетный год, плановые показатели деятельности организации, учет внутренних и внешних факторов, которые оказывают влияние на прибыль.

Следует отметить, что очень важной чертой в планировании прибыли является подсчет плановой прибыли. Размер плановой прибыли обязательно должен быть экономически обоснованным и достаточным для своевременного осуществления в полном объеме всех обязательств компании, а также обеспечивать её дальнейшее развитие и совершенствование. Планирование прибыли предприятия предполагает ещё и разработку прогнозов по направлениям изменения прибыли и по её размеру, использование и формирование прибыли, а также её текущее и оперативное планирование и распределение.

Для планирования прибыли можно использовать несколько методов, каждый из которых предусматривает взаимосвязь между прибылью, затратами и объемом деятельности. Итак, рассмотрим три основных метода планирования прибыли [4].

1) Метод прямого счета. Этот метод предполагает, что прибыль рассчитывается как разница между планируемой выручкой и полной себестоимостью продукции в действительных ценах с основными отчислениями. Такой метод считается самым

распространенным и его используют при обосновании создания нового или расширения существующего производства. В методе прямого счета основной показатель - прибыль от реализации продукции. Достоинства метода – это точность и объективность. Недостаток – трудоемкость, так как при наличии большой номенклатуры метод становится невозможным для применения [5].

По мере развития рыночных отношений одним из ключевых методов планирования прибыли становится метод, основанный на формировании её целевого размера. Этот метод наилучшим образом предоставляет возможность обеспечить согласование прибыли со стратегическими целями развития торгового предприятия в будущем периоде. Основа этого метода заключается в предварительном определении потребности в собственных финансовых ресурсах, которые формируются за счет чистой прибыли. Расчет ведется по каждому элементу потребности. Суммарная потребность в средствах на эти цели представляет собой целевой размер прибыли в плановом периоде [3].

2) Аналитический метод планирования прибыли. Такой метод используется при большом ассортименте выпускаемой продукции и как дополнение к методу прямого счета для его контроля и проверки. Он предполагает использование многофакторных экономических моделей при планировании и формировании прибыли предприятий.

В более простом варианте метод сводится к установлению прибыли предыдущего периода, определение её доли в общем валовом доходе предприятия на единицу реализованной продукции. В итоге путем корректировок с учетом изменения объёмов производства устанавливается плановая прибыль предприятия. Данный метод в отличие от метода прямого счета, помогает выявить влияние отдельных факторов на прибыль.

3) Метод совмещенного планирования прибыли. Метод объединяет в себе элементы вышеописанных методов. Для более удобного проведения расчетов, стоимость товаров в ценах планируемого года и по себестоимости отчетного года рассчитывается методом прямого счета. А факторы, которые могут влиять на плановую прибыль высчитываются посредством аналитического метода.

Таким образом, взяв за основу один из вышеописанных методов планирования можно составить хороший бизнес – план предприятия и заранее просчитать его рентабельность. Большую помощь в углубленном понимании сути этого вопроса и количественном определении прибыли, в выборе оптимального планового решения по прибыли, предоставляет расчет точки безубыточности, операционного рычага, коэффициента самофинансирования, размер возможного снижения объема товарооборота при неблагоприятной конъюнктуре потребительского рынка, позволяющий осуществлять прибыльную деятельность.

Список литературы

1. Бланк И.А. Управление торговым предприятием. М. : Тандем, 2009. 416 с.
2. Валевич Р.П., Давыдова Г.А. Экономика торгового предприятия. М. : Высш. шк., 2011. 367 с.
3. Маркова Г. В., Пушко О. Е. Планирование прибыли как финансового результата деятельности торгового предприятия // Известия вузов. Инвестиции. Строительство. Недвижимость. 2014. №1 (4). С.41-46
4. Планирование деятельности на предприятии : учебник для вузов / под ред. С.Н. Кукушкина, В.Я. Позднякова. М. : Юрайт, 2013. 350 с.
5. Шеремет А.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. М.: ИНФРА-М, 2010. 367 с.
6. Хуснуллова, А.Р. Четвертая промышленная революция и ее социально-экономические последствия / Хуснуллова А.Р., Валеева Ю.С., Абсалямова С.Г. // Научное обозрение. – 2016. - № 13. – С. 157-163.

## СЕКЦИЯ 8. ВОПРОСЫ КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ ТОВАРОВ И УСЛУГ

## ИЗУЧЕНИЕ МОРФОЛОГИЧЕСКОГО СОСТАВА МИКРООРГАНИЗМОВ МОЛОЧНОКИСЛЫХ ПРОДУКТОВ

***Авлякулова С.Э.,***
студентка, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Нургалиева А.Р.,***
доцент кафедры товароведения и технологии общественного питания, Казанский кооперативный институт, г.Казань

В настоящее время ежегодный объем производимых в мире молочных продуктов питания ежегодно увеличивается. По этому показателю молочные продукты занимают одно из первых мест на мировом пищевом рынке. Нестабильная экономическая ситуация влияет на этот рынок из-за возросших затрат на корм, электроэнергию. Однако, спрос на основные молочные продукты продолжает расти. Сегодня на рынке представлен широкий ассортимент молочнокислых продуктов. Решающую роль при выборе потребителем товара играет постоянство качества продукта. В этой связи, достаточно часто актуальными являются исследования направленные на оценку безопасности молочнокислых продуктов.

Целью наших исследований явилось изучение морфологического состава молочнокислых продуктов, представленных на прилавках г. Казань. При выполнении работы в качестве объектов исследования использовали два вида молочнокислых продуктов, приобретенных в розничной сети:

образец 1 — простокваша с массовой долей жира 2,5 %;

образец 2 — йогурт с массовой долей жира 2,5 %.

Для изучения морфологии микроорганизмов входящих в состав взятых образцов готовили препараты для микроскопирования. Для этого, небольшую каплю продукта наносили на предметное стекло, высушивали, фиксировали, окрашивали по Граму и микроскопировали. В образце №1 микроскопическая картина была представлена стрептококками и кокками. В образце № 2 микрофлора продукта была представлена грамположительными кокками. В поле зрения обнаружили единичные клетки болгарской палочки.

Список литературы

1. Нургалиева А.Р. Исследование качества кисломолочных продуктов/А.Р. Нургалиева//Вестник Российского университета кооперации. -2014. -№4(18). -с.130-132.

2. Нургалиева А.Р. Качество кисломолочных продуктов/ А.Р. Нургалиева// Актуальные проблемы и вопросы технологии производства продукции общего питания, животноводства, растениеводства: Матер. II Международной конф. профессорского-преподавательского состава, аспирантов, студентов. – Москва, 2015 – С.81.

## БЕЗДРОЖЖЕВОЙ ХЛЕБ НА ХМЕЛЕВОЙ ЗАКВАСКЕ

***Ахмадиева Г.Ф.,***
Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Биктагиров Б.,***
Казанский кооперативный институт, г.Казань

В последнее время в продаже появилось большое разнообразие так называемого бездрожжевого хлеба. Стоимость такого хлеба часто дороже обычного. У большинства потребителей возникает вопрос: отличается ли он чем-нибудь, или это просто маркетинговый ход. Условно бездрожжевым считается хлеб, при производстве которого в рецептуру не вводятся хлебопекарные дрожжи в чистом виде. В интернете много статей и ссылок о вреде пекарских дрожжей, о том, что они способствуют развитию рака и многих

других заболеваний. Считается, что хлеб, изготовленный в промышленных условиях на дрожжевой опаре, снижает иммунитет и ослабляет организм. Однако, несмотря на большое количество таких публикаций, немало и тех, которые опровергают эти негативные свойства дрожжевого хлеба. Однако продукт все равно попал в черный список. Люди, активно следящие за своим здоровьем, стараются исключить дрожжевой хлеб, заменив его, например, хлебом на закваске.

В настоящее время для изготовления бездрожжевого хлеба все чаще используют хмелевую закваску. Многие исследователи рассматривают возможность использования хмелевой закваски в технологии пшеничного хлеба с целью расширения ассортимента бездрожжевых сортов продукта. Рассчитывают оптимальные концентрации внесения хмелевой закваски на основании изучения физико-химических (влажность, кислотность, пористость) и органолептических показателей хлеба. Согласно их исследований, разработанная рецептура предусматривает дополнительное обогащение хлеба необходимыми нутриентами питания.

Таким образом, исследования, направленные на изучение свойств дрожжевого и бездрожжевого, являются достаточно перспективными.

Список литературы

1. Обсуждения и споры о вреде дрожжевого хлеба / Габитов Б.Х., Каримова А.З./ Вестник российского университета кооперации. - 2014. - №4 (18)- С.117-120

2. Использование хмелевой закваски в технологии бездрожжевого хлеба из пшеничной муки / Салахова И.З., Габдукаева Л.З., Нургалиева А.Р./ Научное обозрение. – 2017. - №7. –С.120-123

## ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ ПИТАНИЕ, КАК АЛЬТЕРНАТИВА МЕДИКАМЕНТОЗНОЙ ТЕРАПИИ

***Ахметзянова И.И.,***
студентка, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Каримова А.З.,***
доцент кафедры товароведения и технологии общественного питания, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Организму современного человека, а тем более проживающего в крупном городе, для хорошего самочувствия необходимо в день потреблять целый набор витаминов и минеральных веществ, которых в повседневной пище недостаточно.

Российские граждане на сегодняшний день отдают все большее предпочтение полезным продуктам, которые помогают улучшить состояние здоровья. Многочисленные исследования, проведенные в мире за последние годы, подтверждают, что такие компоненты продуктов питания, как витамины, минералы, жиры и пищевые волокна непосредственно влияют на здоровье человека.

Известно, что функциональное питание является альтернативой медикаментозной терапии. Оно позволяет не только сохранить здоровье, но и в определенной мере заменить лекарственные препараты. При помощи профилактического питания можно снизить количество заболеваний, связанных со старением на 80%, диабетом — на 50%, сердца — на 25%, органов зрения — на 20%[1].

Современное общество предъявляет следующие требования к функциональным продуктам: должны быть удобными в приготовлении и употреблении; состав включает вещества природного происхождения; должны оказывать определенное действие на организм;хорошее усвоение организмом.

Одним из принципов функционального питания является и спользование комбинированиямясных продуктов и растительных компонентов, которые обеспечивают высокую пищевую и биологическую ценность, способствуют повышению гибкости

рецептур, устойчивому и равномерному распределению ингредиентов, минимизации потерь в процессе производства, что в конечном итоге приводит к созданию продукта стабильного качества.

Существует много различныхвидов растительного сырья, с помощью которого можно создать комбинированный продукт, обладающий полезными для здоровья человека свойствами.

Список литературы

1. Альхамова, Г.К. Продукты функционального назначения/Г.К. Альхамова, А.Н. Мазаев, Я.М. Ребезов, И.А. Шель, О.В. Зинина //Молодой ученый. - 2014. - №12 (71) - с. 62–65.

## ПРОБЛЕМЫ СНИЖЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ, ПРЕДСТАВЛЕННЫХ НА СОВРЕМЕННОМ РЫНКЕ

***Ахметзянова И.И.,***
Казанский кооперативный институт, г.Казань

Современный российский рынок продовольственных товаров отличается очень широким ассортиментом. В таких условиях очень высок уровень конкуренции, что вынуждает производителя в погоне за прибылью искать пути снижения себестоимости продукции. Обычно экономия достигается за счет упрощения технологических процессов и замены сырья на более дешевое. При этом может снижаться качество производимой продукции, а иногда – и безопасность ее.

В то же время настороженное отношение потребителя к продуктам, содержащим более дешевые ингредиенты взамен традиционных, часто неоправданно. Например, сомнения в безопасности товара возникают у многих при наличии в нем компонентов генетически модифицированных организмов, пальмового масла. Нередко недоверие вызывает и упаковка – например, многие избегают приобретения товара в пластиковой упаковке, предпочитая ей более дорогую стеклянную, использование которой часто неоправданно, и лишь удорожает продукт. В значительной степени такое отношение формируется под действием средств массовой информации, где информация подается с искажениями, иногда – ложная. Как следствие, потребитель старается избегать приобретения некоторых товаров, состав которых отличается от такового подобных им традиционных. При этом потребитель готов заплатить больше за товар, который в пищевом отношении ничуть не лучше более дешевого аналога.

Такое отношение снижает эффективность работы предприятий-производителей, стремящихся снижать себестоимость продукции без потери ее пищевой ценности. Невыгодно это и покупателю, который платит больше, чем мог бы, если бы лучше ориентировался в вопросах качества товаров.

Список литературы

1. Тимофеева В.А. Товароведение продовольственных товаров: учебник / В.А. Тимофеева. – Изд. 12-е, доп. и перер. – Ростов н/Д: Феникс, 2013. – 494 с.

2. Иванова И. Товары-субституты: выбор или манипуляция покупателем [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://korzinka.riamo.ru/articles/tovary-substituty-vybor-ili-manipulyatsiya-pokupatelem, свободный.

## ПОВЫШЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ПРОДУКЦИИ ПУТЕМ ПРИМЕНЕНИЯ РИСК – ОРИЕНТИРОВАННОГО ПОДХОДА ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ (НАДЗОРА) ЗА СОБЛЮДЕНИЕМ ТРЕБОВАНИЙ ТЕХНИЧЕСКИХ РЕГЛАМЕНТОВ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА

***Байхожаева Б.У.,***
Евразийский Национальный университет имени Л. Н. Гумилева, г. Астана
***Жәйманова Ы.Т.,***
Евразийский Национальный университет имени Л. Н. Гумилева, г. Астана

Риск-ориентированный подход представляет собой метод организации и осуществления государственного контроля (надзора), при котором выбор интенсивности (формы,периодичности) проведения мероприятий по контролю, мероприятий по профилактике нарушения обязательных требований зависит от вида предпринимательской деятельности либо от используемых бизнесменом производственных объектов, которые отнесены к определенному классу (категории) опасности [1].

Риск-ориентированный подход в контрольно-надзорной деятельности набирает все большую популярность. Он предполагает концентрацию ограниченных ресурсов государства в зонах максимального риска и одновременно снижение административной нагрузки на добросовестных хозяйствующих субъектов.

Применение данного подхода приведет к оптимальному использованию трудовых, материальных и финансовых ресурсов, задействованных при осуществлении государственного контроля (надзора), концентрации усилий надзорных органов на объектах, представляющих наибольшую опасность для здоровья человека и имеет преимущества, показанные на рисунке 1.

Рисунок 1 – Преимущества риск – ориентированного подхода

Контроль по ключевым операциям позволяет получить своевременную информацию о вероятности наступления рисковых ситуаций, влекущих за собой проблемы [2].

У каждой страны есть свои подходы к осуществлению контроля (надзора) за соблюдением требований технических регламентов, они отличаются между собой, по-разному трактуется понятие риск-ориентированного подхода, нет единых критериев оценки риска.

В связи с этим, целью данного исследования является разработка единых критериев оценки степени риска и единой концепции применения риск – ориентированного подхода при осуществлении государственного надзора в странах ТС.

Применение риск - ориентированного подхода при осуществлении контрольно-надзорной деятельности позволяет существенно дифференцировать подход к проведению контрольных мероприятий, концентрируя усилия надзорных органов на объектах, представляющих реальную угрозу для здоровья граждан, и снижая при этом барьеры при

гармонизации законодательства государств – членов Таможенного союза в области государственного контроля (надзора) за соблюдением требований технических регламентов.

Анализ практики применения риск – ориентированного подхода в странах - членах Таможенного союза, а также в ЕС показывает, что риск – ориентированный подход является одним из важных элементов государственного контроля в подавляющем большинстве развитых и ряде развивающихся стран Таможенного союза.. На системном уровне риск-ориентированный подход при осуществлении государственного контроля внедрен во всех странах Таможенного союза, но насколько успешно функционируют они невозможно сразу сказать [3].

Одним из преимуществ стран ЕС является то, что применяется единая информационная система о потенциальной опасности продукции, что позволяет в кратчайшие сроки получить доступ к информации из других стран. Это и облегчает работу контролирующих органов, а также позволяет проводить мониторинг торговыхотношений ЕС каквнутрисоюза, так и с третьимистранами и собиратьинформацию о недобросовестныхпоставщиках.

Следовательно, и между странами ТС необходимы аналогичные системы, где будет проводиться надзор за рынком несоответствующей продукции по единым критериям оценки степени риска, что в свою очередь, позволит минимизировать нарушения технических регламентов Таможенного союза.

Для того, чтобы осуществлялся единый риск – ориентированный подход в странах ТС, необходимо разработать Концепцию, по которому будут проводиться надзор в каждой из стран. В данной работе определили единые критерии оценки степени риска именно по пищевой продукции. Для этого, были изучены технические регламенты в области пищевой продукции и выявлены определенные показатели, по которым могли бы оцениваться степени риска. Нарушения требований технических регламентов означает нарушения по определенным показателям, то есть по показателям безопасности, по процессам, по визуальным показателям. Подробная информация показана на рисунке 1.

Рисунок 2 – Единая Концепция по применению риск – ориентированного подхода при организации государственного контроля в ТС

Разрабатываемые методологические подходы к планированию контрольно-надзорных мероприятий путем применения риск – ориентированного подхода в странах – членах Таможенного союза позволят выделить приоритеты и сконцентрировать усилия на проверке объектов предпринимательской деятельности с высоким потенциальным риском причинения вреда, прежде всего здоровью человека.

Список литературы

1. Национальный стандарт Российской Федерации «Менеджмент риска, принципы и руководство». Riskmanagement. Principlesandguidelines ГОСТ Р ИСО 31000-2010.

2. Директива 2001/95/ЕС Европейского парламента и европейского совета от 3 декабря 2001 г. «Об общей безопасности продукции».

3. ISO/IEC Guide 51:2014 «Аспекты безопасности. Руководящие указания по включению их в стандарты».

## ХЛЕБНЫЕ ТРАДИЦИИ СТРАН МИРА

***Байбатырова Алина,***
студент, Костанайский инженерно-экономический университет
им. М. Дулатова,г. Костанай
***Сидорова Полина,***
студент, Костанайский инженерно-экономический университет
им. М. Дулатова,г. Костанай
***Гайдай И.И.,***
к. с.-х. н., ассоц. профессор, Костанайский инженерно-экономический университет
им. М. Дулатова,г. Костанай

Введение. Хлеб всегда и везде являлся началом всех начал: «всему голова», «будет хлеб – будет жизнь» и т.д. Его пекут даже там, где пшеница не растет: в Мексике делают тонкие маисовые лепешки, в Шотландии – овсяный хлеб-пирог, в Швеции – грубый ржаной и картофельный лефсе; есть хлеб из муки с добавлением риса, гороха и желудей и т.д.[1].

Целью исследований было изучение традиционных видов хлебных изделий в странах мира.

Результаты исследования и их обсуждение. Хлеб в России является не только основным продуктом питания, но и символом благополучия. Вековой традицией, дошедших до наших дней, является приветствие почетных гостей, молодоженов хлебом и солью, как высшим торжественным знаком расположения. На протяжении веков хлебопечение в России активно развивалось, былисозданы различныевиды исортатрадиционного национального русского хлеба:заварной, пеклеванный, бородинский, красносельский, калачи, ситники, сайки. В настоящее время пользуются популярностью относительно новые сорта хлеба:барвихинский, обдирный, столовый, а также диетические хлеба, к числу которых относятсяахлоридный, докторский, белково-отрубной,здоровье, молочный, бессолевой. В русском языке сложились традиционные названия хлеба по местности, где его издавна пекут: московские калачи и сайки, смоленские крендели, валдайские баранки [2].

В Европе законодателем высокой хлебной культуры считается Франция, в которой распространены хлебобулочные изделия, ставшие символами страны: багеты, круассаны и бриоши.

Для Италии характерно то, что производство хлеба в основном осуществляется маленькими семейными булочными с традиционными рецептами, которые бережно хранят династии пекарей. Сортов хлеба из пшеничной муки много: чиабатта и брускетта,

банана и чирьола, микетта и биова, розетта и боволо,фокачча, которые имеют существенные различия в технологии приготовления.

Немцы очень гордятся большим разнообразием хлебобулочных изделий: в Германии насчитывается до 300 сортов хлеба и еще примерно 1200 видов мелкой выпечки[3].

Восточная культура хлеба более древняя, чем европейская. Практически повсюду хлеб выглядит как лепешка. Лепешки бывают пышными и плоскими, как блины, пресными, дрожжевыми, сдобными, печеными, жареными. Родиной плоской лепешки наанявляется Индия, хотя ее можно встретить и в других странах Южной и Западной Азии - Пакистане, Афганистане, Иране. В Объединенных арабских эмиратах весьма популярнаплоская арабская лепешкапита[5].

С древних времен узбекские мастера пекут лепешки гиджа, пулаты, оби-нон, патыр, сутли-нон, кульча. В Туркмениинациональные лепешки, чурек, катлама, патыр- с добавлением бараньего сала.В кулинарных традициях таджикского народа остался необычный хлеб круглой формы – кулчи, напоминающий лаваш и выпекаемый в глиняных печах (танур, тандыр – древняя печь)[4].

По законам степи у казахов хлеб был непреложной гарантией правдивости и честности: давая клятву, человек держал в руках Коран и съедал кусочек лепешки. Коран – слово божье, а хлеб – священная еда.Лепешка круглой формысимволизирует солнце, ведь без хлеба, как без солнца, нет жизни на земле. В Казахстане популярны лепешки токашдамды-нан и жай-нан. Баурсак – традиционный продукт у казахов, а также калмыков, киргизов, башкир и татар, представляет собой изделие в виде обжаренных во фритюрешариков[5].

В Грузии популярентандырный хлеб: мадаури, шоти, кутвиани. В Азербайджане любят азербайджанский чурек. Один из самых древних хлебов человечества пекут в Армении - знаменитый армянский лаваш, изготовляемый из тончайших листов теста.

В Украине всей стране известны арнауты и паляницы, киевские калачи, хлеб украинский новый. В странах Прибалтики традиционен хлеб с молоком, сывороткой и обезжиренным молоком: литовский и каунасский, латвийский домашний хлеб, булочки рижские, хлеб «Виру», булки таллинские[1].

Заключение. Таким образом, у каждого народа нашей планеты есть свои «хлебные» традиции и уникальные рецепты приготовления, передающиеся из поколения в поколение.

Список литературы

1Зайцева Е. Хлебные традиции разных стран [Электронный ресурс] // Сайт ГАСТРОНОМ. – URL:https://www.gastronom.ru/text/hlebnye-tradicii-raznyh-stran-1000046

2История и традиции хлебопечения в России[Электронный ресурс] // Сайт Всемирная Россия. – URL: http://vseruss.com/index.php?p=4&catId=1&newsId=34292

3История хлебопечения [Электронный ресурс] // Сайт Первый хлеб. – URL:http://1hleb.perm.ru/about-bread/bakery-story

4Национальные традиции хлебопечения [Электронный ресурс] // Сайт Кондитерское и хлебопекарное производство.– URL: http://www.breadbranch.com/publ/view/17.html

5Хлеб – всему голова. Интересные обычаи праздничногодастархана. Электронный ресурс] // Сайт Новости для Шымкента.– URL: https://otyrar.kz/2013/03/xleb-vsemu-golova-interesnye-obychai-prazdnichnogo-dastarxana/

## РАЗРАБОТКА РЕЦЕПТУР ТОМАТНЫХ СОУСОВ С ЗАДАННОЙ ВЯЗКОСТЬЮ

***Батталова А.Р.,***
студент, Казанский кооперативный институт, г.Казань

***Степанова Г.С.,***
доцент, к.х.н., Казанский кооперативный институт, г.Казань

Поставленной целью исследования была разработка рецептуры кетчупа высшей категории, без применения крахмалов, с определенной вязкостью, которая позволяла бы без усилий извлекать кетчуп из бутылки.

Для этого были проведены сравнительные исследования вязкости кетчупов различных производителей.

Установлено, что оптимальный показатель вязкости должен находится в пределах 10000-13000 сПз.

Измерения вязкости проводилось с использованием вискозиметра Брукфильда при температуре продукта (20±1)оС, в течение 30 сек шпинделем №5 со скоростью вращения 20 об/мин. Было установлено, что оптимальная вязкость должна находится в интервале 10000-13000 сПз.

Вязкость кетчупов может быть достигнута двумя способами: введением определенного количества загустителей, например крахмалов (согласно ГОСТ 32063-2013 это кетчупы первой и второй категории [2]), или приготовление кетчупов высшей категории или «Экстра» без использования крахмалов. Нашей задачей было получение качественных кетчупов без использования крахмалов.

Эта задача может быть решена путем составлением рецептуры, в которой в качестве томатной пасты содержится паста марки Hot Break 28-30 [1]. В этом сорте томатной пасты нативные пектины сохранены в высокомолекулярном активном состоянии и могут служить образованию требуемой вязкости кетчупа. Создание такой рецептуры направлено на повышение натуральности, качества и вкусовых характеристик продукта, его однородности, улучшение структурно-реологических свойств и достижение консистенции, позволяющей извлекать продукт из стеклянной бутылки без особых усилий.

При содержании томатной пасты Hot Break в количестве 25-30 % в рецептуре, не содержащей крахмала, вязкость полученных нами продуктов находилась в требуемом диапазоне.

Список литературы

1. http://www.findpatent.ru/patent/245/2457695.html

2. ГОСТ 32063-2013 Кетчупы. Общие технические условия. М.: Стандартинформ, 2014

## ВОЗМОЖНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТИГРОВЫХ ОРЕХОВ ДЛЯ УВЕЛИЧЕНИЯ СРОКА ХРАНЕНИЯ МЯСНЫХ ПРОДУКТОВ

***Баюми А.А.,***
аспирант, ФГБОУ ВПО МГУПП «Московский государственный университет пищевых производств»
***Бобренева И.В.,***
д.т.н.,проф. кафедры технологии и биотехнологии продуктов питания животного происхождения, ФГБОУ ВПО МГУПП«Московский государственный университет пищевых производств»

В настоящее время в Египте наблюдается рост производства мясных рубленых полуфабрикатов, что позволяет эффективно и комплексно использовать сырье, сделать его безотходным и экономичным. Социально-экономическая значимость данного производства определяется тем, что оно позволяет выпускать продукты гарантированно высокого качества, отвечающих требованиям безопасности, а также позволяет решать

вопросы рационального использования сырья и сокращает затраты труда на приготовление.

Однако показатели качества мясных рубленых полуфабрикатов при хранении в охлажденном и замороженном состоянии значительно изменяются под действием тканевых ферментов, а также в результате микробиологических процессов. Непредвиденными последствиями для качества такой многокомпонентной системы, как мясной фарш, являются окислительные преобразования липидов. Развитие окислительных процессов приводит к ухудшению органолептических характеристик и образованию продуктов, вредных для здоровья человека, и соответственно к снижению биологической ценности и сроков их хранения.

Антиоксиданты добавляются в различные мясные продукты для предотвращения окисления и увеличения сроков хранения продуктов. В пищевой промышленности их можно разделить на натуральные и синтетические антиоксиданты.

В Республике Египет широко используются такие антиоксиданты, как BHA (бутилированный гидроксианизол), BHT (бутилгидрокситолуол) и PG (пропилгаллат). Они являются примерами синтетических антиоксидантов. Однако, в настоящее время в пищевой промышленности предпочтение отдается натуральным антиоксидантам. Таким образом, на продовольственном рынке большим спросом пользуются натуральные антиоксиданты, без синтетических добавок ориентированные на снижение процессов окисления в мясе и мясных продуктах.

Целью исследований ставилось изучение возможности использования растительных компонентов, характерных для Республики Египет (натуральных специй и трав) для увеличения сроков хранениязамороженных мясных рубленых полуфабрикатов.

Из используемых в Республике Египет различных видов растительных компонентов были выбраны Тигровые орехи(*Cyperusesculentus*),произрастающие также в Старом Свете. Тигровый орех (рис.1) считается продуктом питания с древних времен. Тигровые орехи является сорняковым растением (осока желтого ореха) тропических и средиземноморских регионов. Ониобладают сладкими миндалевидными клубнями, которые имеют высокое содержание клетчатки и сахаров. Наряду с этим они богаты олеиновой кислотой и глюкозой, фосфором, калием, витаминами С и Е.[2,6].

Рис.1. Тигровый орех в натуральном и измельченном виде

Тигровый орех или тигернут (*Cyperusesculentus*L.) называется такжегайкой тигра, чуфой (на испанском языке). [4].

Известно, что тигровый орех используется для профилактики сердечных заболеваний, тромбоза, активирует кровообращение, снижает риск заболеваний рака толстой кишки, наряду с этим он является антиоксидантом[1,3].

На базе Каирского университета был изучен химический состав и антиоксидантная активность тигрового ореха.Антиоксидантная активность метанольного экстракта измерялась с использованием 2,2-дифенил-1-пикригидразила (DPPH), в то время как общее содержание фенолов определялосьпо методу Фолина-Циокальту. [3].

Химический состав клубней тигровых орехов представлен следующими данными: 7,30% влаги, 2,64% золы, 22,14% жира, 4,33% белка, 15,47%пищевых волокон и 48,12%углеводов. Выявлено в исследуемых образцах высокое содержаниеNa, K и Ca. Соотношение Na-K составило менее 1, что говорит о возможности его использованияв диетах для пациентов с гипертонической болезнью.

Антиоксидантная активность образцов колебалась от 3,72 - 5,90% ингибирования при разных концентрациях, тогда как общее содержание фенолов варьировалось от (806,7-1150,7) микромоля GAE / г.

По результатам проведенных исследований можно говорить о возможностииспользования тигрового ореха в качестве биологически активной пищевой добавки, направленной на нормализацию сердечно-сосудистых заболеваний и для увеличения сроков хранения различных видов мясных продуктов, в том числе и мясных рубленых полуфабрикатов традиционных для Республики Египет.

Списоклитературы

1- Adejuyitan JA. 2011. Tigernut processing: its food uses and health benefits.Am. J. Food Technol. 6(3):197–201.

2- Borges O, Gonc¸alves B, Sgeoeiro L, Correia P, Silva A. 2008. Nutritionalquality of chestnut cultivars from Portugal. Food Chem. 106:976–84.

3- Chukwuma ER, Obioma N, Cristopher OI. 2010. The phytochemical composition and some biochemical effects of Nigerian tigernut (Cyperus esculentus L.) tuber. Pak. J. Nutr. 9(7):709–15.

4- Coskuner Y, Ercan R, Karababa E, Nazlican AN. 2002. Physical and chemical properties of chufa (Cyperus esculentus L) tubers grown in the C¸ ukurova region of Turkey. J. Sci. Food. Agri. 82:625–31.

5- Faine LA, Rodrigues HG, Galhardi CM, Ebaid GMX, Diniz YS, Fernandes AAH, Novelli ELB. 2006. Butyl hydroxytoluene (BHT)-induced oxidative stress: Effects on serum lipids and cardiac energy metabolism in rats. Exp. Toxicol. Pathol. 57:221–6.

6- Бобренева И.В., Баюми А. (2016). Возможность Использования Растительных Добавок Традиционных для Республики Египет при Разработке Диетических Мясных Полуфабрикатов. Тезисы:XIV научно-практическойконференции с международнымучастием. 91-93.

## САМООЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

***Бизилюк А.К.,***
студентка, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Дюдина О.В.,***
к.э.н., доцент, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Анализ функционирования предприятия общественного питания предполагает оценку одной или нескольких сфер деятельности на соответствие определенным критериям. Результатом такой оценки может являться отчет, содержащий качественную оценку (соответствие / не соответствие), либо качественную и количественную оценку, выраженную в определенных баллах. Оценка деятельности предприятия, проводимая собственными силами, называется самооценкой.

Самооценка представляет собой эффективный способ получения необходимой информации, в том числе для последующей разработки мероприятий по применению

методов менеджмента качества и внедрению на предприятии принципов и элементов ХАССП.

Самооценка для предприятий общественного питания дает ему следующие преимущества:

– критерии, по которым проводится самооценка, могут быть как универсальными, применимыми и на других предприятиях, так и специфическими, учитывающими конкретную сферу деятельности предприятия;

– планомерное развитие всех сфер деятельности по заранее установленным уровням зрелости системы качества;

– получение объективных оценок, основанных на фактах;

– выявление и анализ проблемных процессов, требующих улучшений;

– отслеживание изменений, которые произошли после проведения предыдущей самооценки;

– возможность применения элементов бенчмаркинга на предприятии.

Предприятия общественного питания обладают специфическими отличиями от многих других производственных предприятий, связанных с основными видами деятельности:

– производство кулинарной продукции;

– реализация кулинарной продукции;

– организация питания;

– организация отдыха посетителей.

Таким образом, при проведении самооценки необходимо учитывать эти особенности и разрабатывать критерии оценки, как для производственных предприятий, так и для предприятий, работающих в сфере услуг.

## РАСТИТЕЛЬНЫЕ ПОЛУФАБРИКАТЫ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ОБОГАЩЕННЫХ ЙОГУРТОВ

***Богрянцева И.Э.,***
ФГАОУ ВО «Дальневосточный федеральный университет», г. Владивосток
***Палагина М.В.,***
ФГАОУ ВО «Дальневосточный федеральный университет», г. Владивосток
***Понамарев В.В.***
ФГАОУ ВО «Дальневосточный федеральный университет», г. Владивосток

Для придания йогуртам плодово-ягодного вкуса часто используют переработанные плоды (в виде пресервов, сиропов, джемов, пюре) [3, 4]. Дальневосточные растительные ресурсы, в том числе актинидии, являются ценными источниками биологически активных веществ (витаминов, макро- и микроэлементов, флавоноидов и других). Актинидия коломикта и актинидия аргута, северный аналог известных плодов киви произрастают в достаточном объеме на территории юга Дальнего Востока России, имеют высокие урожаи [5]. Использование их в технологии йогуртов достаточно перспективно.

Целью данной работы явилось обоснование и разработка технологии полуфабрикатов из актинидии для производства обогащенных йогуртов.

Плоды актинидии собирали в стадии технической зрелости. Актинидия коломикта представляла собой ягоды зеленого цвета, длиной 2 – 3 см продолговатой формы с множеством мелких семян внутри. В отличие от актинидии коломикта плоды актинидии аргута более крупные, до 5 см, овальной формы. Вкус актинидий кисловато-сладкий, с ананасовым запахом, мякоть нежная. При исследовании химического состава плодов актинидии было показано, что он практически одинаковый для обоих видов - актинидии коломикта и актинидии аргута. Массовая для сухих веществ – от 20,3% до 23,7%;

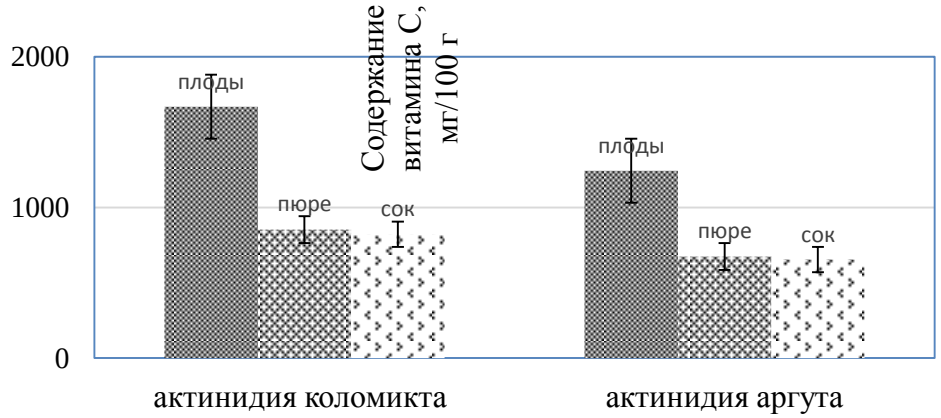
массовая доля сахаров – от 12,3% до 16,1%; массовая доля пектина – от 2,8% до 3,9%; массовая доля клетчатки – от 1,1% до 1,4%; массовая доля титруемых кислот – от 1,6% до 1,9%; массовая доля золы – от 0,6% до 0,7%; витамин С – от 1244 мг/100 г до 1669 мг/100 г; витамин Р (рутин) – от 35,5 мг/100 г до 50,8 мг/100 г; β-каротин – от 0,24 мг/100 г до 0,27 мг/100 г. По показателям безопасности плоды актинидии коломикта и актинидии аргута соответствовали требованиям технического регламента Таможенного союза 021/2011 [6]. Выбранное сырье содержало значительные концентрации витаминов С и Р (рисунок 1).

С учетом короткого периода существования свежих плодов актинидии в данной работе проводили эксперименты по подготовке полуфабрикатов: пюре и сока. Плоды после сбора сразу очищали от посторонних примесей и недоброкачественного сырья, промывали проточной водой. Далее сырье обрабатывали в микроволновой печи с частотой СВЧ-излучения 2450±50 МГц при температуре 50ºС в течение 10 минут. Сок из плодов отделяли прессованием, а для получения пюре - протирали массу через сита (диаметр до 1 мм). Далее полуфабрикаты пастеризовали при температуре 90ºС в течение 20 секунд и фасовали. Общий выход пюре составил от 80 до 88% от исходной массы плодов, выход сока - до 65% массы плодов.

По органолептическим и физико-химическим показателям готовые полуфабрикаты удовлетворяли требованиям ГОСТ 32101-2013 «Консервы. Продукция соковая. Соки фруктовые прямого отжима. Общие технические условия» и ГОСТ 32742-2014 «Полуфабрикаты. Пюре фруктовые и овощные, консервированные асептическим способом. Технические условия» [1, 2].

Сок из плодов актинидий представлял собой однородную, непрозрачную жидкость, светло-зеленого цвета. Вкус и запах были свойственные актинидии, хорошо выраженными, умеренно кисло-сладкими. Массовая доля титруемых кислот (в пересчете на яблочную кислоту) составила от 0,8 до 1,1%; массовая доля растворимых сухих веществ – 15,3 – 18,4%. Пюре из плодов актинидий имело однородную, густую консистенцию, зеленого цвета с небольшим количеством семян. Вкус и запах был выраженным, свойственным актинидии, кисло-сладким. Массовая доля титруемых кислот (в пересчете на яблочную кислоту) составляла от 1,4 до 1,6%; массовая доля растворимых сухих веществ – от 19,9 до 23,5%.

В полученных полуфабрикатах определяли содержание витаминов С и Р. Было показано, что витамин С сохранился в пюре и соке до 53%, а витамин Р - до 80%.



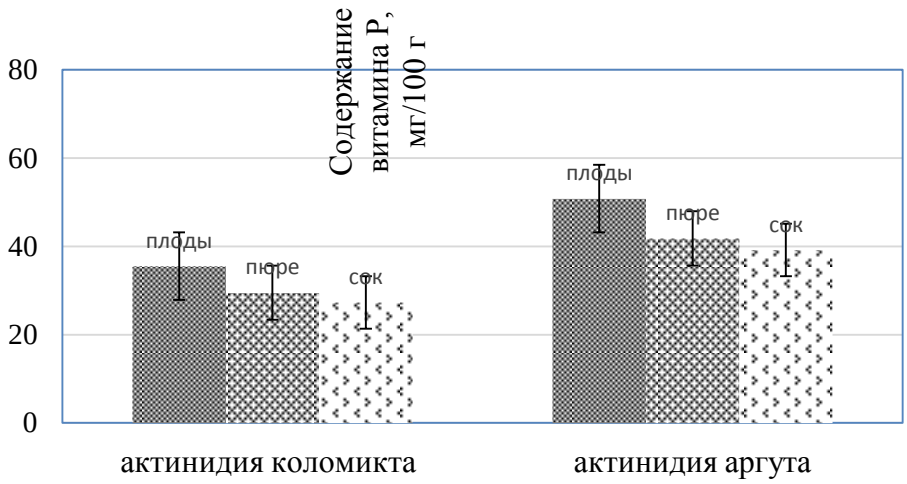



Рисунок 1 – Содержание витаминов С и Р в плодах актинидии и полуфабрикатах, мг/100 г

Заключение

На основании проведенных исследований было показано, что полученные полуфабрикаты из дальневосточных растений – актинидии коломикта и актинидии аргута содержат высокие концентрации витаминов С и Р, технохимические характеристики полуфабрикатов (массовая доля титруемых кислот и растворимых сухих веществ) соответствуют существующим компонентам в рецептурах йогуртов. Данные полуфабрикаты могут быть использованы в технологии обогащенных йогуртов.

Список литературы

1. ГОСТ 32101-2013 «Консервы. Продукция соковая. Соки фруктовые прямого отжима. Общие технические условия». – М.: Стандартинформ, 2014. - 13 с.

2. ГОСТ 32742-2014 «Полуфабрикаты. Пюре фруктовые и овощные, консервированные асептическим способом. Технические условия». – М.: Стандартинформ, 2014. - 10 с.

3. Догматова, М., Зайцева, Т. Овощные цукаты в йогуртах // Молоко и молочные продукты: производство и реализация. 2014. №4. С. 25 – 26.

4. Соколова, О.В. Новый поликомпонентный кисломолочный продукт // Молочная промышленность. 2013. №1. С. 78 – 79.

5. Тагильцев, Ю.Г. Недревесные лесные продукты Дальнего Востока России: (живицы, эфирные масла, флорентинные воды, соки, водомасляные и пищевые продукты, лечебные средства) / Ю.Г. Тагильцев, Р.Д. Колесникова. - Хабаровск: ФБУ «ДальНИИЛХ», 2014. - 521 с.

6. Технический Регламент Таможенного Союза «О безопасности пищевой продукции» (ТР ТС 021/2011) [утвержден решением комиссии Таможенного союза № 880 от 9 декабря 2011 г.]. – М.: Стандартинформ, 2011. - 242 с.

## ВЫЯВЛЕНИЕ ФАЛЬСИФИКАЦИИ ВИН ПО СОДЕРЖАНИЮ В НИХ МИНЕРАЛЬНЫХ ВЕЩЕСТВ

***Бурганова Г.А.,***

ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет», г. Казань, Россия

***Зорина И.Е.,***

ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет», г. Казань, Россия

***Гайфутдинова А.Ф.,***

ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет»,
г. Казань, Россия

В последнее время фальсификация винодельческой продукции расширяется, выявление подлинности вина становится всё сложнее. Так как производители научились подделывать вина, и простому потребителю очень сложно отличить настоящее вино от поддельного. Безошибочно можно определить натуральность виноградного вина по его катионному составу. Содержание металлов, таких как, калий, натрий, кальций, магний значительно выше в качественных винах. Разбавление вин водой может быть выявлено по массовым концентрациям золы, ионов калия, натрия, кальция, магния и их соотношениям.

Содержание минеральных веществ в винограде зависит от сорта винограда, почвенно-климатических факторов, расположения виноградников, приёмов агротехники. Состав вин включает более 66 элементов. В винах содержатся в большом количестве катионы калия ($K^+$) 0,4-1,8 г/дм$^3$, кальция ($Ca^{2+}$) 80-200 мг/дм$^3$, натрия ($Na^+$) 20-200 мг/дм$^3$, магния ($Mg^{2+}$) 50-150 мг/дм$^3$, железа ($Fe^{2+}$ и $Fe^{3+}$) 1-20 мг/дм$^3$, меди ($Cu^{2+}$) 0,1-5 мг/дм$^3$. Содержание концентрации калия, кальция, натрия и магния определяли с помощью капиллярного электрофореза и атомно абсорбционной спектрометрии. Анализ полученных результатов свидетельствует о том, что во всех образцах вин, произведённых предприятиями юга России, присутствуют катионы металлов различных групп. Наибольшие концентрации характерны для катионов калия, магния, кальция, натрия.

Таблица 1 –Содержание катионов в винной продукции, производимой различными предприятиями России

| № | Наименование продукции | $Na^+$ | $Mg^{2+}$ | $K^+$ | $Ca^{2+}$ |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Мускат розовый | 100-1356 | 110-132 | 900-1375 | 130-164 |
| 2 | Кагор | 46-120 | 64-126 | 570-1150 | 68-145 |
| 3 | Ркацители | 66-134 | 117-147 | 720-1240 | 86-182 |
| 4 | Портвейн | 110-167 | 60-127 | 580-1260 | 64-186 |
| 5 | Мерло | 39-79 | 80-128 | 957-1275 | 55-106 |
| 6 | Красное сухое | 102-128 | 123-165 | 1010-1380 | 140-184 |
| 7 | Каберне | 56-93 | 72-150 | 1070-1245 | 65-175 |

Результаты анализа ненатуральной продукции приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Катионный состав фальсифицированной продукции

| № | Наименование продукции | $K^+$ | $Ca^{2+}$ | $Mg^{2+}$ | $Na^+$ |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Вино, выработанное из выжимки | 254 | 38 | 57 | 42 |
| 2 | Кагор | 36 | 32 | 24 | 28 |
| 3 | Кагор, разбавленный водой | 260 | 56 | 42 | 38 |
| 4 | Портвейн | 68 | 23 | 12 | 12 |
| 5 | Натуральное вино, разбавленное водой | 306 | 48 | 32 | 34 |
| 6 | Каберне | 26 | 18 | 21 | 14 |
| 7 | Рислинг | 12 | 8 | 6 | 8 |

Сравнивая данные из двух таблиц, можно отметить существенное различие по концентрациям большинства металлов.

Результаты исследования показали, что между подлинной и фальсифицированной продукцией существует значительная разница по концентрациям катионов щелочных и щелочноземельных металлов. В натуральной продукции массовые концентрации всех

перечисленных металлов значительно выше, чем в поддельных напитках. Наибольшая разница выявлена для катионов калия (K).

Таблица 3 – Расчёты критериальных соотношений для поддельной продукции

| № | Нименование продукции | $М_{об}$, мг/дм$^3$ | Массовая концентрация, мг/дм$^3$ | | | Соотношения | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | $K^+$ | $Ca^{2+}$ | $Mg^{2+}$ | $М_{об}/K^+$ | $М_{об}/Ca^{2+}$ | $М_{об}/Mg^{2+}$ |
| 1 | Красное полусухое | 470 | 9 | 28 | 12 | 52:1 | 16:1 | 39:1 |
| 2 | Кагор | 368 | 12 | 8 | 8 | 31:1 | 46:1 | 46:1 |
| 3 | Столовое белое | 380 | 54 | 31 | 29 | 7,0:1 | 12:1 | 12:1 |
| 4 | Портвейн | 230 | 23 | 21 | 21 | 10:1 | 11:1 | 11:1 |

Ориентируясь на полученные данные, были рассчитаны следующие соотношения: общая минерализация ($М_{об}$) к концентрации $K^+$, $М_{об}/Ca^{2+}$, $М_{об}/Mg^{2+}$. Резкое снижение концентрации катионов калия, наблюдаемое у фальсифицированной продукции, приводит к значительному увеличению соотношения между зольностью и массовой концентрацией этого металла. Если в натуральной продукции $М_{об}/K^+$ составляет 3:1 – 1,6:1, то в фальсифицированной – 7:1 – 10:1 в разбавленных винах, до 20:1 – 52:1 в «искусственных» или «собранных» винах.

Опытным путём установлено, что в натуральных столовых винах численное значение щёлочности и приведённого экстракта близки, а в фальсифицированных винах наблюдается высокая концентрация приведённого экстракта при малой щёлочности.

Таким образом, для идентификации вин виноградного происхождения, необходимы измерения массовых концентраций щелочных и щелочноземельных металлов. Чем больше содержание металлов, таких как, калий, натрий, кальций, магний, тем лучше качество вина. Это говорит о том, что вино не разбавлено водой.

## ИССЛЕДОВАНИЕ КАЧЕСТВА КОСМЕТИЧЕСКИХ КРЕМОВ

***Власова Е.Н.,***
ФГБОУ ВО «Ивановский государственный политехнический университет», г. Иваново
***Воробьева Н.Н.,***
ФГБОУ ВО «Ивановский государственный политехнический университет», г. Иваново

Безопасность косметических средств по уходу за кожей лица обеспечивается совокупностью требований к составу и содержанию токсичных элементов, к производству, потребительской таре и маркировке. Она определяется физико-химическими и микробиологическими, токсикологическими и клиническими показателям. По показателям безопасности косметические кремы относят к 4-му классу опасности (вещества малоопасные). Кремы не должны оказывать общетоксического, кожно-раздражающего и сенсибилизирующего действия. Нормативные показатели качества косметических кремов установлены в ГОСТ 31460-2012 [1] и Техническом регламенте Таможенного союза ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции».

Целью исследования является оценка качества косметических кремов, приобретенных в магазине товаров для здоровья. Для этого были закуплены три образца разных отечественных производителей. Характеристика образцов приведена в таблице 1.

Таблица 1 – Характеристика кремов косметических

| № | Наименование товара | Производитель | Адрес изготовителя | Объем, мл | Стоимость, руб. |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Крем для лица | ОАО «Невская | Российская Федерация, | 40 | 36-50 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | «Персиковый» | косметика» | 192029, г. Санкт-Петербург, пр. Обуховской Обороны, 80 | | |
| 2 | Крем для лица «Кокосовый» | ООО «ЮниливерРусь» | Россия, 123022, г. Москва, ул. Сергея Макеева, д.13 | 45 | 43-70 |
| 5 | Крем для лица «Вечер» | ОАО «Свобода» | Россия, 127015, Москва, Вятская ул., 47 | 41 | 35-40 |

Изучение маркировки товаров может дать первичную информацию о качестве содержимого упаковки или о наличии фальсификации.

Для анализа маркировки по данным, указанным в ГОСТ 31460-2012 (пункт 3.1.4), используется ТР ТС 009/2011. Информация должна быть четкой и несмываемой с упаковки в условиях использования по назначению. Обязательными элементами маркировки являются: наименование изделия; наименование изготовителя и его местонахождение (юридический адрес, включая страну); номинальное количество продукции в потребительской таре; срок годности и дата изготовления; номер партии; сведения о способах применения и список ингредиентов. Исследования маркировки образцов позволили сделать вывод о том, что все крема соответствуют требованиям ТР ТС 009/2011.

Для определения физико-химических и органолептических показателей обращаются к ГОСТ 31460-2012, п. 6. В нем указаны стандарты на методы испытания отдельных показателей качества кремов. Для оценки внешнего вида, цвета и запаха образцов применялись стандартные методики согласно ГОСТ 29188.0-2014 [2]. Результаты определения органолептических показателей кремов приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Определение органолептических показателей кремов

| Наименование показателя | Требования ГОСТ 31460-2012 | Фактическое значение для образца №1 | Фактическое значение для образца №2 | Фактическое значение для образца №3 |
|---|---|---|---|---|
| Внешний вид | Однородная масса, не содержащая посторонних примесей | Однородная масса, без комочков и посторонних примесей | Однородная масса, без комочков и посторонних примесей | Однородная масса, без комочков и посторонних примесей |
| Цвет | Свойственный цвету данного крема | Нежно-розовый цвет | Белый цвет, с оттенком бежевого | Светло бежевый цвет |
| Запах | Свойственный запаху данного крема | Ярко выраженный запах персика | Выраженный запах кокоса | Ярко выраженный, терпкий запах парфюмерной композиции |

Установлено, что крем для лица «Персиковый», крем для лица «Кокосовый» и крем для лица «Вечер» соответствуют требованиям ГОСТ 31460-2012, п. 3.1.3.

Далее определялся показатель коллоидной стабильности кремов. Метод основан на разделении эмульсии на жировую и водную фазы при центрифугировании. Две пробирки наполняют на 2/3 объема кремом и взвешивают, результат записывают до десятичного знака. Разность массы пробирок с эмульсией не должна превышать 0,2 г. Пробирки помещают в водяную баню или термостат и выдерживают 20 мин. при температуре 42-45°С. Центрифугирование проводят при частоте вращения 100 с-1 в течение 5 минут.

Содержимое пробирок оценивают на наличие или отсутствие расслоения эмульсии. Эмульсию считают стабильной, если после центрифугирования в пробирках наблюдается выделение не более капли водной фазы или слоя масляной фазы не более 0,5 см [1].

Результаты определения коллоидной стабильности образцов приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Определение коллоидной стабильности косметических кремов

| Наименование образца | Толщина слоя масляной фазы, см | Нормативное значение, см |
|---|---|---|
| крем для лица «Персиковый» | 0,1 | не более 0,5 |
| крем для лица «Кокосовый» | 0,2 | не более 0,5 |
| крем для лица «Вечер» | 0,4 | не более 0,5 |

По результатам экспертизы видно, что все образцы выдержали испытание коллоидной стабильности, но образец №3 (крем для лица «Вечер») имеет наихудший показатель.

Для покупателей важным свойством косметических средств является эффективность применения [3]. К кремам для ухода за кожей лица традиционно предъявляются повышенные требования. Поэтому дополнительно экспертным методом с помощью 10 балловой шкалы проводилась оценка образцов по показателю "эффективность применения". В качестве базового значения 10 баллов принималось максимальное значение показателя. Установлено, что образец №1 получил 8 баллов (градация - эффективен), №2 - 6 (не достаточно эффективен), а крем №3 - 3 балла (не эффективен).

Таким образом, после всех проведенных опытов можно сделать следующие выводы:

1. Крема для лица «Персиковый», «Кокосовый» и «Вечер» соответствуют требования ГОСТ 31460-2012 по таким показателям, как внешний вид, цвет, запах и коллоидная стабильность.

2. Все образцы имеют полную маркировку, которая соответствует требованиям ТР ТС 009/2011.

2. Однако путем практических испытаний выявлен лидер - образец №1, который имеет наиболее высокую оценку эффективности применения.

Список литературы

1. ГОСТ 31460-2012 Кремы косметические. Общие технические условия.

2. ГОСТ 29188.0-2014 Продукция парфюмерно-косметическая. Правила приемки, отбор проб, методы органолептических испытаний.

3. Осипова К.Э., Власова Е.Н. Анализ потребительских свойств шампуней / Молодые ученые – развитию текстильно-промышленного кластера (Поиск-2017). Сб. материалов межвуз. науч.-техн. конф. аспирантов и студентов с международным участием. Ч.2. – Иваново: ИВГПУ, 2017. – С. 326-328.

## ИССЛЕДОВАНИЕ СОДЕРЖАНИЯ НИТРАТОВ В ОВОЩНОЙ ПРОДУКЦИИ НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

***Габелко С.В.,***

Новосибирский государственный технический университет, г. Новосибирск

***Корпачева С.М.,***

Новосибирский государственный технический университет, г. Новосибирск

***Госман Д.В.,***

Новосибирский государственный технический университет, г. Новосибирск

В настоящее время одной из актуальных задач является контроль за содержанием нитратов в продуктах питания. Нитраты – это соли азотной кислоты, широко

распространенные в окружающей среде, главным образом, в воде и почве [2]. Бесконтрольное использование азотных удобрений многими фермерами и садоводами для получения максимального урожая, приводит к накоплению нитратов в продуктах питания в больших количествах.

Нитраты попадают в организм человека различными путями: через продукты питания (растительного и животного происхождения), через питьевую воду и лекарственные средства. Основная масса (70 – 80% суточного количества) нитратов поступает в организм человека с овощами и фруктами. Систематическое поступление в организм человека повышенных количеств нитратов, чревато неблагоприятными сдвигами в его здоровье, возрастанием риска онкологических заболеваний. Нитраты в основном накапливаются в корнях, корнеплодах, стеблях, черешках и крупных жилках листьев, значительно меньше их в плодах, причём больше в зеленых, чем в спелых.

Представители бахчевых культур или семейства тыквенных (кабачки, огурцы, патиссоны, арбузы, дыни, тыква) широко представлены в ассортименте продуктов питания человека.

Содержание нитратов в овощах зависит от многих факторов, а именно: биологических особенностей и сортовых признаков растений, уровня плодородия почвы, температуры, влажности почвы и воздуха, интенсивности и продолжительности освещения, технологии выращивания растений.

Сами по себе нитраты не являются опасными для здоровья, большая часть этих соединений выводится из организма вместе с мочой (65-90% за сутки), однако некоторая часть нитратов (около 5-7%) при избыточном их содержании в овощах, в желудочно-кишечном тракте может перейти в нитриты (соли азотистой кислоты), оказывающие вредное воздействие на организм [3,4].

Целью исследования является определение содержания нитратов в образцах бахчевых культур.

Для достижения поставленной цели был проведен эксперимент, а затем сопоставление и анализ полученных данных.

Объектами исследования стали 5 образцов бахчевых культур.

Образец №1 – кабачок, ботанический сорт «Черный красавец», выращенный на приусадебном участке в Новосибирской области.

Образец №2 – кабачок, ботанический сорт «Малыш», реализуемый в супермаркете г. Новосибирска.

Образец №3 – кабачок, ботанический сорт «Малыш», реализуемый на рынке г. Новосибирска.

Образец №4 – тыква, ботанический сорт «Купчиха», приусадебном участке в Новосибирской области.

Образец №5 – тыква, ботанический сорт «Апорт», реализуемая в супермаркете г. Новосибирска.

Для измерения концентрации нитратов в образцах использовали персональный электронный «Нитрат-тестер НУК-019-2», фирмы СоЭКС (Современные экологические системы, Россия).

Определение и измерение нитратов нитрат-тестером осуществлялось с помощью специального контактного зонда (щупа) путем прокалывания тестируемого продукта [2]. Прокалывание каждого образца производилось 3 раза в разных частях растений.

В таблице 1 представлены средние значения содержания нитратов по каждому образцу с учетом погрешности измерения [1].

Таблица 1–Содержание нитратов в исследуемых образцах

| Наименование | Концентрация нитратов, мг/кг | ПДКнитратов, мг/кг | Отклонение | Содержание нитратов в продукте относительно ПДК |
|---|---|---|---|---|
| Образец№1 | 158,6±23,8 | 400 | -241,4 | Не превышает |
| Образец№2 | 97,6±43.9 | 400 | -302,4 | Не превышает |
| Образец№3 | 87,6±13,2 | 400 | -312,4 | Не превышает |
| Образец№4 | 71,3 ± 10,7 | 90 | -18,7 | Не превышает |
| Образец№5 | 112 ± 16,8 | 90 | +22,0 | Превышает |

Содержание нитратов в исследуемых образцах №1–3 оказалось в пределах допустимой концентрации (не более 400 мг/кг). Однако нами было замечено, что в образце №1, содержание нитратов было выше, чем в других образцах. Более высокое содержание нитратов в данном образце обусловлено сортом (данный образец относится к ранним сортам) и использованием азотных удобрений в небольших количествах.

В ходе исследования образцов тыкв установили, что в образце №5 содержание нитратов превышает норму предельно допустимой концентрации (не более 90 мг/кг) на 24,4%. Так же было замечено, что наиболее высокое содержание нитратов в верхней части тыквы (около плодоножки). Основными причинами повышенного содержания нитратов в данном образце является использование азотсодержащих удобрений, так же обусловлено видовой и сортовой спецификой накопления нитратов (тыквенные обладают наибольшей способность к накоплению нитратов) и почвенно-экологическими факторами.

Снизить содержание нитратов в овощах можно следующими способами: очистка, вымачивание, бланширование, варка, жарка, консервирование.

При употреблении овощей в сыром виде, необходимо удалять места концентрации нитратов (кожура, плодоножка, сердцевина, черешки, корешки).

Из тепловых способов обработки, варка - самый эффективный метод снижение нитратов, извлекается до 85% содержащихся нитратов в овощах. Рекомендуется двухступенчатая варка.

Таким образом, можно сделать вывод, что для употребления в пищу необходимо выбирать овощи, выращенные в открытом грунте, среднего размера, с характерной окраской для данного сорта, не горькие на вкус.

Список литературы

1. Технический регламент Таможенного союза "О безопасности пищевой продукции" (ТР ТС 021/2011). Решение Комиссии Таможенного союза Евразийского экономического сообщества от 9 декабря 2011 г. N 880.

2. Гофман В.Р. Экологические и социальные аспекты безопасности пищевого сырья и продуктов питания. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2004. – 551 с.

3. Измерительные методы контроля показателей качества и безопасности продуктов питания. Продукты растительного происхождения / В.В. Шевченко, А.А. Вытовтов, Л.П. Нилова. – СПб.: Троицкий мост, 2009. – 304с.

4. Позняковский В.М. Гигиенические основы питания, качество и безопасность пищевых продуктов: - Учебник. 5-е изд. исправ. и дороб. Новосибирск: Сиб. Унив. Изд-во, 2008. – 455 с.

## ФОРМИРОВАНИЕ КАЧЕСТВА И УЛУЧШЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ

***Гатауллина А.М.,***
студентка, Казанский кооперативный институт, г.Казань
***Залялиева В.З.,***
преподаватель, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Главенствующее место в ассортименте продовольственных товаров занимают хлебобулочные изделия. Это не удивительно, ведь согласно статистике, в России потребляют на душу населения от 59 до 61 кг хлеба в год, что равно потреблению хлеба во Франции, где хлеб считается одним из главных национальных продуктов.

Целью исследования является изучение качества хлебобулочных изделий, как важнейшего аспекта не только предприятий розничной торговли, то и жизни человека в целом.

Потребительские свойства хлебобулочных изделий складываются из его показателей качества и удовлетворения физиологических потребностей человека в белках, жирах, углеводах, минеральных веществах и витаминах. Основным источником данных нутриентов является мука.

Предлагается использовать цельнозерновые сортов ржаной и пшеничной муки. Кстати говоря, в области изучения самой технологии приготовления хлебобулочных изделий повышенной пищевой ценности, ведутся исследования технологами города Казани [1].

Анализ потребительских свойств хлебобулочных изделий из цельнозерновых сортов муки показал, что цельнозерновые сорта муки улучшают органолептические показатели качества хлебобулочных изделий (внешний вид, объем, структурно - механические свойства мякиша).

Пищевая ценность хлебобулочных изделий из цельнозерновых сортов муки характеризуется повышенным содержанием пищевых волокон, золы, макро- и микроэлементов, а также витаминов группы В.

В изменение физико-химических показателей качества (пористость, удельный объем) наблюдается положительная динамика.

Вышеперечисленные факторы подтверждают необходимость расширения ассортимента хлебобулочных изделий из цельнозерновых сортов муки.

Список литературы

1. Китаевская С. В. Способы стабилизации криозащитных свойств полуфабрикатов ржано-пшеничного хлеба / С.В. Китаевская, О.А. Решетник, Н.В. Лабутина // Вестник Международной академии холода. – 2003. – №2. – С. 42-44

2. Спиричев В.Б . Обогащение пищевых продуктов витаминами и минеральными веществами /В. Б. Спиричев, Л. Н. Шатнюк, В. М. Поздняковский. – Новосибирск: Сибирское университетское издательство, 2004. – С. 93–95.

## СЫРНОЕ ПРОИЗВОДСТВО В ПЕРИОД ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО ЭМБАРГО

***Горелышева Д.В.,***
Казанский кооперативный институт, г.Казань

Государство всегда стремится поддержать безопасность отечественного рынка. Согласно Стратегии национальной безопасности Российской Федерации обеспечение государственной и общественной безопасности осуществляется путем повышения эффективности деятельности правоохранительных органов и специальных служб, органов государственного контроля (надзора) [1].

Цель исследования. Изучить производство отечественных сыров в период продовольственного эмбарго.

Результаты исследования и их обсуждение. По данным 2010-2014 годов доля отечественных производителей на российском рынке была невелика [2].

Президент РФ подписал указ 25 июня 2015 года о запрете импорта ряда продуктов питания из стран ЕС, США, Канады, Австралии. Ответные санкции РФ были введены 7 августа 2014 года. Эмбарго, которое было рассчитано на год, распространилось на поставки мясной и молочной продукции, рыбы и рыбной продукции, овощей и фруктов [3].

Вся эта ситуация подтолкнула не только отечественных производителей сельскохозяйственной продукции, но и сподвигнуло наши власти к увеличению вложения средств для развития агропромышленного комплекса страны. Это четко представлено на рисунке 1.

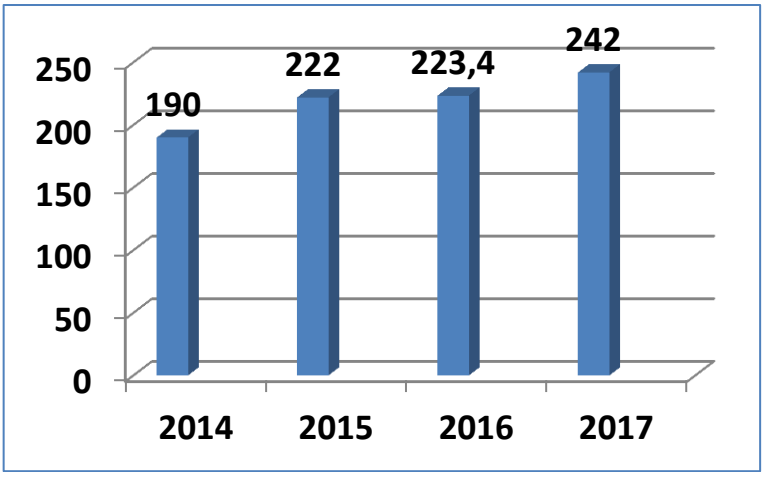



Рисунок 1 – Сколько государство выделяет на агропромышленный сектор (млрд. р.)

Эта положительная тенденция не обошла стороной и нашу республику. В Татарстане, за 9 месяцев текущего года производство сыров выросло на 17%. Об этом сообщили в пресс-службе Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Республике Татарстан.

Всего по итогам января — сентября этого года в республике Татарстан было произведено 30,5 тыс. тонн сыров, сырных продуктов и творога, что на 17 % выше показателя аналогичного периода 2016 года.

При этом сами производители сыров также отмечают увеличение интереса к продукту со стороны потребителей, а следовательно и увеличение его производства. Так обновленная компания «Вамин Татарстан» производит 11 сортов сыра на заводах в Балтасях и в Арске, но вскоре намерена увеличить ассортимент. Также стоит отметить, что в структуре выпуска сырной продукции в республике растет доля частных сыроварен [4].

Заключение. В заключении хочется отметить, что противоречивые действия в политике, могут положительно повлиять на экономическую составляющую общества, являясь, таким образом эффективной движущей силой в производстве отечественного продукта.

Список литературы

1. Указ Президента РФ от 31.12.2015 N 683 "О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации". "Собрание законодательства РФ", 04.01.2016, N 1 (часть II), ст. 212.

2. Тактарова С.В., к.э.н., доцент, Демина Е.А.,Вавилова АА. Продовольственное эмбарго России //Таможенное дело и внешнеэкономическая деятельность компаний .- 2017.-№1(2).- С.2. URL: http://customs.esrae.ru

3. Барковский А.Н., Алабян С.С., Морозе́нкова О.В. После́дствия западных санкций и отве́тных санкций РФ // Российский вне́шне́экономиче́ский ве́стник. - 2015. - № 9. - С. 3-7.

4. URL: www.https://realnoevremya.ru/news/81596-v-tatarstane-s-nachala-goda-proizvodstvo-syrov-uvelichilos-na-17

## ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ: ПИЩЕВАЯ ЦЕННОСТЬ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

***Гумерова И.Р.,***
Казанский кооперативный институт, г.Казань

Современный развитый рынок продовольственных товаров предлагает потребителю товары в широком ассортименте, отличается высоким уровнем конкуренции, что, в свою очередь, обусловливает стремление производителей сделать товар максимально привлекательным, чтобы более успешно его продавать.

Поскольку для продовольственных товаров первостепенное значение имеют органолептические характеристики, в первую очередь – вкус и запах, производители стараются сделать свой товар максимально привлекательным по этим показателям. При этом нередко на основе продуктов, которые традиционно считаются принадлежностью здорового рациона, делают более привлекательные, но далеко не такие полезные.

Примером может служить кисломолочная продукция, в частности – различные сладкие сырки. Такие изделия получают на основе творога, и потому у многих потребителей они ассоциируются со здоровым питанием, их часто приобретают для детей взамен «вредных» конфет и шоколадок. Но по своему составу эти творожные изделия гораздо ближе к последним, чем к творогу и другим традиционным кисломолочным продуктам.

Подобная ситуация и с пакетированными соками, которые многие охотно приобретают, считая «здоровым» продуктом, вместо других безалкогольных сладких напитков, хотя по химическому составу, в первую очередь – по содержанию сахара – они близки, и чрезмерное употребление тех и других вредно примерно в равной степени.

Выходом из сложившейся ситуации могло бы стать повышение уровня грамотности населения в вопросах питания, чего можно добиться путем введения соответствующего обучающего курса в школьную программу.

Список литературы

1. Каримова, А.З. Проблема питания современного человека / А.З. Каримова, Р.Н. Хабибуллина // Проблема питания современного человека / Каримова А.З., Хабибуллина Р.Н. // Проблемы повышения производственно-технической и социально-экономической эффективности обеспечения качества продукции и услуг: Мат. 2-й междунар. научно-практической конф. Казань, 2014. С. 30-32.

2. Тимофеева, В.А. Товароведение продовольственных товаров: учебник / В.А. Тимофеева. – Изд. 12-е, доп. и перер. – Ростов н/Д: Феникс, 2013. – 494 с.

## СИСТЕМА ХАСПП И АНАЛИЗ ОПАСНЫХ ФАКТОРОВ НА ПТИЦЕФАБРИКЕ

***Димиева И.Н.,***
ФГБОУ ВО «ПГТУ», ВолгаТех , Марий Эл, г.Йошкар-Ола
***Травина О.В.,***
ФГБОУ ВО «ПГТУ», ВолгаТех , Марий Эл, г.Йошкар-Ола

Объемы потребления мяса птицы с каждым годом становятся все больше. Куриное мясо – относительно дешево, содержит массу полезных и питательных веществ и является

сегодня основным источником животных белков для подавляющего большинства населения нашей страны. Кроме натурального мяса вы все широко используем в пищу яйца, куриное мясо добавляется в колбасы и многие мясные полуфабрикаты.

В настоящее время система ХАССП (НАССР) является основной моделью управления и регулирования качества пищевой продукции, главным инструментом обеспечения её безопасности. Особое внимание уделяется так называемым критическим точкам контроля, в которых все существующие виды рисков, связанных с употреблением пищевых продуктов, в результате целенаправленных контрольных мер могут быть предусмотрительно предотвращены, удалены и уменьшены до разумно приемлемого уровня [1].

Изучение в опрос а качества продукции птицеводства на ООО Птицеводческий комплекс «Ак Барс»является первостепенным.

В недрение и функционирование системы ХАССП на птицефабрике позволяет устранить большинство проблем с качеством, обеспечить население питательным и безопасным для здоровья продуктом.

Важным и безусловным достоинством системы ХАССП является её свойство не выявлять, а именно предвидеть и предупреждать ошибки при помощи поэтапного контроля на протяжении всей цепочки производства пищевых продуктов. Это гарантированно обеспечивает потребителям безопасность употребления пищевых продуктов, что является первоочередной и главной задачей в работе всей пищевой отрасли. Использование на производстве системы менеджмента, сертифицированной и построенной на принципах ХАССП

Как и во многих других пищевых отраслях, факторы риска в птицеводстве разделяются на:

- физические
- химические
- биологические

Физические – это загрязнение продукции различными посторонними веществами и предметами. Птицеводство – «грязная» отрасль, в ней используются корма, птица создает массу отходов, доставка кормов и очистка помещений производится механизировано и без должного контроля отходы, корма и посторонние предметы могу лег ко попасть в конечную продукцию[2].

Химические – загрязнение продукции моющими средствами, химикатами и пр. Здесь, помимо собственно производства мяса на птицефабрике, большую роль играет устранение риска заражения кормов, поступающих от поставщиков.

Кроме того, использование в современном производстве мяса птицы различных лекарственных средств требует дополнительного контроля за их использованием, дозировкой и пр.

Биологические факторы – различного рода патогенные микроорганизмы. Сальмонелла, кишечная палочка и пр. Здесь необходимы строгие, протоколируемые и подвергающиеся регулярному аудиту меры контроля как за чистотой перерабатывающего оборудования, так и гигиеной работников[3].

Большую роль играет здоровье самой птицы. Здесь необходим контроль за здоровьем стада, устранение факторов риска заражения бактериальными и вирусными инфекциями – через корма, через факторы внешней среды. Контроль за состоянием здоровья птицы невозможен без привлечения специалистов ветеринарной службы.

С учетом этих моментов, служба ХАССП на птицефабрике имеет свои специфические черты – с уклоном в микробиологические исследования и ветеринарный контроль. При этом критические точки риска производства находятся не только на самом предприятии. Необходим контроль за качеством продукции поставщиков – кормов, оборудования и т.п. И здесь требование наличия у поставщиков внедренной системы

ХАССП или другой системы менеджмента качества – одно из ключевых [4]. Только согласованность процедур контроля критических по качеству точек может устранить угрозу заражения через корма или другие поставляемые ингридиенты.

Список литературы

1. ГОСТ Р ИСО 22000:2007 - «Системы менеджмента безопасности пищевой продукции. Требования к организациям, участвующим в цепи создания пищевой продукции».

2. OHSAS 18001:2011 «Системы менеджмента безопасности и охраны здоровья. Требования»

3.Михеева Е. Н., Сероштан М. «Управление качеством.»- Дашков и К.-2011 г.-532с.

4. Шатохина О. Ю., Авдеева И. Л.,/Внедрение интегрированной системы менеджмента качества продукции на Российских предприятиях: проблемы и перспективы» // Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сб. ст. по матер. XXII междунар. науч.-практ. конф. – Новосибирск: СибАК.- 2013.

## ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМЫ ХАСПП НА ПТИЦЕФАБРИКЕ

***Димиева И.Н.,***
ФГБОУ ВО «ПГТУ», ВолгаТех , Марий Эл, г. Йошкар-Ола
***Травина О.В.,***
ФГБОУ ВО «ПГТУ», ВолгаТех , Марий Эл, г. Йошкар-Ола

Система ХАССП предусматривает обнаружение и управление факторами, которые могут повлиять на качество продукции. Применение к производству принципов ХАССП и получение сертификата ГОСТ Р ИСО 22000-2007 (международный аналог - ISO 22000:2005) демонстрирует качество деятельности предприятия и его соответствие международному уровню безопасности. Внедрение системы качества продукции позволяет отечественным предприятиям выходить на международные рынки.

Предприятием по производству продуктов птицеводства является птицефабрика, большинство процессов на которой автоматизировано. Потребители обращают все больше внимания на условия содержания птицы, рацион питания, ветеринарное обслуживание - ведь соблюдение норм безопасности гарантирует получение высококачественного сырья по мясному и яичному направлению производства [1].

В птицеводстве система контроля качества должна быть применима к следующим продуктам:

- продукции из мяса птицы;
- яйцам;
- субпродуктам;
- продукции переработки;
- полуфабрикатам.

Поддержание высокого уровня гигиены - весьма важный фактор, обеспечивающий благополучие птицы. Здоровое родительское стадо, соблюдение гигиены в инкубатории – во многом способствуют появлению здоровых цыплят. Высокие стандарты гигиены помогают снизить риск заболеваний.

Возможные опасности при производстве яиц

Потенциально опасные факторы при производстве и реализации куриного яйца можно разделить на следующие группы:

- Биологические: заражение на всех этапах производства патогенной микрофлорой.
- Химические: во время применения моющих средств, дезинфектантов, антибиотиков, пестицидов, нитритов и нитратов.

– Физические: инородные предметы, остатки стекла и упаковки, грызуны и насекомые.

Биологические риски являются специфическими для данного вида производства и особо значимыми ввиду большой концентрации поголовья, коротких технологических циклов, а также восприимчивости промышленных кроссов птицы к заражению бактериальными и вирусными инфекциями[2]. Выявление патогенов может возникнуть на любом этапе производства:

– поставка контаминированных кормов;
– трансовариальная передача инфекции при инкубации;
– заражение молодняка и взрослого поголовья родительского и промышленного стада;
– контаминация реализуемого сырья.

Благодаря постоянному контролю ветеринарная служба имеет возможность запланировать и провести в срок дезинфекцию, диагностические, профилактические и лечебные мероприятия на всех этапах производства, тем самым значительно снижая потребление антибиотиков и улучшая эпизоотическую ситуацию[3].

Экономические преимущества от внедрения ХАССП

Птицефабрики работают по принципу законченного цикла производства: все, от производства яиц для инкубации, заканчивая получением сырья, производится на одном хозяйстве. Вся работа на предприятии устроена так, чтобы был максимальный выход продукции при затрате минимальной площади, труда, количества корма и средств производства. Система ХАССП обязана оценивать качество сырья во всех цехах предприятия и разрабатывать мероприятия по их реализации, которые будут экономически обоснованы, что позволяет добиться оптимального результата[4].

При полном соблюдении всех правил системы ХАССП на птицефабрике экономическая выгода очевидна. Например, расчёты для производства пищевых яиц показывают следующее: при объёме реализации ~100 миллионов в год комплекс мероприятий по внедрению ХАССП составляет 35%. Затраты на реализацию проекта могут составлять до 500 т.р., данные вложения полностью окупают себя за полтора года. При этом предприятие будет развиваться и выходить на новый уровень производства путём улучшения качества продукции, увеличения поголовья птицы, расширения рынка сбыта и минимизации вложения денежных средств в производство

Список литературы

1. ГОСТ Р ИСО 22000:2007 - «Системы менеджмента безопасности пищевой продукции. Требования к организациям, участвующим в цепи создания пищевой продукции».

2. OHSAS 18001:2011 «Системы менеджмента безопасности и охраны здоровья. Требования»

3.СалимоваТ.А. /Управление качеством//М: ОМЕГА-Л.- 2011 г.- 414 с.

4. Шатохина О. Ю., Авдеева И. Л.,/Внедрение интегрированной системы менеджмента качества продукции на Российских предприятиях: проблемы и перспективы» // Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сб. ст. по матер. XXII междунар. науч.-практ. конф. – Новосибирск: СибАК.- 2013.

## ХРОМАТОГРАФИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КРЕПКИХ НАПИТКОВ ИЗ ЗЕРНОВОГО СЫРЬЯ

***Добрынин О.В,***
студент ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет», Казань
***Герасимов М.К.,***

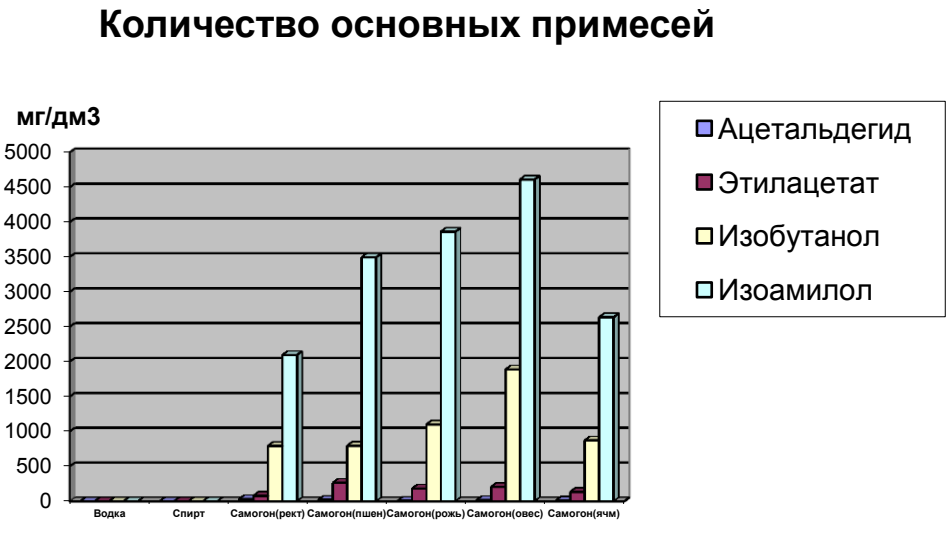
профессор ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет», Казань

Считается, что спирт впервые получили или арабы в VII в., или итальянские алхимики — в веке XI. Самогонщики древности предполагали, что из вина при перегонке выделяется его дух, по латыни — «spiritus». Отсюда и название — спирт. Именовали эту жидкость также водой жизни (aqua vitae) и использовали преимущественно как лекарство от всех болезней. С XIV в. водка, или «горилка», стала хорошо известна и в Западной Европе, и на Руси.

В настоящее время качество пищевой промышленности оценивается и по структурно-пищевой информации, под которой понимается количество и соотношения входящих в них соединений. Чем они разнообразнее (ингредиенты), тем пища считается богаче. С этих позиций нами были рассмотрены ряд крепких алкогольных напитков: спирта ректификата, водки простой, самогон с большой компанентностью на ректификационном спирте, самогоны на дистиллятах из различного зернового сырья(пшеницы, ржи, овса, ячменя).

Качество спирта этилового и водок оценивают хроматографическим методом по ГОСТ Р 51698-2000 Водка и спирт этиловый. Газохроматографический экспресс-метод определения содержания токсичных микропримесей. Этот ГОСТ позволяет надежно контролировать регламентированный техническими нормами состав микропримесей водки и пищевого этилового спирта-ректификата.

Отсутствие простых и надежных методов оценки токсичности спиртных напитков привело к массовому использованию этого ГОСТа для оценки не только качества, но и токсичности водок, спиртсодержащих жидкостей на основе ректифицированных спиртов различной природы, а также напитков домашней выгонки (самогонов) по содержанию в них высших спиртов эфиров и альдегидов. Поэтому напитки, содержащие перечисленные примесные компоненты в концентрациях выше 6—8 мг/л, могут быть признаны (и нередко признаются) «токсичными», что влечет за собой ряд других проблем, связанных с ошибочной идентификацией причины отравления.




Так в настоящее время кроме состава, приступили к изучению структуры напитков и ее влияния на организм человека. Так на диаграмме показаны основные примеси, которые имеют очень неприятные запахи, характерные для самогона.

Наиболее опасным компонентом самогона является метанол. Но в рассмотренных самогонах бояться этой составляющей особо не стоит так как концентрация метанола не превышает уровня 0,01 миллиграмма на литр. Вторым врагом являются ацетальдегиды.

Их концентрация в представленных самогонах достигает 10- 31 миллиграмм на литр, что представляет среднюю опасность. Вместе с тем, некоторое присутствие ацетальдегидов в самогоне придает ему определенный вкус. Третий враг – сивушные масла, среди них особо опасен изоамилол 800-4000 миллиграмм на литр. Сивушные масла также придают самогону определенные вкусовые качества.

Как известно, основной интерес при потреблении самогона заключается в том, что в его составе содержится спирт. А вот присутствие сивушных масел говорит как раз о его вреде. Однако не все так просто. Дело в том, что чистый алкоголь намного быстрее всасывается в кровь и вызывает быстрое опьянение, что не слишком полезно для организма человека. Поэтому можно считать, что его состав является одновременно одним из достоинств и недостатков.

Дополнением при выяснении влияния вышеназванных напитков на живой организм, по нашему мнению, могут быть данные дополнительных исследований на основе биотестах и структурных характеристик.

Список литературы

1. Нужный В.П., Савчук С.А., Каюмов Р.И. Химико-токсикологическое исследование крепких алкогольных напитков домашнего изготовления (самогон) из разных регионов России// Наркология. — 2002. — № 5. — С. 43—48.

2. Нужный В.П., Савчук С.А., Тюрин И.А., Белов С.К. Проблема денатурирующих добавок к этиловому спирту в связи с исследованием образцов нелегальной алкогольной продукции// Токсикол. Вестник. — 2004. — № 3. — С. 7—13.

## ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ КАЗАХСТАНА

***Жамалова Д.Б.,***

к.с.х.н., ст.преподаватель, Костанайский инженерно-экономический университет им. М. Дулатова

Краткое введение. Согласно докладу Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН о ситуации с обеспечением продовольственной безопасности в мире, уже к 2020 году голод может коснуться четверти населения земного шара. В ближайшие 40 лет, по оценкам зарубежных специалистов, проблема нехватки продовольствия выйдет на первое место в мире, что обостряет проблему продовольственной безопасности для любой страны.

По определению Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН (ФАО) продовольственная безопасность включает в себя физическую и экономическую доступность достаточного для поддержания жизни объема и качественного продовольствия для всего населения. В соответствии с правилами мониторинга состояния продовольственной безопасности в Казахстане критериями обеспечения продовольственной безопасности являются: физическая и экономическая доступность продовольственных товаров, а также гарантия безопасности пищевой продукции [1].

Как видно, казахстанское законодательство максимально приблизило критерии мониторинга к определению ФАО и определяет «продовольственную безопасность, предусматривающую состояние защищенности экономики, в том числе агропромышленного комплекса, при котором государство способно обеспечить физическую и экономическую доступность населению качественных и безопасных продовольственных то- варов, достаточных для удовлетворения физиологических норм потребления и демографического роста» [2].

Цель исследования.Страна должна производить достаточное количество продуктов для своих нужд, если у нее есть сравнительные преимущества, быть в состоянии импортировать необходимое количество продовольствия и удовлетворять потребности

своих граждан. В процессе исследования были использованы аналитический, монографический, абстрактно логический, экономико-статистический методы.

Результаты исследования и их обсуждение.В современном мире стремление к полному продовольственному суверенитету является самообма- ном. Нельзя перекрыть внешнеторговые каналы и делать ставку исключительно на отечественного производителя. Наоборот, продовольственная безопасность достигается только на основе, с одной стороны, крепкого собственного сельского хозяйства, а с другой стороны, не менее крепких и развитых внешнеторговых связей. Поэтому попытки защитить внутренний рынок продовольствия высокими таможенными пошлинами и иными барьерами являются неэффективными [3].

Коэффициент продовольственной независимости выше 80% по таким товарам, как масло растительное, молочные продукты, хлеб, хлебобулочные и кондитерские изделия, рис очищенный и рис обрушенный. Повышается показатель по мясу, продуктам из мяса. Низкие показатели по отдельным продовольственным товарам объясняются отсутствием климатических возможностей производства, и соответственно, отсутствием конкурентных преимуществ в их производстве. Поэтому, импортируя овощи переработанные и консервированные, страна могла бы достичь не- обходимого уровня потребления. По остальным товарам имеется возможность повышения уровня самообеспечения при условии улучшения качества, ассортимента, безопасности, сохраняемости, упаковки отечественных продовольственных товаров.

Заключение.Продовольственная безопасность – неотъемлемая часть экономического благосостояния и фундаментальный вектор национальной безопасности любого государства, главный приоритет государственной политики, поскольку она охватывает широкий спектр национальных, эко-номических, социальных, демографических и экологических факторов. Коэффициент продовольственной независимости выше и в пределах 80% по целому перечню товару, ниже по товарам, не производимым в стране, что сохраняет объективную потребность в импорте, и возможность отечественным производителям повышать конкурентоспособность продукции. Проблема голода и недоедания в целом для населения страны не так остра, однако по уровню пищевой депривации, калорийности, полезности, безопасности, качества сбалансированности питания по содержанию витаминов, минералов, микроэлементов по-прежнему остается острой. Производство зерновых в стране обеспечивает необходимым объемом переходящих запасов зерна, остающихся на хранение до уборки следующего урожая, а также высоким уровнем производства зерна в расчете на душу населения. Ситуация с обеспечением продовольственной безопасности в Казахстане неоднозначная, что доказывает необходимость принятия научно обоснованных решений для государственной политики.

Список литературы

1 Правила проведения мониторинга состояния продовольственной безопасности (с изменениями от 29.07.2010 г.). – URL: http://kodeksy-kz.com/norm_akt/source-Правительство/type-постановление/296-12.04.2010.htm. Дата обращения: 27.11.2017.

2 Закон Республики Казахстан «О национальной безопасности Республики Казахстан» с изменениями и дополнениями по состоянию на 07.11.2014 г.). – Режим доступа: http://online.zakon.kz. Дата обращения: 28.11.2017.

3 Казахстан в 2014 году: Статистический ежегодник /на казахском и русском языках /485стр./Комитет по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан.– URL:.http://www.stat.gov.kz. Дата обращения: 28.11.2017.

## ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ, ПРЕДСТАВЛЕННЫХ НА СОВРЕМЕННОМ РЫНКЕ

***Ермакова К.В.,***

Казанский кооперативный институт, г.Казань

Удовлетворить растущую потребность в продовольственных товарах, повысив одновременно их качество, - сложная задача, успешное решение которой зависит от многих отраслей народного хозяйства: предприятий агропромышленного комплекса, перерабатывающей промышленности, торговли и общественного питания [1].

В настоящее время остро стоит проблема обеспечения населения полноценными продуктами питания. Связано это, во-первых, с постоянным ростом населения, а во-вторых, - с постепенным повышением уровня жизни, что особенно заметно в развивающихся и развитых странах, и, как следствие, - повышением уровня требований потребителей к продуктам питания [2].

В последнее время все большее распространение получает концепция здорового питания. Связано это с тем, что продовольственные товары присутствуют в продаже в достаточном количестве, относительно недороги, из-за чего потребляются нередко в избыточном количестве, и становятся причиной ухудшения состояния здоровья. В таких условиях потребитель, имея широкий выбор, стремиться приобрести более полезные продукты, и производители, пользуясь ситуацией, предоставляют такие товары, отмечая на упаковке их полезные, по мнению многих потребителей, свойства – отсутствие консервантов, холестерина, глютена, либо наличие отдельных витаминов, минеральных веществ, клетчатки. При этом потребитель далеко не всегда четко понимает, чем обусловлен полезный эффект этих продуктов, и реален ли он. Кроме того, продукты, позиционируемые как «более здоровые», часто не имеют существенных отличий от своих аналогов. Нередко также, отмечая на упаковке полезные свойства, производитель лишь маскирует обычные продовольственные товары.

Список литературы

1. Каримова, А.З. Проблема питания современного человека / А.З. Каримова, Р.Н. Хабибуллина // Проблема питания современного человека / Каримова А.З., Хабибуллина Р.Н. // Проблемы повышения производственно-технической и социально-экономической эффективности обеспечения качества продукции и услуг: Мат. 2-й междунар. научно-практической конф. Казань, 2014. С. 30-32.

2. Тимофеева, В.А. Товароведение продовольственных товаров: учебник / В.А. Тимофеева. – Изд. 12-е, доп. и перер. – Ростов н/Д: Феникс, 2013. – 494 с.

## ПРИМЕНЕНИЕ МЕХАНИЗМА САМООЦЕНКИ ДЛЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА В ОРГАНИЗАЦИИ

***Есенбаева Г.А.,***
Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, г.Караганда
***Карабаева А.Е.***
Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, г.Караганда

По мере модернизации экономики в Республике Казахстан все большее внимание уделяется качеству продукции.

Президент РК Н.Назарбаев в своем Послании народу Казахстана «Третья модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность» [1] провозглашает в качестве первого приоритета ускоренную технологическую модернизацию экономики. Реализация данного приоритета означает необходимость для предприятий нашей страны повышения конкурентоспособности, как самого предприятия, так и выпускаемой им продукции. Концепция государственной политики Казахстана в области качества продукции и услуг совершенно справедливо подчеркивает, что главной задачей отечественной экономики в XXI веке является рост конкурентоспособности за счет роста качества. Наличие конкурентной среды в условиях вступления Казахстана во Всемирную

торговую организацию (ВТО) и создания ЕАЭС обязывает отечественных производителей уделять огромное внимание проблемам качества.

Управление качеством как составляющая системы качества является одной из самых важных сфер деятельности предприятий, а само качество становится политической, экономической и нравственной категорией. Качество - это здоровье, деньги, уровень душевного комфорта и достоинство нации и государства. Качество продукции - это авторитет предприятия, увеличение прибыли, рост процветания, поэтому работа по управлению качеством предприятия является важнейшим видом деятельности для всего персонала, от руководителя до конкретного исполнителя.

Анализ нормативных документов показывает, что определение понятия качества, предлагаемое стандартамиподвергалось изменениям. В стандарте ГОСТ 15467–79 было дано такое определение: «Качество продукции – это совокупность свойств продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением» [2].

В словаре ИСО 8402-94 было предложено следующее определение: «Качество – это совокупность характеристик объекта относящихся к его способности удовлетворить установленные и предлагаемые потребности» [3].

В настоящее время наиболее общепринятым считается определение, данное в международном стандарте ИСО 9000-2005: «Качество – это степень, с которой совокупность собственных характеристик выполняет требования» [4]. При этом под требованием понимается потребность или ожидание, которое установлено, обычно предполагается или является обязательным.

В новой версии международного стандарта ИСО 9000:2015 прописано: «качество – это степень соответствия присущих характеристик объекта требованиям» [5].

Таким образом, представление о качестве меняется со временем, оно зависит от уровня информации об объекте, от технических средств обнаружения характеристик объекта.

Основная тенденция в области обеспечения стабильности качества выпускаемой продукции сегодня связана с переносом внимания заинтересованных сторон с процедур внешней оценки (аудита) деятельности организации по требованиям международных и национальных стандартов на внутреннюю самооценку. Проработка теоретических и методологических основ самооценки деятельности организации создала основу для анализа и изучения ее прикладных аспектов. Исследование возможностей и результатов применения механизма самооценки в системе качества (СК) организации было проведено на примере АО «НацЭкС» (Республика Казахстан, г. Караганда).

В качестве модели общей оценки СК компании была предложена модель оценки менеджмента качества, приведенная в СТ РК ISO 9004-2010 «Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации. Подход с позиции менеджмента качества». Основными причинами выбора данной модели стали простота и понятность критериев оценки, а также возможность использования результатов самооценки в качестве входных данных при разработке и внедрении системы менеджмента качества в соответствии с требованиями СТ РК ISO 9001. Немаловажно и то, что систематическое использование критериев данной модели создаёт базовую основу для дальнейшей возможности участия в конкурсах на соискание премии в области качества [6].

Систему качества оценивали по следующим критериям: «Стратегия и политика», «Управление ресурсами», «Мониторинг и измерение», «Улучшения и обучение». Выбор данных критериев был сделан исходя из организационной структуры и имеющейся системы качества.

При анализе критерия «Стратегия и политика» первыми показателями были общие положения и выработка. По этому критерию организация находится на уровне зрелости «Прогрессивный», так как стратегия, элементы политики и цели были осуществлены. Стратегия и элементы политики охватывают аспекты, касающиеся соответствующих

заинтересованных сторон. Процессы организации согласуются с потребностями ее заинтересованных сторон. По следующему анализированному подкритерию «Планирование стратегии и политики» в ходе самооценки было выявлено, что организация может продемонстрировать баланс между планами и доступностью ресурсов. Риски и возможности полностью оцениваются и учитываются перед утверждением планов. Осуществляются структурированные и периодические анализы процессов планирования. Это свидетельствует о том, что тоже относится к четвертому уровню зрелости. Третьим показателем было внедрение стратегии и политики в процессы и структуры организации. По этому подкритерию установлен 5 уровень зрелости, поскольку система менеджмента пересматривается и совершенствуется при изменении стратегии. По подкритерию «Обмен информации», можно сказать, что результативность процесса обмена информацией периодически анализируется. Существует доказательство того, что процессы обмена информацией удовлетворяют потребностям заинтересованных сторон. Анализируя критерию «Управление ресурсами», организация может продемонстрировать, что используемые ею подходы эффективно и рационально способствуют передаче ее стратегии. Идентифицируются риски нехватки финансовых ресурсов. Будущие финансовые потребности прогнозируются и планируются. Критерий «Мониторинг и измерение» достиг четвертого уровня зрелости, так как в данной организации проводится систематический мониторинг. Требования к ресурсам оцениваются регулярно и планово в динамике по времени. Установлена методология бенчмаркинга. Измерения ключевых показателей подлежат внутреннему и внешнему бенчмаркингу, используя формальную методологию. Высокий рейтинг критерия «Улучшение и обучение» (прогрессивный уровень зрелости)обусловлен прежде всего тем, что руководство поддерживает инициативы обучения и подает личный пример. Способность организации обучаться объединяет в одно целое компетентность работников и организации.

В целом по большинству критериям организация относится к 4 уровню зрелости. Результаты самооценки были использованы для улучшения системы качества в организации и перехода на новую версию международного стандарта ИСО 9001:2015.

В настоящее время организация активно перерабатывает документацию, провела обучение всего персонала и находится на завершающей стадии внедрения стандарта СТ РК ISO 9001:2016.

Список литературы

1. Послание Президента РК народу Казахстана от 31 января 2017 года «Третья модернизация Казахстана»: глобальная конкурентоспособность»- http://www.akorda.kz

2. ГОСТ 15467-79. Управление качеством продукции. Основные понятия, термины и определения.

3. ИСО 8402-94. Управление качеством и обеспечение качества. Словарь.

4. ИСО 9000:2005. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь.

5. ИСО 9000:2015. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь.

6. Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации. Подход с позиции менеджмента качества: СТ РК ISO 9004-2010.– Введ. с 22.09.2010. - Астана: Комитет технического регулирования и метрологии Министерства индустрии и новых технологий Республики Казахстан (Госстандарт), 2010-48 с.

## ТЕХНОЛОГИЯ ПРОИЗВОДСТВА ДИЕТИЧЕСКОГО, НАЦИОНАЛЬНОГО КОНДИТЕРСКОГО ИЗДЕЛИЯ «ЖЕНТ»

***Есеева Г.К.,***
Костанайский инженерно-экономический университет им. М.Дулатова
***Мадиева А.Б.***

Костанайский инженерно-экономический университет им. М.Дулатова

Краткое введение.Питание - важнейший фактор внешней среды, который определяет правильное развитие, состояние здоровья и трудоспособность человека. Именно поэтому организация питания населения на научно-гигиенической основе поднята в нашей стране до уровня общегосударственной задачи. Одним из приоритетных направлений Государственной политики Казахстана является формирование системы здорового питания населения, что отражено в распоряжении Правительства РК «Концепция здорового образа жизни и здорового питания», утвержденном 6 апреля 2011 года (№ 380). За последние годы в 14 областях РК были проведены конференции, программы выставки на тему «Питание и здоровье», «Здоровое питание - здоровье нации», «HealthLife - Здоровый образ жизни» и др. В 2015г. Казахстан занял пятую строчку в рейтинге стран с наименее здоровым питанием по версии международного медицинского журнала LancetGlobalHealth. В исследовании участвовало 187 стран. Исследователи международного медицинского журнала LancetGlobalHealth занимались изучением общественного питания и применения различных продуктов в диете жителей выбранных стран с 1990 по 2010 годы.Полученные во время наблюдений данные и послужили основой для составления рейтинга.Опередили Казахстан в списке стран с самой нездоровой диетой Армения, Венгрия, Бельгия и Чехия, заняв места с первого по четвертое соответственно.Лидерами стран с самым здоровым рационом питания стали африканские государства: Чад, Сьерра Леоне, Мали, Гамбия и Уганда.

В связи с этим на сегодняшний день остро стоит вопрос о здоровомпитании населения. Создание функциональных пищевых продуктов связано с существенной модификацией, которой подвергается как состав продукта, так и способ его получения. Совокупность этих модификаций и составляет новую технологию продукта. Отечественное производство функциональных пищевых продуктов развивается сегодня в направлении обогащения традиционных продуктов белками, витаминами, минеральными веществами, пищевыми волокнами на фоне общей 4 тенденции к уменьшению их калорийности. В основе технологий функциональных продуктов питания лежит модификация традиционных, обеспечивающих повышение содержания полезных ингредиентов до уровня, соотносимого с физиологическими нормами их потребления (20 % - 30 % от средней суточной потребности). Наиболее рациональным способом создания функциональных продуктов в кондитерской отрасли является введение в рецептуру данных продуктов натуральных ингредиентов растительного и животного происхождения, нетрадиционных для этих отраслей, что позволяет повысить пищевую ценность кондитерских изделий, улучшить их органолептические и физико-химические показатели, создать группу новых сортов, интенсифицировать технологические процессы производства, улучшить качество при переработке сырья и обеспечить экономию основного и дополнительного сырья.В нашем бешеном ритме жизни особое место занимают завтраки быстрого приготовления. Наши предки, чтобы приспособится к суровым условиям жизни, нам оставили в наследство, продукты, которые приобретают все большую актуальность именно сейчас, когда остро стоит вопрос о здоровом питании и здоровой нации.

Цель исследования.Необходимо так разработать технологию, чтобы учесть потенциальную возможность функциональных ингредиентов не изменять потребительские свойства пищевого продукта. В связи с этим в учебной лаборатории было апробировано выпуск диетических кондитерских изделий, мы изучили технологию и произвели пробную партию «Жент». Изюминкой проекта акцентируется в производстве продуктов для людей, страдающих сахарным диабетом, а также для профилактики потребителям поддерживающий здоровой образ жизни.Целью проекта является разработать технологию производства и стандартизировать национальное кондитерское изделие «Жент».

Результаты исследования и их обсуждение. Жент - национальное праздничное кондитерское блюдо, изготавливаемое из пшенной крупы, с добавлением сушёного толчёного творога, топлёного масла, сахара, изюма, орехов и других ингредиентов. Жент обычно подаётся к чаю.Особенность производства жента состоит в том, что у нас в Костанайской области данное кондитерское изделие не знакомо широкому кругу потребителей. Что подтверждает проведенный мной соц.опросиз 100% опрошенных лишь 10-12% знали или слышали,но никогда не пробовали. 6% опрошенных пробовали, а остальные даже не знали о таком продукте,не говоря уже о каких компонентах он состоит. Анализируя итоги опроса, пришли к выводу,что возрождение незаслуженно забытого,полезного и вкусного продукта необходимо возразить.Ведь в женте содержатся необходимые организму все микроэлементы. Это отличное сочетание вкуса и качества.

Национальное казахское кондитерское изделие состоит изпросо, сливочного масла, сахара и по желанию печенья и изюма. Чтобы улучшить полезную значимость жента, мы добавили стевию. Как было перечислено выше стевия является сахара заменителем. Стевия обладает уникальным составом, снижает уровень сахара в крови, благодаря этому наши кондитерские изделия направленные на здоровое,диетическое питание.

В целях выявления органолептических достоинств изделия была проведена пробная выпечка.В итоге выяснилось, что готовый жент имеет коричневый оттенок, своеобразный вкус и аромат, достигнутый благодаря естественному вкусу талкана, а так же путем добавления изюма и стевии.

Состав жента (0,5кг)

Просо 350 гр.

Масло сливочное 150 гр.

Печенье 100гр.

Стевия 5гр.

Изюм 20гр.С целью проведения экспертизы кондитерского изделия «Жент», я столкнулась с такой проблемой: дело в том, что данное изделие не включено в реестр стандарта продукта Института питания РК. Отсюда можно сделать вывод, что производством жента в нашей республике никто не занимается. Поэтому я решила возобновить технологию производства и запустить его выпуск.

Заключение.На основании проведенных работ сделаны следующие выводы. Какая либо нормативная документация, регламентирующие требования к составу или требования к качеству, т.е. стандартизация на производство «Жент» на сегодня отсутствуют. В связи с этим разработав уникальную рецептуру национального кондитерского изделия «Жент» разработать национальный стандарт. Предпосылки и ресурсы на это имеются. На базе университета создан и успешно действует ТК-44 «Технолог» и МТК-534. В дальнейшем планируется включить в план издания нормативных документов РК через рекомендации вышеуказанных технических комитетов. Что побудило нас запатентовать и наладить выпуск данного кондитерского изделия. Сейчас подготовлены необходимые документы в целях производства «Жент», в рамках участия в конкурсе на получение государственного гранта по линии НПП «Атамекен». На базе нашего университета кафедры «Стандартизации и пищевых технологий» созданы все условия для апробирования и проведения независимой экспертизы. На сегодняшний день проведен выпуск готовой кондитерской продукции и был выставлен на дегустацию в студенческой столовой. По результатам которого, мы решили, что «Жент» веками украшавший «дастарханы» наших предков, испытанный годами, полезный и ценный продукт с неповторимым особенным вкусом, которому нет равных, занял достойное место на ряду, с заморскими изделиями полки супермаркетах, не только нашей страны, но и за его пределами

Список литературы

1.Изтаев А.И., Мулдабекова Б.Ж., Изембаева А.К. Исследования влияния мучных композитных смесей на качество и пищевую ценность сахарного печенья. МНПК

«Хранителна наука, техника и технологии 2011», 14-15 октября, Пловдив, Болгария. С.: 295-298

2.Научный проект МСХ РК Тема 10-2-2011 «СТ РК «Восточные сладости мучные. ШаншароваД.А.

3.Биологически активные добавки в питании человека [Текст]/ под ред. В. А. Тутельяна, Б. П. Суханова, А. Н. Австриевских. - Томск: Медицина, 1999. - 364 с.

4.Гильямирова, Ф. Н. Биологическая ценность кондитерских изделий [Текст]/Ф. Н. Гильямирова, В. А. Тутельян, В. М. Радомская и др. // Вопросы питания. - 2002. - №4. - с. 32

## ПРОБЛЕМЫ ОСВЕДОМЛЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ВОПРОСАХ КАЧЕСТВА ТОВАРОВ

***Журавлева Е.А.,***
Казанский кооперативный институт, г.Казань

В условиях развитого рынка большое значение приобретает информированность потребителей о свойствах товаров.

В связи с этим можно отметить ряд проблем, возникающих перед потребителем: во-первых, производитель, стремясь максимализировать прибыль, не всегда честно указывает состав товара, из-за чего нельзя быть уверенным в качестве приобретаемых продуктов; во-вторых, потребитель нередко сам крайне плохо ориентируется в свойствах товара, из-за чего не распространенным способен подобрать подходящий вариант[2].

С недостоверной потребительской информацией борются законодательными мерами – производитель несет ответственность за ее достоверность. Однако информационная фальсификация по-прежнему остается весьма распространенным явлением на современном российском рынке [1].

Другая сторона проблемы – малая осведомленность населения в вопросах питания, и в частности – качества продовольственных товаров – обусловлена, в первую очередь, пассивной позицией самих потребителей, не склонных искать и анализировать информацию, которая сейчас легкодоступна. Потребитель нередко довольствуется отрывочной, неполной информацией сомнительной достоверности, которую он получает преимущественно из телепередач, реже – периодических неспециализированных изданий.

Эта проблема может быть устранена внедрением в учебную практику средних общеобразовательных учебных заведений курса обучения, направленного на формирование у учеников знаний в области рационального питания, качества и безопасности продовольственных товаров.

Список литературы

1. Каримова А.З. Проблема питания современного человека / А.З. Каримова, Р.Н. Хабибуллина // Проблема питания современного человека / Каримова А.З., Хабибуллина Р.Н. // Проблемы повышения производственно-технической и социально-экономической эффективности обеспечения качества продукции и услуг: Мат. 2-й междунар. научно-практическойконф. Казань, 2014. С. 30-32.

2. Тимофеева В.А. Товароведение продовольственных товаров:учебник / В.А. Тимофеева. – Изд. 12-е, доп. и перер. – Ростов н/Д: Феникс, 2013. – 494 с.

## ТОВАРОВЕДНАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ТВЕРДЫХ СЫЧУЖНЫХ СЫРОВ ПРЕДСТАВЛЕННЫХ НА РЫНКЕ ГОРОДА ОМСКА

***Ивкова И.А.,***
Омский государственный аграрный университет имени П.А. Столыпина г. Омск
***Мотовилова В.А.,***

Омский государственный аграрный университет имени П.А. Столыпина г. Омск
***Прямушко О.В.,***
Омский государственный аграрный университет имени П.А. Столыпина г. Омск

Твердый сычужный сыр — высококалорийный белковый продукт, производимый за счет свертывания молока из сычужного фермента, получаемого из четвертого отделения желудочка молодых телят и ягнят, или пепсина - фермента желудочного сока взрослых животных с последующей обработкой и созреванием сгустка.[2].

За последнее время широта ассортимента твердых сычужных сыров возросла, однако качество значительно упало. Проблема данной отрасли в том, что при изготовлении сырной продукции используют немолочные жиры. По последним данным, импорт пальмового масла в нашу с каждым годом увеличивается, в январе – мае 2017 года импорт пальмового масла вырос по сравнению с предыдущим годом на 12,6 процентов. [3].

Следует предположить, что рост количества подделок на рынке молочных продуктов будет пропорциональным росту импорта пальмового масла.

Целью исследования твердых сыров является проведение товароведной оценки качества твердых сычужных сыров для выявления фальсификации на рынке города Омска.

Для достижения поставленной цели исследованию подвергались органолептические и физико-химические показатели качества твердых сычужных сыров.

Для проведения исследования были взяты три образца твердого Голландского сыра:

Образец 1: Сыр твердый Голландский; 50% жирности, «Комо»

Образец 2: Сыр Голландский; 45% жирности, «Предгорье Алтая»

Образец 3: Сыр твердый Голландский; 50% жирности, «Балтаси».

Исследование органолептических показателей твердых сычужных сыров проводится в соответствии с ГОСТом 32260-2013 «Сыры полутвердые. Технические условия», параллельно проводится оценка органолептических показателей по 100-балльной системе.

Результаты исследования органолептических показателей образцов голландского сыра представлены в таблице 1.

Таблица 1- Бальная оценка органолептических показателей твердых сычужных сыров

| Показатель | Голландский «Комо» | Голландский «Предгорье Алтая» | Голландский «Балтаси» |
|---|---|---|---|
| Вкус и запах | Хорошо выраженный сырный – 45 баллов | Умеренно горький – 36 баллов | Удовлетворительный, слабо выраженный сырный – 37 баллов |
| Консистенция | Эластичная – 25 баллов | Эластичная – 25 баллов | Эластичная – 25 баллов |
| Цвет | Равномерный – 5 баллов | Равномерный – 5 баллов | Равномерный – 5 баллов |
| Рисунок | Соответствует данному виду сыра -10 баллов | Рваный – 7 баллов | Мелкие глазки – 9 баллов |
| Внешний вид | Характерный для сыра данного вида – 10 баллов | Характерный для данного вида сыра – 10 баллов | Характерный для сыра данного вида – 10 баллов |
| Итого | 95 баллов | 83 баллов | 86 балл |

Физико-химические исследования проводились согласно требованиям ТРТС 033-2013 «О безопасности молока и молочной продукции». Результаты исследования представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Результаты физико-химического исследования твердых Голландских сыров.

| Показатель | Голландский «Комо» | Голландский «Предгорье Алтая» | Голландский «Балтаси» |
|---|---|---|---|
| Влага (ТР ТС 033-2013) | 42 | 42 | 42 |
| Фактическое значение | 41,1 | 40 | 41,7 |
| Массовая доля NaCl(ТР ТС 033-2013) | 2,5 | 2,5 | 2,5 |
| Фактическое значение | 1,9 | 2,8 | 2,5 |

По данным исследования представленным в таблицах можно сделать следующие выводы:

Образец 1 – сыр Высшего сорта, массовая доля хлористого натрия и влаги соответствуют требованиям технического регламента Таможенного союза 033-2013"О безопасности молока и молочной продукции".

Образец 2 – вкус и запах данного вида сыра умеренно горький, а массовая доля хлористого натрия превышает фактическое значение, указанное в ТР ТС 033-2013"О безопасности молока и молочной продукции", поэтому он относится к 1 сорту.

Образец 3 –вкус и запах данного вида сыра удовлетворительный, сильносоленый, что не соответствует сырам Высшего сорта, так как балльная оценка вкуса и запаха Высшего сорта должна превышать более 37 баллов. Этот вид содержит высокое содержание влаги, что сказывается на продолжительности хранения и содержании в нем хлористого натрия.

Исходя из представленных в исследовании видов Голландского сыра на рынке города Омска рекомендуется приобретать твердый сычужный сыр Голландский «Комо», так как он относится к Высшему сорту и полностью соответствует ТР ТС 033-2013 «О безопасности молока и молочной продукции».

Список литературы

1. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 033/2013 «О безопасности молока и молочной продукции» принят решением Совета Евразийской экономической комиссииот 9 октября 2013 года N 67.

2. ГОСТ Р 52686-2006 «Сыры. Общие технические условия», разработан Государственным научным учреждением «Всероссийский научно-исследовательский институт маслоделия и сыроделия» ГНУ «ВНИИМС» Россельхозакадемии, утвержден от 27 декабря 2006 года.

3. Ивкова И. А., Рябкова Д. С., Бессонова О. В. Актуальные проблемы современного питания/И.А. Ивкова, Д.С. Рябкова О.В. Бессонова//Товаровед продовольственных товаров. -2016. -№ 3. -С. 29-31.

## ПРИГОТОВЛЕНИЕ ПИТАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ КУЛЬТИВИРОВАНИЯ БИФИДОБАКТЕРИЙ

***Комова Т.Н.,***

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования «Казанская государственная академия ветеринарной медицины имени Н.Э. Баумана»

***Шиманская В.М.,***
Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
«Казанская государственная академия ветеринарной медицины имени Н.Э. Баумана»
***Уракова Е.В.,***
Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
«Казанская государственная академия ветеринарной медицины имени Н.Э. Баумана»
***Нургалиев Ф.М.***
Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
«Казанская государственная академия ветеринарной медицины имени Н.Э. Баумана»

Появление молочнокислых напитков (кумыс, кефир), а также творога и брынзы, очевидно было результатом случайного открытия народов Среднего Востока, Средней Азии и Кавказа: они обратили внимание на то, что скисшее в бурдюках молоко приобретает новые свойства, а главное может дольше сохранятся в условиях жаркого климата.

Выдающийся русский ученый И.И. Мечников, основываясь на открытиях Л. Пастера и своих наблюдения над болгарскими крестьянами – долгожителями, употреблявшие кислое молоко – «йогурт» (простоквашу), предложил использовать его для предупреждения раннего старения. Он считал, что старость – это болезнь, вызываемая отравлением организма человека продуктами гниения пищи в толстых кишках; употребление простокваши препятствует гниению и способствует долголетию [1, 3]

В настоящее время известны разнообразные положительные эффекты молочнокислых продуктов. Это связано с микроорганизмами, которые оказывают выраженную антагонистическую активность по отношению к патогенным и условно патогенным микроорганизмам, продуцируя различные органические кислоты, перекись водорода, антибиотики и бактериоцины. Так же доказана теория об иммуномодулирующем влиянии на организм кисломолочных бактерий на фоне интенсивности лечения людей и животных антибиотиками.

Существенную роль в симбиотических отношениях между макроорганизмом и микроорганизмами кишечника играют бифидобактерии. Им принадлежит ведущая роль в нормализации и поддержании микробиогеоценоза кишечника, улучшение процессов обмена веществ и повышения неспецифической резистентности. Бифидобактерии участвуют в ферментативных процессах, выполняют витоминообразующую и антагонистическую функции, улучшают показатели белкового, липидного, и минерального обмена. Также, к их полезным свойствам относят способность к расщеплению лактозы, стимулированию иммунной системы макроорганизма и антиканцерогенный эффект. Кроме того, бифидобактерии играют многофункциональную роль в поддержании гомеостаза макроорганизма [2, 4, 5].

В современной научной литературе указанно множество характеристик бифидобактерий: морфологические, культуральные и биохимические свойства. Наиболее употребляемые при выращиваний бифидобактерий плотные питательные среды готовят на основе сложных питательных сред с высокой стоимостью.

Целью нашего исследования явилось приготовление питательной среды для культивирования бифидобактерий.

Для выполнения данной цели был взят кисломолочный продукт «Бифидок», производства Зеленодольского молочного комбината, из которого выделяли и культивировали бифидобактерии.

На первом этапе опыта мы исследовали «Бифидок» на наличие бактерий групп кишечной палочки, сальмонелл, плесневых грибов и посторонней микрофлоры. В отобранных нами образцах посторонней микрофлоры, плесневых грибов, сальмонелл и бактерий группы кишечной палочки мы не обнаружили.

Изучив специальную научную литературу по приготовлению питательных сред и культивированию бифидобактерий, нами изготовлены следующие питательные среды: МПА; МПА с сухим молоком; МПА с сухим молоком обогащённым лактозой, мальтодестрином, карбонатом кальция, тиамином; молочный агар-агар.

Наиболее удовлетворительные результаты были получены на МПА с сухим молоком обогащенным обогащённым лактозой, мальтодестрином, карбонатом кальция, тиамином. Не удовлетворительные результаты получились на МПА с сухим молоком и молочном агар-агаре, на этих средах отмечался скудный рост. На МПА роста бактерий не было.

Заключение. Таким образом, результаты проведенных наших исследований показали, что наиболее благоприятной средой для роста бифидобактерий является МПА с сухим молоком обогащённый лактозой, мальтодестрином, карбонатом кальция, тиамином.

Список литературы

1. Нургалиева А.Р. Качество кисломолочных продуктов/ А.Р. Нургалиева// Актуальные проблемы и вопросы технологии производства продукции общего питания, животноводства, растениеводства: Матер. II Международной конф. профессорского-преподавательского состава, аспирантов, студентов. – Москва, 2015 – С.81.

2. Паулкина Е.Г. Исследование рынка кисломолочной продукции в г. Казань и значение показателей качества и биобезопасности для потребителей/Паулкина Е.Г., Комова Т.Н.// Актуальные проблемы и вопросы технологии производства продукции общего питания, животноводства, растениеводства: Матер. III Международной конф. профессорского-преподавательского состава, аспирантов, студентов. – Казань, 2016 – С 122 – 129.

3. Соколовский В.П. Пищевая и лечебная ценность молока и молочных продуктов / Соколовский В.П., Вольфсон Г.Г. // учебное пособие – 1968 – С 3 – 4.

4. Уланова Р.В. Питательный субстрат для культивирования молочнокислых бактерий/ Уланова Р.В.// Ветеринария. Реферативный журнал № 4 – 2005 – С 16 – 17.

5. Функ И.А. Биотехнический потенциал бифидобактерий / Функ И.А., Иркитова// Actabiologicasibirica № 4 – 2016 – С 67 – 79.

## ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА: МЕТОДЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ

***Красикова И.Е.,***
Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Сельское хозяйство функционирует в жестких условиях зависимости от биологических и природных факторов. Кроме того, для России характерно то, что 80% сельскохозяйственной деятельности осуществляется в районах с рисковой климатической обстановкой. Однако, сложившаяся экономическая и политическая ситуация вынуждает снабжать продовольственную безопасность страны опираясь на собственные возможности и обеспечивая нормальное функционирование всего сектора АПК.

Среди множества рисков, которым подвергается сельскохозяйственная деятельность, следует выделить специфические риски, из которых первое место занимают погодные, наносящие значительный ущерб: падает урожайность сельскохозяйственных культур, увеличиваются издержки производства и снижается рентабельность.

Тесная связь с биологическими процессами приводит к тому, что процесс производства имеет четкую последовательность и временные параметры, нарушение которых порождает неблагоприятную ситуацию с высоким уровнем риска[2].

Для масштабов России характерна не только большая территориальная рассредоточенность производства, но и не совпадение размещения производства и рынков потребления.

Наша задача проделать анализ рисков сельскохозяйственного производства и выявить методы минимизации ущерба от этих рисков.

Для анализа рисков аграрного сектора большое значение имеет их классификация. Наиболее общая классификация предполагает деление рисков на риски связанные с производственной деятельностью и рыночные риски.

К производственным рискам относят риски, обусловленные с природно-климатическими факторами, со сбоями технологических процессов, последствия человеческого фактора и прочее.

Более обширные рыночные риски, среди которых можно выделить: ценовые риски, процентные, валютные, кредитные, а так же риски политические, институциональные, информационные[1].

На ряд рисков сельскохозяйственный производитель воздействовать не может, так как они вызваны внешними факторами. Но есть методы, позволяющие снизить ущерб от ряда рисков, тем самым уменьшить негативное воздействие этих рисков на производство.

Одним из таких методов является страхование. Практика показывает, что российские сельхозпроизводители не проявляют должного интереса к страхованию и этому есть несколько причин:

Первая причина - низкая страховая культура населения, которое не привыкло и не доверяет страхованию, часто из-за негативного опыта взаимодействия со страховыми организациями.

Другая причина – попытка внедрить страхование сельскохозяйственной деятельности в практику современной России, столкнулась с тем, что принимаемые программы действовали не долго, были сложными и финансово тяжелы для сельскохозяйственного производителя. Более того, они создавали условия для мошеннических схем, так называемых «серых», что подрывало доверие ко всему институту страхования[4].

Программа консолидации государственной поддержки сельского хозяйства привела к укрупнению направлений государственной поддержки и применению «единой субсидии», выделяемой региону, и сам регион решает какие направления и в каком объеме следует поддерживать. В результате объем страхования с государственной поддержкой в 2017 году резко сократился, и возвратить к нему интерес будет трудно.

Другой метод - лимитирование. Государственное финансирование российского сельскохозяйственного сектора невысок, его уровень ниже, чем среднеевропейские показатели. В России сумма поддержки государством аграрного сектора на 1 гектар не больше 35 долларов, в США – 750 долларов, в ВТО – 350 долларов.

Наибольший удельный вес государственной поддержки сельскохозяйственного сектора, наблюдается в Норвегии – 60,64%, Швеции – 53,86%, Японии – 50,01%. В последние годы размер субсидий в среднем по России составляет около 10%[6].

Метод диверсификации предполагает, что производитель не сосредотачивает все внимание на одном виде продукции или на одном виде деятельности. В случае неурожая выращиваемой культуры, предприятие понесет убытки такого размера, что не сможет более «оставаться на плаву». Диверсификация помогает предприятию покрывать убыток от нерентабельной продукции с помощью дохода от других видов продукции[3].

Риски аграрного сектора не только взаимосвязаны между собой, но и носят катастрофический характер. Ущерб от природных пожаров в Красноярском крае в 2017 году составил 1,5 млрд. рублей[5].

Неблагоприятные погодные условия оказывают негативное воздействие не только на растениеводство, но и животноводство, когда из-за нехватки кормов приходится сокращать поголовье животных, что приводит к сокращению персонала. Отсутствие работы ведет «к вымыванию» населения из сельской местности. В период с 2000-2016гг. численность сельского населения по Красноярскому краю сократилось с 745 991 - 657 854 тыс. чел. (-88 137 человек). И этот процесс продолжается[7].

Игнорирование рисков наносит серьёзный ущерб сельскому хозяйству, которое должно обеспечивать продовольственную безопасность страны.

Список литературы

1. Китаева Т. Анализ финансово-хозяйственной деятельности – особенности и сюрпризы // Национальная экономическая газета. — 2014. — № 50. — С. 20.

2. Новрузов Б. Ликвидность и финансовая устойчивость: взгляните на свой бизнес // «Консультант», 2014, № 7

3. Пименов Н.А. Финансовая устойчивость и безопасность хозяйствующих субъектов [Текст] // Налоги. - 2012. - № 41. - С. 18 - 22.

4. Действия по минимизации рисков в аграрном секторе [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=57333&cat_id=57141

5. Аргументы и факты [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.krsk.aif.ru/society/nazvana_summa_ushcherba_v_masshtabnyh_lesnyh_pozharah_v_krasnoyarskom_krae

6. Информационный справочник о мерах и направлениях государственной поддержки агропромышленного комплекса Российской Федерации [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: htth://www.gp.specagro.ru

7. Управление Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю, Республике Хакасия и Республике Тыва [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.krasstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/krasstat/ru/statistics/krsnStat/population/

## ФАКТОРЫ,ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ КАЧЕСТВО И БЕЗОПАСНОСТЬ ПРОДУКТОВ ВО ВРЕМЯ ХРАНЕНИЯ

**Латыпова Г.Д.,**
ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет», г. Казань
**АбдуллинаЭ. И.,**
ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет», г. Казань
**ГабдукаеваЛ.З.,**
ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет», г. Казань

Каждый продукт имеет срок хранения, зависящий от конкретной рецептуры, используемых ингредиентов и применяемых условий производства и хранения. Если некоторые из перечисленных факторов меняются, срок хранения подлежит изменению.

Срок хранения определяется как время между производством (упаковкой) продукта и моментом, когда продукт становится неприемлемым для потребления при заданных условиях окружающей среды, или как время, когда продукт считается неприемлемым для потребления. Срок хранения продукта определяется нежелательными изменениями качества, вызванными биологическими, химическими, биохимическими и физиологическими причинами, или соображениями пищевой безопасности, связанными с ростом патогенных микроорганизмов, которые вызывают изменения качества продуктов [3, 2].

На вероятный достижимый срок хранения пищевого продукта, в т.ч. на биохимические и микробиологические свойства готового продукта влияет сырье, используемое в производстве продукта. Для получения стабильного срока хранения качество сырья должно быть стандартизовано, а характеристики, влияние которых на срок хранения продукта наиболее вероятно, должны быть заложены в технические условия на

сырье. Изменения в качестве сырья могут привести к изменениям готового продукта, способным изменить срок его хранения. Нежелательные изменения в сырье могут проходить по ряду причин, в частности в связи с изменением сорта, поставщика, сезонной доступности сырья или его предварительной обработки.

Качественный и количественный состав ингредиентов принципиально важны для безопасности продукта или его стабильности в течение заданного срока хранения, и должны быть определены для установления безопасности продукта, а при его производстве - уровни этих ингредиентов необходимо контролировать.

Для преодоления в сырье естественной изменчивости факторов можно изменить состав продукта, уменьшая, таким образом, изменения в конечном продукте. Например, состав продукта может быть изменен путем смешивания сортов с высокой и низкой кислотностью или путем добавления разрешенных к применению органических кислот.

В сложных и многокомпонентных продуктах контакт компонентов может привести к миграции вкусовых добавок, красителей, влаги или масла от данного компонента к другому. Это может ограничивать срок хранения продуктов.

Обработка продуктов проводится в широком диапазоне – от механической (гидромеханической) до тепловой обработки, подкисления, добавления консервантов, ферментации и т.п. Тип обработки существенно влияет на микрофлору, химические, биохимические и органолептические свойства пищевых продуктов.

В некоторых случаях обработка может быть направлена на достижение желаемых характеристик продукта и за счет снижения pH может привести к изменениям, увеличивающим срок хранения. При использовании того или иного вида обработки для достижения требуемого срока хранения следует помнить, что даже небольшие изменения в обработке могут заметно влиять на срок хранения. Каждая стадия производства продукта, необходимая для безопасного его хранения в течение срока годности, должна быть выявлена при анализе рисков и соответствующим образом контролироваться в ходе производства [1].

Недостаточный санитарно–гигиенический контроль при подготовке, обработке и упаковке пищевых продуктов может привести к высокому уровню микроорганизмов в продукте (например, плохая очистка оборудования для измельчения мяса и рыбы на котлетное мясо приводит к увеличению количества микроорганизмов в продукте). Это может отрицательно сказаться на безопасности и качестве продукта, что в свою очередь повлияет на срок хранения.

Условия, в которых находится продукт при хранении и сбыте, также могут существенно влиять на срок хранения. Температура, освещение и влажность влияют на рост микроорганизмов, а также на типы и скорость происходящих биохимических реакций и физических изменений. Для оценки срока хранения готового продукта необходимо знать или определять условия, в которых продукт, по всей вероятности, будет находиться, и то влияние, которое они на него окажут.

Например, продукты, чувствительные к окислению атмосферным кислородом, могут быть защищены упаковочными материалами, препятствующими доступу кислорода, а выбор влагонепроницаемых материалов может предотвратить высыхание продукта или удержать влагу в упаковке.

На качество и безопасность может влиять и обращение потребителя с охлажденными продуктами. При задании времени и температурного режима, используемых при тестах на определение срока годности, необходимо учитывать такие факторы, как время, затрачиваемое на доставку продукта домой, восприятие охлажденных продуктов потребителем и условия хранения в домашних условиях. Это наиболее изменчивый участок холодильной цепи, на который производитель может оказать лишь минимальное влияние.

Для оценки срока хранения продукта проводят микробиологические анализы готового продукта на типичные микроорганизмы, вызывающие порчу, и на патогенные -

при хранении в течение определенного времени при заданных температурах. Поскольку такая работа может требовать участия сторонних организаций, она может стоить довольно дорого, важно проводить испытания срока хранения на правильно выбранной стадии разработки продукта.

Сначала продукт может быть описан теоретически путем перечисления вероятных ингредиентов, характеристик технологического процесса и упаковки, а также требований к режиму хранения. Ингредиенты, в которых могут присутствовать микроорганизмы, вызывающие порчу продукта и пищевые отравления, желательно контролировать на всех стадиях изготовления продукта. Количество микроорганизмов в результате каждой конкретной операции может быть зарегистрировано и использовано при оценке связанных с продуктом рисков, а также может подсказать или помочь оценить наиболее существенные изменения, которые следует контролировать при испытаниях сроков хранения. Например, тепловая обработка может уменьшить количество микроорганизмов, а период выдерживания или введения определенного ингредиента может увеличить их количество.

С помощью собранных документальных данных по ингредиентам, технологическому процессу и упаковке следует оценить возможность загрязнения продукта микроорганизмами, вызывающими пищевые отравления, и их рост при хранении.

Условия хранения должны быть реальными или тщательно подобранными так, чтобы соответствовать реальным условиям, в которых продукт будет находиться при хранении. Основное условие хранения охлажденных пищевых продуктов – это временно-температурный режим. Определить все вероятные комбинации времени и температур, влияющих на продукт, довольно сложно и следует решить, какие варианты будут наиболее характерными для нормальных условий.

Основные параметры для контроля при проверке срока хранения должны быть определены на основе наблюдений, выполненных на этапах опытного производства, а также на основе оценок по методике ХАССП [1]. Для определения степени изменения продукта во время хранения необходимо провести органолептическую оценку, а также микробиологические и химические анализы [3].

Список литературы

1. Габдукаева, Л.З., Решетник О.А., Файзулин А.М. Проблемы и перспективы внедрения методики ХАССП на отечественных предприятиях питания для обеспечения качества и безопасности производства кулинарной продукции // Вестник Казанского технологического университета. – Казань, 2015. - Т.18. - № 21. – С.115-120.

2. МУК 4.2.1847-04. Санитарно-эпидемиологическая оценка обоснования сроков годности и условий хранения пищевых продуктов.

3. СанПиН 2.3.2.1078-01. Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов.

## ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ ТОВАРОВ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

***Логинова О. А.,***
ГАПОУ «Казанский торгово-экономический техникум» г. Казань
***Гимадиева А. А.,***
ГАПОУ «Казанский торгово-экономический техникум» г. Казань

Безопасность товаров является одной из важнейших проблем всего мирового сообщества. Товары должны соответствовать требованиям безопасности стран, на территории которых они продаются. Существует большое количество международных и внутригосударственных законодательных, нормативных, технических документов и

соглашений, призванных обеспечивать безопасность предлагаемых потребителю товаров на необходимом уровне.

Цель исследования: проанализировать деятельности государственных органов и общественных организаций, осуществляющих контроль и надзор за качеством и безопасностью товаров в городе Казань и Республики Татарстан.

Контроль соответствия потребительских товаров требованиям безопасности на региональном уровне выполняют государственные органы.

Главным федеральным органом по защите прав потребителей является Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Республике Татарстан.

Руководство деятельностью Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека осуществляет Правительство Российской Федерации.

Деятельность Управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Республике Татарстан направлена на осуществление функции по контролю и надзору в сфере обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия населения, защиты прав потребителей и потребительского рынка.

В соответствии с Президента Республики Татарстан от 28.04.2005 года была учреждена Государственная инспекция Республики Татарстан (Госалкогольинспекция Республики Татарстан) по обеспечению государственного контроля за производством, оборотом и качеством этилового спирта, алкогольной продукции и защите прав потребителей.

Кроме государственных органов, осуществляющих контроль и надзор за качеством и безопасностью товаров, в Республике Татарстан имеются общественные объединения по защите прав потребителей:

Межрайонное общественное объединение «Общество потребителей Республики Татарстан»

Общественная организация "Правовед"

Региональная общественная организация «Союз потребителей Республики Татарстан» [4].

Основной целью деятельности данных организаций является обеспечения надзора и оказания активной помощи потребителям при нарушении их прав, а именно: реализации некачественных, фальсифицированных, небезопасных товаров.

Госалкогольинспекцией Республики Татарстан за 2016 год и I квартал 2017 год был составлен реестр организаций, допустивших выпуск, реализацию некачественных товаров, оказание некачественных работ и услуг. Данные представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Реестр организаций, допустивших выпуск, реализацию некачественных товаров

| № п/п | Группа товаров | Наименование предприятия торговли/производителя | Нарушение |
|---|---|---|---|
| 1. | продовольственные товары | ЗАО "Тандер" , магазин «Выбор» (г. Болгар), магазин "Лукошко" (Зеленодольский ТО), ООО "Агроторг" , ООО "Альбина" (Казанский ТО), ООО "Оптовик" (Арский ТО), ООО "Эдем" (Чистопольский ТО) | реализация некачественных товаров, с истёкшим сроком годности |
| 2. | технически сложные товары | ЗАО "Связной-Логистика", ООО "Евросеть-Ритейл",салон МТС , ЗАО "РТК" , АО "Русская телефонная компания" ,«ДНС» | реализация некачественных товаров |
| 3. | мебель | магазин "Много мебели" , ИП Батагова Н.В. ИП Макарова Г.Ш. | реализация некачественных товаров |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 4. | молоко и молочная продукция | ООО "Ближний круг", Ульяновская область, ОАО "Учебно-опытный молочный завод" "ВГМХА им. Верещагина, г.Вологда; ОАО "Савушкин продукт", Республика Беларусь; ОАО МСЗ “Кошкинский”, Самарская область; ООО «Финниш Милк компани»; ООО "СК Витако" Калининградская область»; ООО «ВиммБилльДанн» | фальсификация растительными жирами, фальсифицированная продукция |
| 5. | мясо и мясопродукты | ООО «Курганский мясокомбинат «Стандарт», г. Курган; ОАО "Елабужский мясоконсервный комбинат", Республика Татарстан; ЗАО «Йошкар-Олинский мясокомбинат», Республика Марий Эл; ООО "Пестречинка", Пестречинский район; ООО "Птицефабрика Акашевская", Республика Марий Эл | реализация некачественных товаров |
| 6. | рыба и рыботовары | ЗАО "Южморрыбфлот", Приморский край; ООО «Балтийский консервный завод», Калининградская область; ООО ПКФ "Юлдаш", Чувашская республика; ООО “Гамма –А”, Латвия; LSEZSIA "KolumbijaLTD"; ОАО ПКП «Меридиан», г.Москва | реализация некачественных товаров |

Как видно из данной таблицы производители товаров не всегда соблюдают требования, установленные государственными органами, разработчиками технической документации (проектно-конструкторская документация, технические условия, спецификация, рецептура, технический паспорт, регламент) на товар [2].

Практика контроля за соблюдением законодательства в области реализации безопасных и качественных товаров свидетельствует о явных пробелах в правовой культуре предпринимателей. Обусловлены они, главным образом, незнанием, а порой и нежеланием соблюдать предпринимателями законодательства в сфере производства и реализации товаров.

В соответствии с Кодексом об административных правонарушениях статьёй 14.4 продажа товаров, с нарушением требований соответствующих образцам по качеству, влечёт наложение административного штрафа на граждан в размере от одной тысячи до двух тысяч рублей; на должностных лиц - от трех тысяч до десяти тысяч рублей; на лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, - от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до тридцати тысяч рублей [1].

Соотношение штрафов, вынесенных за реализацию некачественных товаров или причин, приведших к этому, составляет тысячные доли процента от общего товарооборота. Сумма взысканных штрафов с правонарушителей минимальна, можно сказать, что она не ощутима для предприятий торговли. Соответственно, существующая на сегодняшний день экономическая ответственность за нарушения в данной области не может как-либо повлиять на сложившуюся ситуацию с реализацией некачественных товаров.

Таким образом, в сложившейся ситуации необходимо принимать более решительные меры, непосредственно связанные с экономической ответственностью не только продавцов, а всех задействованных в цепочке товародвижения: от поставщиков до производителей. Наказание рублем — это наиболее эффективная и чувствительная мера для предприятий торговли. Лишь значительное увеличение штрафных санкций не в десятки, а в сотни раз способно улучшить ситуацию и обеспечить потребителям возможность приобретать качественные и безопасные товары.

Список литературы
1. Кодекс об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (с изменениями от 29.06.2015)
2. http://tatzpp.ru – Портал Республики Татарстан по защите прав потребителей
3. http://gosalcogol.tatar.ru – Госалкогольинспекция Республики Татарстан
4. http://tatarstan.ru – Официальный Татарстан

## СОВРЕМЕНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

***Никитина Е.И.,***
Казанский кооперативный институт, г.Казань

Получение полноценных продуктов питания невозможно без использования качественного сырья. Основным его поставщиком служат сельскохозяйственные предприятия, где производится растительная и животная продукция. Сейчас эти компании сталкиваются с серьезными трудностями: из-за интенсивного земледелия происходит постоянное обеднения почв, что затрудняет получение полноценной продукции. Корма, получаемые из такого сырья, не в полной мере удовлетворяют пищевые потребности сельскохозяйственных животных, из-за чего снижается их продуктивность и качество получаемой от них продукции [1].

Выход сельхозпроизводители находят в использовании восполняющих дефицит препаратов: в растениеводстве это минеральные и органические удобрения, а в животноводстве – кормовые добавки. Также все шире используют генетически модифицированные организмы, которые имеют более высокую продуктивность, что, однако, не снижает требований к качеству кормов. Данные меры доказали свою эффективность, и в настоящее время широко применяются [1, 2].

Следующее звено – перерабатывающие предприятия. Здесь происходит превращение сырья в готовый продукт или полуфабрикат, и от организации производственного процесса в значительной степени зависит качество выпускаемой продукции. В условиях жесткой конкуренции, которая непременно имеет место на развитом рынке, производитель вынужден искать пути снижения себестоимости, что нередко приводит к снижению качества.

Таким образом, в развитых странах основными проблемами производства продовольственной продукции являются повышение качества сырья и совершенствование организации его переработки в готовый продукт, что обусловливает уровень качества продуктов, реализуемых в торговой сети.

Список литературы
1. Беликова, А.С. Влияние кормовых добавок на качество коровьего молока / , А.С. Шувариков, Н.Л. Наумова, О.Н. Пастух // Зоотехния. 2005. -№2.-С. 13-16.
2. Тимофеева, В.А. Товароведение продовольственных товаров: учебник / В.А. Тимофеева. – Изд. 12-е, доп. и перер. – Ростов н/Д: Феникс, 2013. – 494 с.

## ВЛИЯНИЕ СОРТОВЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ ЯБЛОК НА КАЧЕСТВЕННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ СИДРА

***Охотникова Р.А.,***
ФГБОУ ВО «Казанский Национальный Исследовательский Технологический Университет», г. Казань

В России сидр в двадцать первом веке снова начинает приобретать популярность, после того как она упала с начала времен СССР, так как считалась напитком

аристократов. Несомненно, сидр заслуживает признания благодаря свои вкусовым качествам, широкодоступности сырья и низкой цене.

Важнейшим показателем для любого вина является великолепный букет и приятный вкус. С целью улучшения качества необходимо изготавливать сидр из «сидровых» сортов яблок. С точки зрения производителя, они обладают рядом преимуществ, поскольку выращиваются специально для этой цели, а именно: потенциально высокое содержание сахара (до 15 %); кислотность от 0,1 до 1,0 %; волокнистая структура, облегчающая отжим сока и повышающая его выход; способность плодов к дозреванию при хранении в течение нескольких недель без ухудшения текстуры по мере осахаривания крахмала; высокое содержание танинов (полифенолов), определяющих у конечного продукта консистенцию и «ощущение во рту»[1].

В некоторых случаях важными характеристиками яблок, используемых для производства сидра, является степень их зрелости и качество, что очень важно для мелких производителей. Из яблок улучшенных сортов обычно получается сидр с более сложным и изысканным вкусом и ароматом, чем из обычных фруктов [2].

Учитывая высокую концентрацию сахаров, органических кислот и органолептические характеристики, наиболее подходящим сырьем являются яблоки осенних и зимних сортов.

Таблица 1 – Средние показатели химического состава осенних и зимних сортов яблок

| Сорта | Массовая концентрация сухих веществ, % | Сахара, % | Массовая концентрация титруемых кислот, % | Массовая концентрация фенольных веществ, мг/100г | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | катехины | антоцианы | флавонолы |
| Летние | 13,0 | 10,1 | 0,5 | 65,8 | 16,1 | 20,6 |
| Осенние | 15,0 | 11,8 | 0,53 | 80,6 | 18,2 | 17,5 |
| Зимние | 16,2 | 12,4 | 0,54 | 88,3 | 20,5 | 17,7 |

Одним из важнейших показателей, по которым судят о качестве перерабатываемого сырья и времени сбора, является накопление в плодах сухих веществ, от которых зависят эффективность и направленность биохимических процессов, в том числе брожение сока[3].

Приведенные данные свидетельствуют о том, что наибольшее накопление сухих веществ, сахаров и фенольных веществ, происходит в сортах осенних и зимних сортов. По сравнению с летними сортами и содержание титруемых кислот заметно выше преимущественно за счет снижения концентрации яблочной кислоты.

Анализ результатов исследования свидетельствуют о том, как важна зависимость сортовых особенностей плодов от качества готового продукта.

Список литературы

1. Киселева Н.А. Совершенствование технологии алкогольных напитков на основе сброженного натурального сока: дис. конд. техн. наук. Самара, 2015.–111 с.

2. Войцеховский В.И., Токарь А.Е., Ребезов М.Б. Качество сидровых виноматериалов в зависимости от сорта яблок и расы дрожжей // Вестник ЮУрГУ. Сер. Пищевые биотехнологии. 2014. Т. 2. №4. С. 42-49

3. Ширшова А.А., Агеева Н.М., Палагина М.В. Оценка качества винных напитков из актинидии аргута // Плодоводство и виноградарство Юга России. 2015. №33 (03).

## ПРОБЛЕМА ДОСТОВЕРНОСТИ ИНФОРМАЦИИ, ПРЕДОСТАВЛЕННОЙ ПОКУПАТЕЛЮ ПРОДАВЦОМ В ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАХ

***Пинчук Т.В.,***

Самарский Национальный Исследовательский Университет им. С. П. Королёва, г. Самара

***Щукина А.Н.,***
Самарский Национальный Исследовательский Университет им. С. П. Королёва, г. Самара
***Михалкина Ю.А.,***
Самарский Национальный Исследовательский Университет им. С. П. Королёва, г. Самара

В XXI веке отношения покупатель-продавец перешли на новый уровень, благодаря дистанционному способу продажи товаров эти отношения стали более обособленны, обезличены. Речь идет об интернет-продажах. Идея создания первого интернет-магазина зародилась в Америке ещё в середине 90хи реализовалась благодаря американцу Джеффу Бизосу, основателю и главе существующей по сей день интернет-компании Amazon.com. [5] На сегодняшний день всё больше людей пользуются возможностью приобретать товары в интернете. Например, годовая выручка вышеупомянутого Amazon.com за 2013 года составила 61 млрд. долларов, а компании Alibaba, ставшей крупнейшей торговой площадкой в мире, составила более 250 млрд. Столь обширный рынок дает рядовому интернет-пользователю практически безграничные возможности для удовлетворения индивидуальных потребностей в практически любой точке земного шара. Что касается России, то в ней доля покупок, совершаемых дистанционно, значительно меньше, чем в большинстве развитых стран.[1, 8]Подобная ситуация может объясняется множеством причин, среди которых и слаборазвитая логистика, и технические сбои при работе с сайтами, а также недоверие потребителей продавцу.[4] Последнее может быть связано с консервативным отношением к такому виду торговли (что включает также недоверие к электронными способами оплаты), отсутствием непосредственного контакта покупателя с приобретаемым товаром, а также проблемой достоверности информации или активной деятельностью мошенников.

Можно выделить, по крайней мере, несколько видов мошенничества в интернет-магазинах. Наиболее типичным видом является фиктивный интернет-магазин, цель которого – получить деньги, не предоставив покупателю желаемого товара, и исчезнуть, либо создать другой сайт с аналогичными целями. Основными признаками подобных «магазинов» являются предоплата в качестве единственной возможной формы оплаты, низкая информативность сайта, отсутствие информации о складах и службах доставки. [2] Шансы потребителя возвратить товар или предъявить претензии в случае, если товар был получен, но имеет недостатки, фактически равны нулю, так как применение ст. 159 УК РФ (Мошенничество) в данной ситуации осложняется, как правило, быстрым исчезновением сайта.[3]

Рассмотрим работу таких «интернет-магазинов» на конкретном примере, предоставленном Комсомольской правдой в феврале 2016 года. Одна из пользовательниц популярной социальной сети Instagram обнаружила аккаунт с объявлениями о продаже сумок известных дорогостоящих брендов – «Dior» и «Prada». Она связалась с продавцом через популярный месседжер и договорилась о переводе средств в размере 18 000 рублей на банковскую карту. Однако покупательнице было предложено перевести сумму на карту якобы брата продавца, которая объяснила такие условия недоступностью своей карты в данный момент. Позже девушка заказала у того же продавца сумку стоимостью 16 500 рублей и снова перевела деньги на указанный банковский счет. В результате ни одна из сумок не была доставлена покупателю.[7]

Другой, не менее популярный тип мошенничества - предоставление потребителю неполной или недостоверной информации, как о предлагаемом товаре, так и о самом продавце. Предложенный товар может не соответствовать описанию, предложенному на сайте, а также существенно отличаться по качеству, заявленном продавцом.[7]

На данный момент можно дать следующие рекомендации потребителям товаров интернет-магазинов: во избежание подобных ситуаций необходимо проявлять бдительность как до оформления заказа, так и после, а именно: ознакомиться с условиями оплаты товаров (если в интернет-магазине действует только предоплатная система, то

покупателю следует заострить внимание на информативность интернет-магазина); обратить внимание на полноту описания товара; следует учитывать всю предоставленную на сайте информацию: о регистрации юридического лица (либо индивидуального предпринимателя), ИНН, юридический адрес, адрес офиса и адрес склада; важна ценовая политика интернет-магазина (цены могут быть значительно более низкими, чем у конкурентов), если разница в цене с другими магазинами окажется более 50%, то следует быть максимально осторожным с выбранным продавцом. При непосредственной передаче заказанного товара необходимо получить чек и требовать доставочного листа, чтобы в случае брака возможно было доказать сам факт совершения покупки.

Но, не смотря на все описанные выше риски, современные пользователи не спешат отказываться от покупок в сети. Онлайн пространство открыло новые возможности для реализации своих потребностей. Стали возможными не только покупки, но и общение с другими индивидами на форумах магазинов, стал возможен доступ к любой информации, новый формат отдыха в процессе совершения виртуальных покупок. Развитие интернет торговли, приводит к тому, что мы наблюдаем образование новых социальных групп в сети. Покупатели объединяются в группы ради совместных закупок товаров, надеясь минимизировать риск обмана интернет магазинов.

Как мы видим, рассматриваемая нами тема актуальна и многогранна. Изучая ее как социологи, мы проводим исследование «Изучение практик интернет покупок». При разработке социологического исследования мы ставим ряд принципиально важных задач, вот некоторые из них: выяснение причин предпочтения интернет покупок реальному шоппингу, определение преимущества покупок в интернет среде, выявление и ранжирование критериев выбора интернет магазина, выяснение предпочтительной формы оплаты для покупателей, сравнение затраченных ресурсов в интернет магазине и при физических покупках (время, материальные средства), а также нам необходимо узнать категории товаров преобладающих в корзине покупателя.

Список литературы

1. Седых И.А. Рынок Интернет-торговли 2016. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». М.: 2017. 3 с.

2. Переверзев В. В. Нарушения прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров. Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2015. №4-2. 43-45 с.

3. Соколова Г.М. Интернет-покупки: права потребителя. М.: Омега-Л, 2012. 160 с.

4. Авдеева Е. А. Проблемы развития электронной торговли в России. Молодой ученый. 2016. №13. 363-365 с.

5. История возникновения интернет-магазина. URL:http://techplaneta.ru/articles/History_of_occurrence_the_Internet_of_shops/(дата обращения 24.11.17)

6. AlibabaиAmazon: подробное сравнение двух интернет-гигантов. URL: https://www.lobanov-logist.ru/library/358/63229/(дата обращения 24.11.17)

7. РОЦИТ предупреждает: участились случаи мошенничества в Сети! URL: https://www.amur.kp.ru/daily/26487.7/3359119/ (дата обращения 24.11.17)

8. Elena I. Cherdymova, Victor A. Kuznetcov, Victor Y. Machnev, Natalya V. Solovova, Irina Yu. Sarbaeva, Alfiya R. Masalimova Eco-Vocational Consciousness Formation Model of a Specialist in Modern Mega Polis - 2017 - 521-531 p.

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ АНТИБИОТИКОЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ МИКРООРГАНИЗМОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ ИЗ КИСЛОМОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ

***Плеханова Е.П.,***

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Казанская государственная академия ветеринарной медицины имени Н.Э. Баумана"

***Гузенко В.П.,***

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Казанская государственная академия ветеринарной медицины имени Н.Э. Баумана"

***Стариков В.В.,***

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Казанская государственная академия ветеринарной медицины имени Н.Э. Баумана"

***Нургалиев Ф.М.,***

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Казанская государственная академия ветеринарной медицины имени Н.Э. Баумана"

***Магдеева Э.А.***

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Казанская государственная академия ветеринарной медицины имени Н.Э. Баумана"

Объект исследования -микроорганизмы, выделенные из кисломолочных продуктов. В современном обществе кисломолочные продукты являются обязательным составляющим правильного здорового рациона. Кисломолочными называют продукты, вырабатываемые путем ферментации из цельного коровьего молока, а также молока коз, овец, кобыл и т. д. и его производных: сыворотки, обезжиренного молока, сливок. Издавна известны их диетические и лечебные свойства, а также богатый витаминный состав. Благодаря наличию в них молочной кислоты, они способны подавлять развитие гнилостных бактерий в организме человека. Все кисломолочные продукты имеют общую особенность технологии производства, а именно: сквашивание посредством введения в них дрожжей (закваски или самокваса) или молочнокислых бактерий. Именно благодаря содержанию в кисломолочных продуктах молочнокислых бактерий и бифидобактерий осуществляется поддержание нормальной микрофлоры желудочно-кишечного тракта (ЖКТ) и улучшение пищеварения у животных и человека.

Снижение количества бактерий нормальной микрофлоры - это важный показатель дисбиоза (дисбактериоза), сопровождающегося нарушением пищеварения. Одна из наиболее распространенных причин дисбактериоза и гибели микрофлоры ЖКТ-применение антибиотиков. Именно они оказывают влияние не только на патогенные бактерии, но и приводят к гибели полезных микроорганизмов. Поскольку молочнокислые бактерии входят в состав нормальной микрофлоры организма, они также подвержены влиянию антибиотиков.

Сейчас уже ни для кого не секрет, что современное животноводство активно использует антибиотики при выращивании животных. Препараты добавляют в пищу и воду свиней, телят и птиц для стимуляции быстрого роста. Чтобы избежать возможных заболеваний, большинство фермеров обрабатывают животных антибиотиками в той или иной форме. Часто люди при этом используют те же препараты, что применяются для лечения человеческих болезней.

Целью данной научной работы является изучение чувствительности молочнокислых микроорганизмов, к различным антибиотикам.

Для получения молочнокислых бактерий нами были выбраны такие кисломолочные продукты, как кефир и бифидок, и препарат Бифидумбактерин. Антибиотикочувствительность определяли методом дисков, использовали такие антибиотики как бензилпенициллин, ампилициллин, неомицин, стрептомицин,

канамицин, левомицетин, полимиксин, тетрациклин, энрофлоксацин, тилозин. Отобранные образцы высевали на МПА с обогащённым сухим молоком, раскладывали диски выше перечисленных антибиотиков, культивировали в анаэробных условиях в течение 3 суток. Полученные результаты представлены в таблице.

Таблица – Чувствительность к антибиотикам исследуемых бактерий

| Антибиотики | Кисломолочные продукты | | Бифидумбактерин |
|---|---|---|---|
| | кефир | бифидок | |
| бензилпенициллин | - | - | ± |
| ампициллин | - | - | + |
| неомицин | - | - | - |
| стрептомицин | - | + | - |
| канамицин | + | + | - |
| левомицетин | ± | ± | + |
| полимиксин | + | + | - |
| тетрациклин | - | - | - |
| энрофлоксацин | + | + | - |
| тилозин | - | - | - |

+ устойчивы; ±малоустойчивы; - чувствительны.

По результатам исследования были сделаны выводы:

Бактерии,находящиеся в кефире чувствительнык бензилпенициллину, ампилициллину, неомицину, стрептомицину, тетрациклины и тилозину; малоустойчивы к левомицетину; устойчивы к канамицину, полимиксину, энрофлоксацину.

Микроорганизмы, находящиеся в бифидоке оказались чувствительны к бензилпенициллину, ампилициллину, неомицину, тетрациклину,тилозину; малоустойчивы к левомицетину; устойчивы к стрептомицину,канамицинуполимиксину и энрофлоксацину.

Посев бифидумбактерина чувствителен к неомицину, стрептомицину, канамицину, полимиксину, тетрациклину, энрофлоксацину, тилозину; малоустойчив к бензилпенициллину; устойчив к ампилициллину и левомицетину.

Заключение. Объединив все результаты можно сделать выводы что изучаемые молочнокислыебактерии оказались устойчивы к канамицину, полимиксину и энрофлоксацину, тогда как бактерии из бифидумбактерина чувствительны к неомицину, стрептомицину, канамицину, полимиксину, тетрациклину, энрофлоксацину и тилозину, но устойчивы к ампипициллину и левомицетину.

Список литературы

1. Нургалиева А.Р. Исследование качества кисломолочных продуктов/А.Р. Нургалиева//Вестник Российского университета кооперации. -2014. -№4(18). -с.130-132.

2. Нургалиева А.Р. Качество кисломолочных продуктов/ А.Р. Нургалиева// Актуальные проблемы и вопросы технологии производства продукции общего питания, животноводства, растениеводства: Матер. II Международной конф. профессорского-преподавательского состава, аспирантов, студентов. – Москва, 2015 – С.81.

## СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

***Салихова Р.Р.,***

к.э.н., доцент кафедры товароведения и технологии общественного питания, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Торговля обеспечивает организацию и технологию товародвижения из сферы производства в сферу потребления и обеспечивает процесс взаимодействия

производителей и покупателей товаров. Являясь связующим элементом между производителями и покупателями, в розничной торговле завершается процесс товародвижения. Неэффективная организация товародвижения замедляет оборачиваемость товаров, снижая эффективность их воспроизводства. Воздействуя также на объём производства и ассортимент выпускаемых товаров, торговля оказывает влияние на деловую активность как промышленных, так и торговых организаций. В таком случае повышение конкурентоспособности производителей/продавцов будет зависеть, в том числе и от того, насколько производимый ассортимент будет соответствовать структуре потребительского спроса. Однако, рассмотрение данного вопроса лишь в одном аспекте является «узкоспециализированным» подходом, поскольку конкурентоспособность является относительной категорией, и повышение конкурентоспособности торговых организаций относительно других участников рынка предполагает эффективную систему управления конкурентными преимуществами различных аспектов деятельности: предпринимательства, коммерции, эконометрики, ассортиментной политики, качества торгового обслуживания и ряда других сфер деятельности в торговле. Поэтому, соответствующим образом должна строиться система управления конкурентоспособностью в торговле.

Система управления конкурентоспособностью торговой организации представляет собой совокупность всех элементов, подсистем и коммуникаций между ними, а также процессов, обеспечивающих заданное (целенаправленное) осуществление торговой деятельности.

Для реализации процесса управления конкурентоспособностью торговой организации необходимо:

- разработать цели осуществления торговой деятельности;
- распределить торгово-технологические функции и функции управления торговой деятельностью;
- делегировать полномочия и функции между сотрудниками;
- установить порядок взаимодействия работников и последовательность выполняемых ими функций;
- приобрести или модернизировать технологию торгово-технологического процесса;
- наладить систему стимулирования, снабжение и сбыта.

Структура управления состоит из четырех подсистем: методологии, процесса, структуры и техники управления.

Первая подсистема - управление ассортиментной политикой торговой организации. В условиях усиления конкуренции между субъектами розничной торговли задача формирования и управления ассортиментом является актуальной. Ассортиментная политика направлена, в первую очередь, на удовлетворение спроса конечных потребителей, поэтому конкурентоспособность торговых организаций напрямую зависит от управления ассортиментной политикой: задача предприятия – удовлетворить спрос лучше и эффективнее, чем конкуренты. Поэтому на первый план выходит проблема поиска оптимальных ассортиментных позиций, способствующих сохранению желаемой прибыли на длительный период времени. От степени удовлетворения спроса конечных потребителей будет зависеть и рост такого показателя, как товарооборот предприятия, рентабельность продаж.

Вторая подсистема - управление качеством торгового обслуживания. Для определения элементов управления качеством торгового обслуживания рассмотрим значение этого показателя. Торговое обслуживание населения предполагает наличие специально устроенных и оборудованных торговых помещений, приспособленных для наилучшего обслуживания покупателей, подбора и формирования торгового ассортимента и возможности его оперативного изменения в соответствии с изменившимся спросом

населения, постоянного изучения и учета потребительских запросов покупателей, умения предложить и продать товар каждому конкретному человеку.

Торговое обслуживание представляет собой совокупность необходимых составляющих торговой деятельности по продаже товаров и оказанию услуг населению с целью получения прибыли и удовлетворения спроса населения.

Третья подсистема - управление хозяйственной (торговой) деятельностью. Стратегия управления хозяйственной (торговой) деятельностью предприятия основывается на динамику, темпы роста, прироста показателей деятельности предыдущих периодов по данным бухгалтерского баланса, отчета и прибылях и убытках.

Анализ финансово-экономических показателей позволяет отразить реальное экономическое состояние (если анализируется торговая сеть, то всей торговой сети, а не отдельных магазинов).

Четвертая подсистема - управление конкурентной средой (рыночным положением) предприятия. Формирование и управление конкурентной средой – необходимое условие для функционирования розничных торговых организаций. Для формирования принципов управления конкурентной средой (рыночным положением) предприятия необходимо изучить следующие элементы (показатели) рынка: активность конкурентов; факторы спроса, его величину и динамику, фазы жизненного цикла спроса; наличие родственных и поддерживающих отраслей в экономике страны; действия правительства; степень приватизации предприятий данной отрасли; налоговая среда; степень развития нормативно-правовой базы, регулирующей отрасль.

При этом, нужно учитывать, что попытки управления отдельными элементами не дадут должного эффекта, необходимо разработать совокупные принципы управления конкурентной средой торговой организации. Развитая конкурентная среда обеспечивает снижение издержек обращения, является гарантом более низких цен для потребителей. Насколько развита конкурентная среда в отрасли зависит и конкурентоспособность самих организаций и отрасли в целом.

За счет эффективного управления конкурентной средой (рыночным положением) торговой организации возможно максимальное удовлетворение спроса конечных потребителей посредством выполнения ряда условий: близость к потребителю, информационное обеспечение, анализ конкурентов, использование зарубежного опыта ведения торговой деятельности и ряд других.

Таким образом, при разработке стратегии управления конкурентоспособностью торговых организаций необходимо учитывать все аспекты их деятельности: ассортиментную политику, качество торгового обслуживания, хозяйственную (торговую) деятельность, конкурентную среду (рыночное положение) организации.

Список литературы

1. Иванов, Г. Г. Организация и технология коммерческой деятельности / Г.Г. Иванов. - М.: Академия, 2013. - 272 с.

2. Половцева, Ф. П. Коммерческая деятельность / Ф.П. Половцева. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 248 с.

3. Paley N. The Manager’s Guide to Competitive Marketing Strategies. – N.Y.,1989. – P.77-78.

4. Rochet, Jean-Charles, and Jean Tirole.2003. «Platform Competition in Two-Sided Markets». Journal of the European Economics Association, 1(4):990-1029.

5. Strategies in Global Competition, Ed. By N.Hool and J.E. Vahlne//N.Y. Sydney, 1988,359 p.

6. Wright, Julian. 2002 «Access Pricing under Competition: An Application to Cellular Network». Journal of Industrial Economics, 50(3):289-315.

# ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЖЕНСКОЙ ОБУВИ, РЕАЛИЗУЕМОЙ В ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ (НА МАТЕРИАЛАХ ИП ЮСУПОВА Г.В.)

***Салихова Р.Р.,***
к.э.н.,доцент кафедры товароведения и технологии общественного питания, Казанский кооперативный институт, г.Казань

Оценка конкурентоспособности обувных товаров может проводиться не только по качеству, но также по степени соответствия потребительским свойствам, поэтому анкета была составлена, исходя из потребительских свойств обувных товаров:

1. Моральное старение, по определению — это снижение эффективности использования изделия или прекращения его использования вследствие изменения потребностей. Конкретной причиной морального старения является появление новых изделий с новыми характеристиками. Потребности людей постоянно качественно растут. Если по своим характеристикам изделие не соответствует возросшим потребностям человека (если изделие невысокого уровня качества с высокой ценой), то такое изделие морально стареет в момент выхода на рынок.

Важное значение в удовлетворении экономической потребности человека имеет и способность изделия сохранять первоначальное качество во времени при его эксплуатации и хранении, т. е. надежность изделия. Высокая надежность обуви способствует экономии средств потребителей и равноценно приобретению большего количества пар обуви.

2. Надежность обуви является наиболее значимым свойством для потребительского сегмента с низкими доходами. Для потребительского сегмента с высокими доходами значимость этого свойства не высока. Это не значит, что состоятельные потребители не заинтересованы в приобретении надежных изделий. Они уверены, что дорогие товары и так должны быть достаточно надежными.

Важными свойствами надежности являются безотказность, долговечность, ремонтопригодность и сохраняемость.

3. Комфорт— бытовые удобства, благоустроенность и уют.

Например, наличие в обуви мягких амортизирующих деталей, подогревающих элементов внутри обуви, повышенная гибкость обуви и т. д. способствует повышению комфортности и, следовательно, ее стоимости и престижности. Потребителями этот показатель может быть легко оценен.

4. Масса обуви. Для кожаной обуви стандартом нормируется ее масса, хотя с позиций эргономики имеет значение не масса, а вес, поскольку от веса обуви зависит утомляемость человека при передвижении (кстати, утяжеление обуви вызывает вчетверо больший расход энергии человеком по сравнению с таким же утяжелением одежды). Только при небольших изменениях земного притяжения возможно использовать показатели массы обуви для характеристики ее веса.

Масса кожаной обуви колеблется в широких пределах — от 60—70 г для полупары гусариков до 900—1000 г для полупары мужских юфтевых сапог. Масса обуви зависит от ее размера, конструкции и примененных материалов. В связи с этим использование высокопористых синтетических материалов для подошвы и каблука, а также облегченных стелечных и простилочных материалов позволяет уменьшить массу обуви.

В качестве объектов для оценки конкурентоспособности обуви были взяты следующие образцы:

Образец №1. Туфли женские «Повседневные». Производитель -ООО «Л-Компани» г.Витебск,цвет:тёмно-черный, размер 38,тип кожи-натуральная кожа. Сделано в России.

Образец №2 Туфли женские «Повседневные». Производитель-ООО «Рега» г.Москва, цвет: тёмно-черный, размер 37,тип кожи -натуральная кожа. Сделано в России.

Образец №3 Туфли женские «Повседневные».Производитель –ООО «Евратом - М» г.Москва , цвет: черный, размер 37,тип кожи- натуральная кожа. Сделано в России.

Стандартные нормы направлены на ограничение массы кожаной обуви и установлены различными в зависимости от вида и назначения обуви, половозрастного признака, материалов низа и верха и других факторов.

Расчет конкурентоспособности проводиться следующим образом (1):

$K = I_{пп}/ I_{по}$ (1)

$I_{пп}$ - групповой показатель по потребительным (техническим параметрам) для оцениваемого товара

$I_{по}$ - - групповой показатель по потребительным (техническим параметрам) для оцениваемого товара - образца

Если $K > K_0$, то анализируемое изделие превосходит по конкурентоспособности образец, если $K < K_0$— уступает, если $K = K_0$ — оба находятся на одном уровне.

Интегральный показатель конкурентоспособности товара выражает степень привлекательности товара для покупателя.

При определении конкурентоспособности товаров необходимо учитывать результаты органолептической оценки. В мировой практике органолептические показатели качества обувных товаров по 5-балльной шкале, соответственно максимальное количество баллов, которое может набрать исследуемый образец, равно 20 (табл. 1).

Таблица 1 Результаты балльной оценки женской обуви

| Показатель | Исследуемые марки (объекты исследования) | | |
|---|---|---|---|
| | Образец 1 | Образец 2 | Образец 3 |
| Моральное старение | 3 | 5 | 4 |
| Надежность | 4 | 5 | 4 |
| Комфорт | 4 | 5 | 5 |
| Масса обуви | 4 | 5 | 5 |
| Сумма баллов | 15 | 20 | 18 |

Как видно из табл. 1, лучшим по качеству является образец 2 (20 баллов). Несколько уступает ему образец 3, а образец 1 уступает на 5 баллов

Таким образом, для расчета единичных показателей конкурентоспособности по потребительным параметрам (в нашем случае это потребительные свойства) за базу сравнения (образец) следует взять образец 2. Тогда единичные показатели конкурентоспособности будут следующими (табл. 2).

Таблица 2. Единичные показатели конкурентоспособности по потребительным (органолептическим) параметрам женской обуви, %

| Показатель | Образец 1 | Образец 2 | Образец 3 |
|---|---|---|---|
| Моральное старение | 60 | 100 | 80 |
| Надежность | 80 | 100 | 80 |
| Комфорт | 80 | 100 | 100 |
| Масса обуви | 80 | 100 | 100 |

На базе единичных показателей найдем групповые показатели конкурентоспособности.

Для показателей, характеризующих потребительные свойства женской обуви, коэффициенты весомости следующие:

- Моральное старение — 0,5;
- Надежность — 0,2;
- Комфорт — 0,1;
- Масса обуви — 0,2.

Рассчитаем групповые показатели (в баллах) по потребительным параметрам для женской обуви:

Образец 1= (60*0,5+80*0,2+80*0,1+80*0,2) = 70

Образец 2=100

Образец 3= (80 * 0,5 + 80 * 0,2 + 100 * 0,1 + 100 * 0,2) = 86

Для оценки комплексного показателя конкурентоспособности женской обуви, реализуемой в ИП Юсупов Г.В. необходимо сопоставить показатели анализируемого товара и его конкурента и выяснить, какой из них в большей степени соответствует потребности. Такое сопоставление позволит определить уровень конкурентоспособности данного товара в сравнении с товаром-конкурентом применительно к конкретной потребности.

Поскольку групповой показатель образца составляет максимум (100 баллов), возьмем этот товаров за образец. Тогда по отношению к образцу 2, комплексный показатель конкурентоспособности

Образец 1 – 0,7

Образец 2 – 1

Образец 3 – 0,86

Рассчитаем интегральный показатель оценки конкурентоспособности по формуле:

$$I = K_{\text{нп}} \frac{K}{K_{\text{э}}}, \qquad (2)$$

где Кнп – комплексный нормативный показатель. Он определяется при анализе нормативных показателей качества продукции. Примем его равным 1, так как все образцы женской обуви, реализуемой в ИП Юсупов Г.В., соответствуют стандартам качества на продукцию;

Кэ – комплексный экономический показатель.

Таблица 3 Расчет комплексного экономического показателя

| Цена товара | Образец 1 | Образец 2 | Образец 3 |
|---|---|---|---|
| | 3250 | 3750 | 2980 |
| Кэ | 1,09 | 1,25 | 1 |

Таблица 4 – Интегральный показатель оценки конкурентоспособности

| Образец | Образец 1 | Образец 2 | Образец 3 |
|---|---|---|---|
| I | 0,64 | 0,8 | 0,86 |

Таким образом, рассчитав интегральный показатель конкурентоспособности женской обуви, можно сделать вывод, что наиболее конкурентоспособности является образец 3, вследствие более низкой цены на товар; второе место занимает – образец 2, третьей место – образец 1.

Список литературы

1. ГОСТ 26167 – 2005. Обувь повседневная. Общие технические условия. – М.: Стандартинформ, 2006, 15 с.

2. ГОСТ 27438 – 87. Обувь. Термины и определения пороков. – М.: Комитете стандартизации и методологии СССР, 1987, 16 с.

3. ГОСТ 28371 – 89. Обувь. Определение сортности. – М.: Издательство стандартов. 1989. – 4с.

4. Айлова Г.Н. Товароведение и экспертиза кожевенно-обувных товаров: учебное пособие / Г.Н. Айлова, О.П. Смирнова; - Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2005. - 37 с.

## ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

***Сайдашева В.А.,***

Самарский Национальный Исследовательский Университет им. С. П. Королёва, г. Самара

***Насырова Р.М.***

ФГАОУ ВО «Казанский (приволжский) федеральный университет» Институт управления, экономики и финансов

В условиях конкурентного рынка актуальным иэкономичнымстал Интернет-маркетинг в социальных сетях, дающий возможность компании малобюджетно решить актуальные задачи. Цель исследования – выявить возможность и оценить целесообразность использования социальных сетей для продвижения товаров предварительного выбора.

Известнычетыре основные Интернет-площадки, подходящие дляпродвижения продукта и/или компании: «Вконтакте», «Одноклассники», «Instagram», «Facebook». Выбор площадки дляразмещения информации, основывается на: параметрах целевой аудитории, специфичности товара или услуги, на технических возможностях выбранной площадки и т.п. [1].

Объектом исследования стал магазин мебели «DobroMebel» (г. Казань), направленный на средний и эконом-сегмент (цена варьирует от 4-5 тыс. руб. до 150 тыс. руб.). Компания на рынке 20 лет и продвижение основывалось на «сарафанном радио». Из-за снижения спроса и продаж коммерческие предложения магазина решили разместить в социальных сетях. Обоснуем выбор площадки «Вконтакте» методом исключения других вариантов:

1. «Facebook» мало используется в России, и целевая аудитория данной компании не сидит в этой социальной сети.
2. «Instagram» отстает по техническим возможностям, поэтому с товаром предварительного спроса сложно получить доверие потенциальных клиентов: интерфейс не рассчитан на объемные описания компании, товаров или услуг, размещение видео больше 1 минуты и т.п.
3. «Одноклассники» - площадка, которая в настоявшее время теряет свою значимость. Если компания имеет молодую целевую аудиторию или намерена привлечь ее, то сделать это будет сложно.

Для компании целесообразным было расположиться в социальной сети «Вконтакте» посредством следующих ниже поэтапных действий.

Первый этап: анализ целевой аудитории и конкурентов. Целевая аудиторияопределяется поданныммаркетолога-аналитика. В «DobroMebel» - это женщины 27-45 лет (женщины, которые только вышли замуж и, возможно, имеют маленького ребенка, нуждаются в мебели из-за переезда на новую квартиру или с появлением детей, желают поменять кухню или гостиную, обновить ремонт).Анализ конкурентов проводится по группам в «Вконтакте». В поисковике находим компанию мебели в крупных городах (Уфа, Москва, Питер, Нижний Новгород, Чебоксары и т.п.) и одновременно анализируем три топ-организации в г.Казани. Критерии: количество участников в группе, активность пользователей (лайки, комментарии под записями и фото, в обсуждениях), внешнее оформление (виды постов и их регулярность, цветовая гамма, логотип, позиционирование), ценовая политика (включены представленные акции, скидки, специальные предложения и т.п.). Для компании «DobroMebel» ярким примером являютсякухни «Мария» (федеральная сеть) и МебелДан (г. Казань), поскольку у первой удачное оформление группы, а у второй - активная аудитория.

Второй этап: на основе анализа выбрать аспекты в оформлении и заполнении группы. Сначала выбирается вид сообщества: «группа», «публичная страница», «мероприятие». В анализируемом магазине мебели целесообразна «публичная страница». Далее выбирается цветовая гамма группы, внешний вид постов. В «DobroMebel» выбраны цвета: красный, серый, черный, белый. Стиль в целом выдержанный (минимализм и геометрия). Организация выбрала такое оформление, поскольку красный – яркий цвет, выделяется из белого и синего интерфейса социальной сети, также свидетельствуето демократичности цен в магазине. Серый, черный и белый являются базовыми и разбавляют яркость красного. Выдержанность психологически подтверждаетвысокое качество продукции, серьезные намерения к обслуживанию клиента, четкую структурированность действий.

Третий этап: полное оформление и заполнение группы активной работой в AdobePhotoShop и программами по видам шрифтов, грамотности в написании и словам-синонимам. Оформление включает: создание аватара, основной обложки для группы, также для альбомов организации.В компании «DobroMebel» интересно оформлена категория «Товары»: при открытии категории картинки четырех основных товаров представляют собой ромб (указаны 3 вида заказов и одна постоянная акция). Можно настроить сообщения группы, подключить модератор, делать вики-вики страницы и т.п.В заполнение группы входит:указание названия компании, написание текстов в описание группы, в товары, альбомы; заполнение музыки, видео, обсуждения, контакты; вложение документов (например, каталоги мебели).

Четвертый этап: создание рубрикатора и контент-плана, подготовка постов.Урубрики должен быть уникальный хэштэг («#»). В «DobroMebel» - это «#фурнитураDobromebel», «#работыDobroMebel».Проходя по ним, пользователь может прочитать ряд постов только по интересующей его тематике (в публичной странице магазина 6 основных рубрик).Контент-план – план постов по времени, рубрике, ссылкам на источники текста (или готовый текст), примечания по поиску картинки или её виду, также можно писать после выхода поста его активность (лайки комментарии и т.п.). Далее - создание постов (желательно на неделю вперед), поставить таймер и отслеживать реакцию аудитории на рубрики. Что не вызывает ни лайков, ни комментариев и репостов нужно заменить или интерпретировать (гифками, видео, опросами – сделать более интересными). Посты следует выкладывать один раз в день, но они должны быть информативными, полезными, интересными. Для новостных групп стандартно ставить 10 постов в день, для коммерческих организаций меньше, иначе пользователи из-за переполненности новостной ленты удалятся из группы).

Пятый этап: первые шаги в продвижении, которые выделяют два направления - бесплатные и платные.К бесплатным можно отнести[2]:

1. Рассылка («спам») позволяет четко выбирать необходимую аудиторию, но снижает имидж компании, поскольку происходит вторжение в личное интернет-пространство человека.Рассылка от магазина мебели проводилась первые 2-3 недели продвижения, ноположительных результатов не было.

2. Сотрудничество по бартеру. Можно договориться с компанией, продающей дополняющие вашу продукциютовары, о взаимном продвижении с помощью репостов записей, указания друг друга в ссылках и т.п. «DobroMebel» пробовала сотрудничать с детскими центрами, но договориться не удалось, так как публичная страница была новая и возникли трудности в видении полезности сотрудничества (у детского центра нужная целевая аудитория в 5 тысяч, у магазина мебели 100 человек).

Платные каналы продвижения, но по «бюджетным»тарифам:

1. Проведение розыгрыша. «DobroMebel»проводит розыгрыш по репосту: подписаться на сообщество и сделать репост записи. Разыгрываются стол-книжка, фотосессия, сладкий сюрприз и 5 купонов на 10% скидки на любую продукцию. За две недели продвижения от 100 участников сообщества поднялось до 250, активность по лайкам и комментариям возросла, люди начали интересоваться товаром, его характеристиками и ценой.

2. Таргетинг: можно купить рекламу и настроить таргетинг на необходимую целевую аудиторию. Магазин мебели указал в таргетинге пользователей (женщин 27-45 лет, сидящих в социальных сетях через мобильные устройства, интересующихся мебелью и предметами интерьера: «дом», «ремонт»), женские сообщества, сообщества дольщиков и жильцов. За две недели рекламы предновогоднего розыгрыша призов потрачено 3000 рублей, показано 13,5 тысяч людей, из них перешли к рекламе и участвовали в розыгрыше 100 человек, что составило 30 рублей за одного пользователя.

3. Покупка рекламы в сообществах. Для этого нужно выбрать популярную группу 5-7 тысяч человек, с подходящей целевой аудиторией, написать администраторам и

попросить статистику группы, отталкиваясь от которой провести анализ полезности покупки. «DobroMebel» приобрела рекламу в женском сообществе в «Вконтакте». Один репост на их страницу стоил 450 руб. На публичную страницу магазина пришло 5 человек (1 пользователь стоил 90 руб.). Помимоэтого, можно покупать рекламу у медийных личностей, проводить мега-акции и скидки за репосты и вступления в группу. При малых затратах получаем новых потенциальных клиентов.

На основании вышеизложенного очевидно, что продвижение через социальные сети для компании с товаром предварительного выборарезультативно. Сложнее добиться доверия пользователя к компании, желания заказать мебель через социальную сеть, но это только на первых этапах. С каждым лайком и комментарием внешний вид группы растет, уровень лояльности поднимается.«DobroMebel» находится на начальном этапе развития, но количество вопросов пользователей о товаре уже свидетельствует об их заинтересованности. В целом, акцент компания должна делать не на продаже товара, а на увеличении заинтересованности потенциальных клиентов, и удержании активности имеющихся.

Список литературы

1. http://blog.andipartners.com/universalnyj-rubrikator-dlya-prodayushhix-soobshhestv-v-socsetyax/
2. http://pr-cy.ru/lib/seo/Sotsial-nye-seti-i-ikh-znachenie-v-internet-marketinge-SMM-i-SMO

## ПОДТВЕРЖДЕНИЕ СООТВЕТСТВИЯ КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ

***Сидорова Полина,***
студент, Костанайский инженерно-экономический университет им. М. Дулатова,г. Костанай
***Байбатырова Алина,***
студент, Костанайский инженерно-экономический университет им. М. Дулатова,г. Костанай
***Гайдай И.И.,***
к. с.- х. н., ассоц. профессор, Костанайский инженерно-экономический университет им. М. Дулатова,г. Костанай

Безопасность мясных продуктов наиболее неустойчива, некачественные продукты, содержащие опасные для здоровья вещества, встречаются в колбасных изделиях чаще всего. Потребителю необходима гарантия, что товар соответствует определенному уровню качества и безопасен для употребления. Такую гарантию дает действующее законодательство Таможенного союза, которое запрещает обращение колбасной продукции, не имеющей подтверждающих её качество и безопасность документов.

Цель исследования: изучение правил и процедур подтверждения соответствия колбасных изделий, установленных техническими регламентами Таможенного союза.

Результаты исследования и их обсуждение. Колбасные изделия попадают под действие технических регламентов Таможенного союза, в числе которых:

- ТР ТС 021/2011«О безопасности пищевой продукции»,определяющийобъекты технического регулирования;требования безопасности (в т.ч. санитарно-эпидемиологические, гигиенические и ветеринарные), правила идентификации, формы и процедуры подтверждения соответствия,и др. [1];
- ТР ТС 034/2013«О безопасности мяса и мясной продукции», содержащий перечень требований к безопасности производства мясной продукции, а такжеобязательные требования к маркировке и упаковке, дополняющие требованияТР ТС 022/2011)[2, 3];

– ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки», устанавливающий перечень требованийк маркировке готовой продукции [3];

– ТР ТС 005/2011«О безопасности упаковки»,регламентирующийединые обязательные для применения и исполнения требований к упаковке и укупорочным средствам;контактирующие с мясной продукцией материалы, должны быть безопасными[4];

– ТР ТС 029/2012«Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств»,определяющий требования к безопасности дополнительного сырья, пищевым добавкам [5].

При применении технического регламента [1]должны учитываться требования ТР ТС, устанавливающих обязательные требования к отдельным видам пищевой продукции и связанным с ними процессамижизненного цикла[2, 3, 4, 5].

Колбасные изделия являются объектами технического регулирования, поэтому их безопасность в обязательном порядке подлежитдекларированию до выпуска в обращение на территории стран-участниц ТС.Мясные продукты, изготовленные для личных нужд, не нуждаются в оформлении разрешительных документов.Подтверждение соответствия мясной продукции требованиям ТР ТС[2, 3, 4, 5], действие которых на нее распространяется, осуществляется принятием заявителем декларации о соответствии на основании собственных доказательств и доказательств, полученных с участием ОПС систем менеджмента (для схемы 6д), АИЛ, включенной в Единый реестр ОПС и ИЛ ТС. При декларированиисоответствия мясной продукции заявитель может выбрать одну из рекомендуемых схем(3д, 4д, 6д). Срок действия декларации в зависимости от выбранной схемы – от срока годности продукции до 5 лет.Декларация о соответствии требованиям [2] оформляется по единой форме и правилам[1, 2].Мясная продукция, прошедшая оценку соответствия маркируется единым знаком обращения (ЕАС)[1, 2].

Заключение. Таким образом, особенностью процедуры декларирования соответствия мясных продуктов является то, что подготовкой документов, проведением испытаний продукции в аккредитованных лабораториях, а также заполнением декларации занимается заявитель. Колбасная продукция перед выпуском в обращение на таможенную территорию ТС подлежит декларированию по одной из трех рекомендуемых схем.При декларировании подтверждается соответствие продукции требованиям технических регламентов ТС, устанавливающимтребования к безопасностимясной продукции, процессам ее изготовления, а также требования безопасности к пищевым добавкам и упаковке. Кроме того, технические регламенты устанавливают формы подтверждения соответствия и правила маркировки продукции.Прошедшая декларирование продукция маркируется Знаком обращенияи тем самым допускается к обращениюна рынке ТС.

Список литературы

6 ТР ТС «О безопасности пищевой продукции» (ТР ТС 021/2011): [Электронный ресурс] // Официальный сайт ИПС НПА РК. – URL:http://adilet.zan.kz/rus/docs/H11T0000880

7 ТР ТС «О безопасности мяса и мясной продукции» (ТР ТС 034/2013):[Электронный ресурс] // Официальный сайт ИПС НПА РК. – URL: http://adilet.zan.kz/rus/docs/H13EV000068

8 ТР ТС «Пищевая продукция в части ее маркировки»(ТР ТС 022/2011): [Электронный ресурс] // Официальный сайт ИПС НПА РК. – URL:http://adilet.zan.kz/rus/docs/H11T0000881

9 ТР ТС «О безопасности упаковки» (ТР ТС 005/2011): [Электронный ресурс] // Официальный сайт ИПС НПА РК. – URL:http://adilet.zan.kz/rus/docs/H11T0000769

10ТР ТС «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств» (ТР ТС 029/2012): [Электронный ресурс] // Официальный сайт ИПС НПА Республики Казахстан. – URL:

http://adilet.zan.kz/rus/docs/H14EV000069

# ВОПРОСЫ КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ МЯСА И МЯСНЫХ ПРОДУКТОВ

***Семенова А.Н.,***
ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет»
г. Казань
***Габдукаева Л.З.,***
ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет»
г. Казань

В настоящее время на продовольственном рынке широкий ассортимент разнообразных продовольственных товаров. Однако выбрать качественный и безопасный товар является очень сложным. Приобретая тот или иной товар, мы не можем полностью быть уверенными, что приобретаем продукт, который не навредит организму. Это объясняется тем, что на прилавках магазинов много фальсифицированных товаров, качество которых не является возможным определить на первый взгляд. Фальсифицированные продукты характеризуются невысокими органолептическими показателями, пониженным содержанием полезных для организма компонентов – белка, витаминов, макро- и микроэлементов.

Целью данной работы является анализ наиболее распространенных видов фальсификации мясных продуктов, а также рассмотрение методов выявления фальсификации.

На рынке мясо и мясные продукты пользуются огромным спросом. Иногда производители не успевают производить то количества продукции, которая необходима потребителям. Мясо и мясные продукты чаще всего подвергаются разного рода фальсификации: фальсификация осуществляется путем замены одного вида мяса другим, более дешёвым; заменой части мяса на субпродукты, добавление муки, крахмала, крупы, бобовых, соевых продуктов.

Целью фальсификации является изготовление большего количества продукции по низкой себестоимости и получение прибыли. Фальсификация приводит к ухудшению потребительских свойств пищевого продукта, так как ценное мясное сырье заменяется сырьем низкого качества, за счёт чего снижается биологическая продукта. Фальсифицируют мясо разными способами. Фальсифицируют мясо подкрашиванием красителями для придания им привлекательного внешнего вида. Так старое мясо выдают за новое и свежее.

Фальсификация колбасных изделий может происходить как на предприятии, так и в торговой сети. При продаже может происходить замена одного вида колбасного изделия на другое более дешевое.

Различают также качественную фальсификацию. Она заключается в добавлении воды, фосфатов, крахмала, соевых продуктов; замена свежего мяса испорченным или мясом сомнительной свежести; добавление различных пищевых добавок, улучшителей для маскировки технологических дефектов.

Ассортиментная фальсификация заключается в замене одного вида мяса другим, подменой части мяса на субпродукты, добавление растительных продуктов, таких как крахмал, крупа, мука. Мясо птицы и продукты из нее фальсифицируют путем недостоверной информации о стране и месте производства. Например, продукцию, импортированную из стран Европы или СНГ, выдают за отечественный продукт.

Фальсификация субпродуктов встречается редко, так как обнаружить замену субпродуктов одного животного на другого достаточно легко по внешнему виду (форме, цвету, размеру, строению) [1].

Мясные консервы фальсифицируют путем замены мяса на растительное сырье. Обнаружить такую фальсификацию можно по органолептическим показателям.

Квалиметрическую фальсификацию проводят для реализации мясного сырья низкого качества по цене высококачественных изделий. Чаще всего качественное сырье заменяют на следующие продукты: вода, крахмал, мука, овощи, крупы, соевый белок и др. Недобросовестные производители также проводят количественную фальсификацию. Она заключается в уменьшении массы порции мясных полуфабрикатов или мясных консервов или недовложении необходимого количества сырья [1].

Информационная фальсификация предоставляет собой неполную, недостоверную информацию о продукте. Например, замена сроков годности продукта путем перемаркировки, недостоверная информация о составе продукта, при этом не указывается информация о пищевых добавках, эмульгаторах, усилителях вкуса, входящих в состав продукта.

Как заявляют сотрудники Управления Роспотребнадзора примерно 20% мясной продукции, находящейся в реализации является недоброкачественной. Самые частые нарушения – это несоответствие продукции требуемым нормам, фальсификация и несоблюдение сроков годности [2].

Существуют разные способы выявления фальсификации мясных продуктов. Визуальный метод основывается на изучении внешнего вида продукта, упаковки, состава. Органолептический метод – это сравнение вкусовых качеств продукта с показателями изложенными в ГОСТ. Форма туш, размер для каждого вида животного разная. Например, у туш и полутуш свиней отсутствует шея и зарез, а голяшка и рулька более мясистые, чем у говядины. Форма мясных полуфабрикатов обусловлена их механической обработкой сырья и размером кусков и частиц, что помогает определить вид и подтип изделия (пельмени, фарш, кусковые). Цвет поверхности и цвет мышечной ткани на разрезе также позволяет определить вид мяса и возраст. У свинины - мясо розового или красно-розового цвета, у говядины - от красного до темно-красного цвета. Мясо молодых животных более светлое, чем у старых. Вкус и запах имеют определенное место в идентификации изделий. Для каждого вида технологической обработки характерны свои особенный вкус и запах. Например, для копченостей - это острый вкус копченостей, добавленных пряностей и специй [1].

Аналитический метод предполагает проведение лабораторных исследований. Лабораторные исследования подразумевают определение массовой доли влаги в мясных изделиях. Содержание влаги зависит от вида, сорта, наименования и качества изделий. Например, для вареных изделий данный показатель колеблется в пределах 50-70%; 1 сорта - 60-70%; 2 сорта - до 72%.

Массовая доля крахмала в изделиях должна находиться в пределах до 8%. Иногда вместо крахмала используют манную крупу или пшеничную муку. Массовая доля нитратов – стабилизаторов цвета – также является нормируемым показателем. Данная добавка обеспечивает привлекательный цвет мясных изделия. Повышенное содержание нитратов влияет на качество и безопасность продукта.

Определение отсутствия посторонних включений, таких как кусочки шкуры, хрящей, костей, сухожилий характерно для мясных полуфабрикатов - пельменей, котлет, шницелей и др.

Необходимо отметить новейшую технологию обеспечения качества мяса, созданную татарстанскими программистами. Криптовалюта, обеспеченная мясом чипированных племенных бычков, получила название «Иткоин» (ит с тат «мясо», coin с англ. «монета»). Создатели криптовалюты уверяют, что лежащая в основе «Иткоина» технология блокчейн обеспечивает надежность криптовалюты, и, что более важно, позволяет покупателю удостовериться в качестве мяса: чипирование племенного мясного стада КРС дает возможность мониторинга состояние их здоровья в режиме онлайн. «При

помощи QR-кода вы сможете в магазине узнать всю историю мяса и быть уверенными, что оно качественное», - заявляет создатель данной технологии.

Криптовалюту можно сравнить с «купонами» на получение продукции, которые в случае необходимости можно обменять на продукцию сельского хозяйства: собственником продукции является держатель валюты, а фермер предоставляет услугу по выращиваю животных. В будущем российские фермеры планируют выпустить аналогичные криптовалюты, обеспечением которых будет служить собственная продукции: куры, утки, гуси, ягнята и козлята.

Во избежание покупки фальсифицированных продуктов важным является изучить состав продукта, обращать внимание на внешние признаки, покупать только у проверенных производителей. Только в данном случае есть вероятность приобретения безопасных и качественных продуктов.

Список литературы

1. Идентификация и обнаружение фальсификации продовольственных товаров: Учебное пособие / М.А. Николаева, М.А. Положишникова. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 464 с.

2.Электронный ресурс. Режим доступа: http://tass.ru/ekonomika/3940209, свободный

3. Электронный ресурс. Режим доступа: https://www.business-gazeta.ru/article/350839, свободный.

## СТАНДАРТИЗАЦИЯ КАК ОСНОВА КАЧЕСТВА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

***Сыцко В.Е.,***

профессор кафедры товароведения, д.т.н., профессор, УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», г. Гомель

***Сташкевич В.В.,***

магистрант, Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации", г. Гомель

Обеспечение качества товаров является проблемой национальной экономики во всем мире – от этого зависит устойчивость промышленного развития страны.

Как промышленность, так и торговля нуждается в комплексной оценке качества товаров, позволяющей охарактеризовать качество однородных товаров, усовершенствовать систему оценки качества большого количества товаров, основываясь на комплексе показателей.

В Беларуси принята государственная программа «Качества» на 2016-2020 гг. Закон «О техническом нормировании и стандартизации», основное предназначение которого – регулирование отношений, возникающих при разработке, утверждении и применении требований к продукции, определение правовых и организационных основ, обеспечение единой государственной политики в этой области.

Указом Президента Республики Беларусь от 24.05.2012 г. №241 «О некоторых вопросах создания и деятельности ювелирного холдинга» в 2013 году в Республике Беларусь создана управляющая компания холдинга «КРИСТАЛЛ-ХОЛДИНГ», в состав которого входят: ОАО «Гомельское ПО «Кристалл» и ОАО «Белювелирторг». Стратегия направлена на достижение целей и задач деятельности ювелирного холдинга, которые заключаются в увеличении доли отечественных ювелирных изделий на внутреннем рынке, повышении эффективности производства и продаж ювелирных изделий [1].

Для обеспечения качества ювелирных изделий в Республике Беларусь разработан ряд документов, охватывающий все сферы их обращения.

Цель исследования: анализ стандартов, регламентирующих качество ювелирных изделий в Республике Беларусь.

Стандартизация является важным фактором, определяющим качество ювелирных изделий, поскольку она регламентирует требования к конструкции, материалам, качеству проектирования и изготовлению изделий.

Основным стандартом регулирующим вопросы качества ювелирных изделий в Республике Беларусь является СТБ 1232-2000 «Изделия ювелирные из драгоценных металлов. Общие технические условия» [2].

Технические требования к качеству ювелирных изделий включают в себя требования к материалам, конструкции, отделке (обработке), размерам, массе, маркировке, упаковке изделий.

Материалы, применяемые для изготовления ювелирных изделий, находящиеся в непосредственном контакте с кожей и пищевыми продуктами, должны быть из числа разрешенных Министерством здравоохранения Республики Беларусь.

Эмалевые покрытия изделий должны быть гладкими, блестящими, без сколов, трещин, пропусков, просветов, пятен и видимых под прозрачной эмалью дефектов металла. Кроме того, на эмалевых покрытиях изделий (кроме посуды, столовых приборов и предметов украшения интерьера) не должно быть царапин, пузырей (включений), пор, наплывов на канты и перегородки; допускается незначительная волнистость эмали, а также наличие волосовидной черты в местах соединения эмали с перегородками и кантами.

Шлифованные и крацованные поверхности должны быть равномерно шлифованными и крацованными; полированные поверхности должны быть доведены до блеска; матовые поверхности должны быть равномерно матовыми и бархатистыми на вид; фактурованные поверхности должны быть неполированными или частично полированными. На поверхностях изделий не должно быть трещин, раковин и заусенцев. Кроме того, на лицевых поверхностях изделий не должно быть вмятин, царапин, следов инструмента, облоя, волнистости, следов клея, пятен и потертостей (кроме натиров от пробирного камня), а также не ухудшающих внешний вид изделий. На нелицевых поверхностях допускаются незначительные пористость, волнистость и следы инструмента, невидимые невооруженным глазом и не ухудшающие внешний вид изделия.

Сварные и паяные швы в изделия должны быть плотными, ровными и не иметь прожогов. Со стороны лицевой поверхности изделия швы должны быть близкими по цвету к сплаву, из которого изготовлено изделие. Рисунки на поверхности изделий должны иметь четкое изображение. Острые кромки в изделиях не допускаются.

Замки в изделиях должны исключать самопроизвольное их открытие и быть удобными при эксплуатации. Резьба винтового замка должна быть без пропусков и срывов. Замки браслетов и брошей должны иметь предохранители [2].

ГОСТ 30649-99 «Сплавы на основе благородных металлов ювелирные. Марки», в настоящем стандарте учтены показатели и требования международного стандарта ИСО 9202-91 «Ювелирные изделия. Пробы благородных металлов в сплавах» в части проб (содержания благородных металлов в сплавах). Данный стандарт устанавливает марки золота, сплавов на основе благородных металлов: золота, серебра, платины и палладия, применяемых для изготовления ювелирных, ритуально-обрядовых и других изделий бытового назначения, полуфабрикатов для их производства в виде листов, лент, полос, фольги, проволок, труб, профилей, литых заготовок в любом виде, изготовляемых методами горячей, холодной деформации или литья [3].

Юридические лица и индивидуальные предприниматели, осуществляющие торговлю изделиями из драгоценных металлов и драгоценных камней должны руководствоваться Инструкцией «О порядке приемки, хранения, продажи и учета изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней на базах, складах и в магазинах всех форм собственности на территории Республики Беларусь», утвержденной Постановлением Министерства торговли Республики Беларусь и Министерства финансов Республики Беларусь от 31 мая 2011 г. № 24/34. Данный документ регламентирует такие

вопросы, как общие положения об оптовой и розничной торговле драгоценными металлами и драгоценными камнями; приемка и хранение изделий; отгрузка, отпуск и продажа изделий; учет изделий организациями всех форм собственности; инвентаризация [4].

Таким образом, существующая нормативно-техническая база документов регулирует качество ювелирных изделий; процедуры проведения приемки по качеству и по количеству (требования к качеству материалов, к качеству декоративных и защитных покрытий, качеству обработки поверхностей, качеству монтировки и обработки ювелирных изделий, к качеству вставок и закрепок, к качеству конструкции изделия).

Используемый на территории Республики Беларусь СТБ 1232-2000 «Изделия ювелирные из драгоценных металлов» в настоящее время охватывает весь спектр вопросов, возникающих в сфере качества ювелирных изделий.

Практическое внедрение требований стандартов Республики Беларусь в холдинге «КРИТАЛЛ-ХОЛДИНГ» позволило увеличить объемы производства ювелирной продукции и алмазообрабатывающего производства, тем самым – уменьшить объемы импорта в Республику Беларусь; более полно удовлетворить потребности населения в ювелирных товарах отечественного производства; повысить конкурентоспособность импортозамещающей ювелирной продукции; расширить ассортимент выпускаемых ювелирных товаров.

Список литературы

1 В.Е. Сыцко, Е.П. Багрянцева, Н.В. Кузьменкова. Конкурентоспособный потенциал ювелирных товаров ОАО «Гомельское ПО «КРИСТАЛЛ» – управляющая компания холдинга – «КРИСТАЛЛ-ХАОЛДИНГ» / науч. практ. Жур. «Потребительская кооперация», №3 (58), 2017, УО «БТЭУ ПК»; – Гомель, – с. 64-69.

2 Изделия ювелирные из драгоценных металлов: СТБ 1232-2000. – Введ. 23.06.2000. – Минск: Госстандарт, 2011 – 18 с.

3 Сплавы на основе благородных металлов ювелирные. Марки: ГОСТ 30649-99. – Введ. 01.07.2000. – Минск: Межгосударственный совет по стандартизации, метрологии и сертификации, 2000. – 17 с.

4 О порядке приемки, хранения, продажи и учета изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней на базах, складах и в магазинах всех форм собственности на территории Республики Беларусь: инструкция, утвержденная Постановлением Министерства торговли Республики Беларусь и Министерства финансов Республики Беларусь от 31 мая 2011 г. № 24/34 URL: http://www.minfin.gov.by/activities_jewels/acts/24_34/ (дата обращения: 10.11.2017).

## К ВОПРОСУ КОНТРОЛЯ КАЧЕТСВА ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ

***Сыцко В.Е.,***
д.т.н., профессор кафедры товароведения, УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», г. Гомель
***Щавелева Е.Н.,***
магистрант, УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», г. Гомель

Проблема качества и конкурентоспособности продукции носит в современном мире универсальный характер. От того, насколько успешно она решается, зависит многое в экономической и социальной жизни любой страны, практически любого потребителя. Важную роль играет и качество одежды, особенно детской, ведь она предназначена для менее адаптированных к внешней среде людей. Актуальность качества детской одежды обусловлена и тем, что нормативная документация, регламентирующая показатели

качества, постоянно обновляется и до сих пор не на все вопросы в ней можно найти ответы.

Качество швейных изделий на территории Республики Беларусь регламентируется: межгосударственными стандартами (ГОСТ); государственными стандартами Российской Федерации (ГОСТ Р); государственными стандартами Республики Беларусь (СТБ, СТБ ГОСТ, СТБ ИСО), отраслевыми стандартами (ОСТ), стандартами предприятий (СТП); техническими условиями и техническим описанием (ТУ и ТО) [1, 2].

Методы контроля качества швейных изделий отражены в ГОСТ 4103. Стандарт распространяется на все виды готовых швейных изделий. Методами контроля являются органолептические и измерительные.

В данной статье исследовался весь процесс котроля качества детской одежды на примере ОАО «Жлобинская швейная фабрика» (ЖШФ). Последовательность, методы контроля, средства котроля и признаки, характеризующие качество детской одежды данной фабрики представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Методика по контролю качества детской одежды

| Объект контроля | Метод контроля | Средство контроля | Признак, характеризующий качество изделия |
|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Реквизиты товарного знака и контрольных ярлыков | Органолептический | | Соответствие требованиям нормативно-технической документации, четкость сопроводительной и информационной документации |
| Товарный вид | Органолептический | Образец-эталон | Соответствие формы конструкции и материалам (тектоника), пропорциям, конструктивному решению линий, узлов, формы метких и отделочных деталей, формы внутренней отделки, по используемым материалам (цветовое решение, фактура материалов) образцу-эталону и требованиям нормативно-технической документации |
| Соответствие внешнего вида изделия его образцу-эталону | Сопоставление с образцом-эталоном, проверка соответствия внешнего вида изделия требованиям нормативно-технической документации на изделие | Образец-эталон | Соответствие требованиям нормативно-технической документации. |
| Внутренняя отделка | Органолептический Проверка внешним осмотром внутренней | Образец-эталон | Соответствие образцу-эталону; четкость конструктивных линий (элементов, деталей); не должно быть заминов, складок, морщин |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | отделки, включая закрытые части на основе ТНПА | | |
| Материалы (наличие пороков внешнего вида материалов) | Органолептический и измерительный Проверяют внешним осмотром руководствуясь требованиями стандартов | Образец-эталон на материалы, линейка, рулетка, текстильная лупа | Соответствие требованиям нормативно-технической документации Материал по своим физико-химическим свойствам должен отвечать функциональной задаче: быть гигиеничным, термически устойчивым, иметь оптимальные теплопроводность и теплоемкость. |
| Симметричность формы и расположения мелких и отделочных деталей | Органолептический и измерительный. | Образец-эталон, линейка, рулетка, треугольник транспортир | Симметричность формы, размеров и расположения мелких и отделочных деталей и частей изделия: бортов, складок, рельефов, сборок, рюшей, вышивок и т.д. в соответствии с образцом-эталоном |
| Целостность формы (архитектоника) | Органолептический и измерительный. | Образец-эталон | Гармоничное единство частей и целого, органичная взаимосвязь элементов формы и согласованность изделия: организованность объемно-пространственной структуры, тектоничность, пластичность, колорит и декоративность, упорядоченность графических и изобразительных элементов. |
| Края деталей | Органолептический и измерительный. Форму и ровноту краев деталей проверяют внешним осмотром. | Образец-эталон, линейка, рулетка | Соответствие конструктивных линий образцу-эталону; не должно быть искривления и нарушения конфигурации края детали |
| Направление рисунка в деталях изделия | Органолептический и измерительный Проверяют внешним осмотром | Образец-эталон, треугольник, транспортир, линейка, рулетка | Точность совпадения рисунка при соединении деталей, симметричность расположения в соответствии с нормативно-технической документацией и образцом-эталоном |
| Стежки, строчки и швы | Органолептический и измерительный. Проверяют внешним осмотром. | Рулетка, линейка, текстильная лупа | Не должно быть пропусков, натяжения или слабины материала и нитей в строчках, искривления строчек и швов; расположение строчек от краев деталей или швов в соответствии с требованиями ГОСТов |
| Допуски | Органолептиче | Линейка, | Соответствие требованиям |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | ский и измерительный. | рулетка | нормативно-технической документации |
| Срезы | Органолептический и измерительный. | Образец-эталон, линейка, рулетка | Соответствие образцу-эталону, требованиям нормативно-технической документации и технологическим режимам. Срезы должны быть эластичными, не должны осыпаться. |

Исходя из представленной информации, можно выделить общий алгоритм комплексной оценки качества детской швейной одежды, который включает следующие этапы: определение цели оценки; определение базовых показателей и образцов для сравнения; выбор номенклатуры свойств и показателей качества; определение показателей качества; определение значимости показателей свойств в общей оценке качества; сравнение фактических показателей качества с базовыми; анализ полученных результатов и принятие решений по управлению качеством.

Таким образом, объекты контроля качества детской швейной одежды на ОАО «ЖШФ» включают: внешний вид изделия, качество материалов, посадки и технологической обработки (изготовления).

Список литературы

1. Сыцко В.Е. Товароведение. Одежно-обувные товары: учеб. пособие / В.Е. Сыцко [и др.]. – Минск. Высш.шк., 2016. – 318 с.

2. Стандартизация и оценка соответствия: учеб. пособие / В.Е. Сыцко [и др.]. - Минск. Высш.шк., 2012. – 217 с.

## КИСЛОТНЫЙ СОСТАВ БЕЛОГО СУХОГО ВИНА «ШАРДОНЕ»

***Ханина А.Е.,***
ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет»
г. Казань
***Докучаева И.С.,***
ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет»
г. Казань

Сорт винограда «Шардоне» является самым популярным сортом винограда для изготовления изысканных коллекционных вин. Виноделов во всем мире привлекают такие ценные свойства сорта, что он хорошо адаптируется к любым климатическим условиям, является кислотоустойчивым, уменьшение яблочной кислоты происходит менее интенсивно. Определяя скорость уменьшения количества яблочной и винной кислот, а также изменение концентрации титруемых кислот, можно судить о технической пригодности данного сорта винограда для выбора типа приготовляемого из него вина.

Органические кислоты вина делятся на летучие и нелетучие. К летучим кислотам относятся кислоты, переходящие в отгон при дистилляции вина: уксусная, пропионовая, масляная, капроновая и изовалериановая. К нелетучим кислотам относятся молочная и гликолевая (монокарбоновые) винная, яблочная и янтарная (дикарбоновые), а также лимонная – трикарбоновая кислота. К алифатическим кетокислотам относятся пировиноградная, 2-кетоглютаровая и дикетоянтарная кислоты. К нелетучим кислотам, имеющим ароматическое, кольцо, относятся галловая, бензойная, оксибензойная, протокатеховая, а также кофейная, коричная и оксикоричная.

Органические кислоты активно участвуют в процессах, происходящих при изготовлении вина. В виноградном сусле и вине они могут находиться как в свободном (ионном), так и в связанном и в полусвязанном состоянии.

Кислоты частично поступают в вино из винограда и частично образуются в процессе ферментации как интермедиаты метаболизма дрожжей. Янтарная кислота является побочным продуктом спиртового брожения. Она образуется дрожжами из глютаминовой кислоты за счет дезаминирования и декарбоксилирования. Винная, яблочная и лимонная кислоты переходят в вино из винограда и частично являются продуктом брожения виноградного сусла или мезги. Содержание винной кислоты в вине допускается до 5,0 г/дм$^3$, яблочной - в отдельные годы также может достигать 5,0 г/дм$^3$, лимонной – до 2 г/дм$^3$. Молочная кислота - постоянная составляющая часть кислотного комплекса вин. Содержание её в винах колеблется в широких пределах от 1-2 до 5-6 г/дм$^3$. Содержание янтарной кислоты в сухих винах колеблется в пределах 0,24 – 1,5 г/дм$^3$, в среднем около 1 г/дм$^3$.

При созревании вина количество винной кислоты снижается, это обусловлено тем, что винная кислота со временем выпадает в осадок в виде виннокислого калия. Уменьшение винной кислоты при выдержке также может происходить за счет окисления и в случае заболевания вина турном (пуссом). Возбудителями процесса являются болезнетворные бактерии Bacterium tartaroftorum, которые вызывают разложение винной кислоты с образованием пропионовой кислоты, воды и углекислого газа. При этом, наряду с винной кислотой разлагается также и яблочная кислота.

В процессе яблочно-молочного брожения определенная группа молочнокислых бактерий переводит яблочную кислоту в молочную:

$HOOC\text{-}CH_2\text{-}CHOH\text{-}COOH \rightarrow CH_3\text{-}CHOH\text{-}COOH + CO_2$

Из каждой молекулы яблочной кислоты образуется одна молекула молочной, но так как первая является двухосновной, а вторая - одноосновной, то в результате и происходит снижение титруемой кислотности вина. Таким образом происходит процесс биологического кислотопонижения молодых вин. постоянная составная часть кислотного комплекса вин. Содержание её в винах колеблется в широких пределах от 1-2 до 5-6 г/дм$^3$. Лимонную кислоту разрешено использовать технологам для исправления низкокислотных виноматериалов и повышения титруемой кислотности. Возможен вариант добавления в виноматериалы сорбиновой кислоты как консерванта для предотвращения заболевания вина. В крепленых винах её обычно меньше, примерно пропорционально количеству сброженных сахаров. Поскольку янтарная кислота образуется в процессе брожения, в соке и спиртованном сусле (мистеле) янтарной кислоты не бывает.

Сортовое вино «Шардоне» - сухое, насыщенное вино. При выдержке в дубе букет аромата «Шардоне» приобретает выраженные ноты дуба,сливок, топленого молока и сливочного масла. Для молодых вин характерна легкость, пикантность. Вкус вина «Шардоне» нежный легкий и свежий. Характерны во вкусе ноты желтых яблок, овса и меда.

За вкусовые качества вина во многом ответственны органические кислоты. Острое «зеленое» вкусовое ощущение вину придает яблочная кислота. Мягкий вкус характерен для молочной кислоты. Кислоты способны модифицировать жгучий вкус этилового спирта и смягчать сладкий вкус сахаров.

Различное содержание и структура кислот влияют не только на вкус вина, но и определяют качество и подлинность натуральных вин. Исходя из этого определены нормы содержания кислот в вине. Содержание лимонной кислоты в натуральных винах не должно превышать 1 г/дм$^3$. Титруемая кислотность не должна быть ниже 3,5 г/дм$^3$. Содержание сорбиновой кислоты в натуральных винах защищенного географического наименования не допускается.

Определение обобщенных показателей, таких как массовая концентрация титруемых или летучих кислот, не всегда позволяет установить подлинность вина. Поэтому одним из контролируемых показателей при выявлении фальсифицированных вин является содержание органических кислот.

Целью данного исследования было сравнение содержания органических кислот в белом сухом вине «Шардоне» различных производителей и стран: России, Испании, Франции, Чили, Италии, Аргентины, изготовленных в 2017 году.

Анализ содержания кислот проводили методами капиллярного электрофореза, высокоэффективной жидкостной хроматографии и определением массовой концентрации титруемых кислот. Результаты исследования приведены в таблице:

Таблица 1. Содержание органических кислот в белом сухом вине «Шардоне»

| № образца | Содержание органических кислот, мг/ дм$^3$ | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Вин-ная | Яблоч-ная | Ли-мон-ная | Ян-тар-ная | Мо-лоч-ная | Ук-сус-ная | Сор-бино-вая | Тит-руемые кис-лоты |
| 1 | 2450 | 310 | 260 | 554 | 410 | 496 | 0 | 5,9 |
| 2 | 2232 | 370 | 540 | 336 | 591 | 352 | 0 | 5,9 |
| 3 | 2151 | 1440 | 330 | 351 | 1250 | 981 | 0 | 6,3 |
| 4 | 1490 | 2100 | 265 | 341 | 2743 | 156 | 0 | 5,6 |
| 5 | 54 | 682 | 2003 | 574 | 264 | 478 | 0 | 5,5 |
| 6 | 1790 | 1132 | 182 | 510 | 180 | 96 | 0 | 6,1 |
| 7 | 1830 | 1670 | 241 | 490 | 157 | 174 | 0 | 6,0 |
| 8 | 3350 | 1955 | 350 | 651 | 241 | 102 | 0 | 7,1 |
| 9 | 1690 | 2031 | 161 | 221 | 159 | 129 | 0 | 7,3 |
| 10 | 85 | 1520 | 991 | 396 | 100 | 127 | 0 | 6,4 |

После оценки результатов можно судить о том, что состав органических кислот в винах различных регионов существенно различен. Менее кислотными были вина из теплых регионов. Так же были выявлены вина с отклонениями в нормируемых показателях органических кислот.

Таким образом, методы капиллярного электрофореза, высокоэффективная жидкостная хроматография и метод определения массовой концентрации титруемых кислот с применением индикатора, являются дополнительными информативными методами, которые позволяют достоверно выявлять фальсифицированные вина.

## РОЛЬ ЯБЛОЧНО-МОЛОЧНОКИСЛОГО БРОЖЕНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ КАЧЕСТВА СТОЛОВЫХ ВИН

***Ханина А.Е.,***
ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет»
г. Казань
***Докучаева И.С.,***
ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет»
г. Казань

Яблочно-молочнокислое брожение представляет собой ничто иное, как процесс разложения яблочной кислоты до молочной с образованием диоксида углерода. Процесс обусловлен жизнедеятельностью бактерий *Oenococcusoeni, которые* переводят яблочную кислоту в молочную:

$HOOC\text{-}CH_2\text{-}CHOH\text{-}COOH \rightarrow CH_3\text{-}CHOH\text{-}COOH + CO_2$

На каждую молекулу яблочной кислоты образуется одна молекула молочной, но так как первая является двухосновной, а вторая - одноосновной, то в результате и

происходит снижение титруемой кислотности вина. Тем самым происходит процесс биологического кислотопонижения молодых вин и смягчения их вкуса. При этом так же образуются спирты, летучие кислоты, диацетил и ацетоин которые влияют на органолептические показатели вина.

Яблочно-молочнокислое брожение (ЯМБ) не связано и практически никогда не предшествует основному брожению. По этому, этот процесс изменения кислотного состава называют вторичным брожением. Однако в некоторых случаях яблочно-молочнокислое брожение завершается вместе с алкогольным брожением.

За счет процесса биологического кислотопонижения в красных винах смягчается вкус, значительно улучшает их органолептические свойства, увеличивается стабильность от микробиальных помутнений.

Аромат красных вин при яблочно-молочнокислом брожении может, измениться до неузнаваемости, несмотря на то, что сама молочная кислота запаха не имеет. Устойчивые запахи кислого молока, сливочного масла, сыра, муки, пшеницы, квашеной капусты, которые могут появиться в вине в результате яблочно-молочного брожения обусловлены присутствием летучих жирных кислот.

При умеренном окислении молочная кислота превращается в ацетальдегид:

$2CH_3CHOHCOOH + O_2 \rightarrow 2CH_3COH + 2H_2O + 2CO_2$

В более жестких условиях при доступе кислорода молочная кислота переходит в уксусную:

$CH_3CHOHCOOH + O_2 \rightarrow CH_3COOH + H_2O + CO_2$

При наличии диацетила, имеющего сильный, жирный запах сливочного масла и сметаны. Добавляется маслянистость и тягучесть напитку, но фактически не изменяет на вкус. Его появление в напитке связывают с деятельностью молочнокислых бактерий. Излишнее количество диацетила в вине рассматривается как порок.

В целом, яблочно-молочнокислое брожение положительно влияет на качество красных вин. Влияние на качество белых вин – неоднозначно. ЯМБ нередко вызывает потерю в белом вине его аромата и защиты от окисления, несмотря на то, что уменьшение кислотности является фактором качества. Поэтому основным критерием для решения вопроса о целесообразности разложения яблочной кислоты нужно считать органолептические характеристики конкретного продукта.

Так как в винодельческих районах с умеренным климатом виноград имеет повышенную кислотность, то превращение яблочной кислоты в молочную так же важно, как и спиртовое брожение. Это необходимо для устранения резкого «зеленого» вкуса яблочной кислоты. В более южных регионах, где виноград характеризуется низкой кислотностью, яблочно-молочное брожение ведет к получению слишком плоских вин, без выраженного характера и свежести. Такие вина даже могут иметь неприятный молочный привкус. Поэтому яблочно-молочнокислое брожение специально подавляют.

Чтобы остановить процесс яблочно-молочнокислого брожения проводят сульфитирование сусла. Высокое содержание сернистого ангидрида $SO_2$ имеет сильный эффект ингибитора яблочно-молочнокислого брожения, особенно при низком уровне pH.

Если есть необходимость в проведении процесса биологического кислотопонижения, его нужно осуществлять на стадии первичного виноделия, регулируя режим сульфитации и температуру вина. Если нужно прекратить процесс, вино снимают с осадка и вводят не менее 75 мг/дм$^3$ $SO_2$. Рекомендуется не менее 30% яблочной кислоты оставлять несброженной. Это сохранит у вин свежесть вкуса и сортового аромата, и предупредить появление горечи. В низкокислотных винах процесс не допускают, так как при этом ухудшается вкус и букет. Их сульфитируют до массовой концентрации свободной $SO_2$ не менее 20 мг/дм$^3$ и хранят при температуре 10-12 °С.

Так же ингибиторами яблочно-молочнокислого брожения являются: низкий уровень pH, так как низкокислотная среда препятствует развитию молочнокислых

бактерий. Температура и содержание спирта в сусле так же может негативно повлиять на процесс яблочно-молочнокислого брожения.

Целью данного исследования было определение количественного содержания молочной и яблочной кислот в белых и красных винах с различным содержанием сахаров. По содержанию этих кислот можно судить о прошедшем или же наоборот, прерванном, процессе биологического кислотопонижения.

Для анализа винной и яблочной кислоты в белых и красных винах с разным содержанием сахаров был использован метод капиллярного электрофореза. Метод позволяет быстро и достоверно идентифицировать исследуемые кислоты. Результаты анализов приведены в таблице. Рассчитаны соотношения, которые могут быть использованы в комплексном анализе в качестве дополнительного критерия подлинности столовых вин.

Содержание яблочной и молочной кислот в винах разной категории

| Вино столовое | № образца | Яблочная к-та г/дм$^3$ | Молочная к-та г/дм$^3$ | Содержание сахаров г/дм$^3$ |
|---|---|---|---|---|
| Красное сухое | 1 | 0,65 | 0,68 | 1,4 |
| | 2 | 0,07 | 0,64 | 1,2 |
| | 3 | 0,10 | 0,63 | 2,8 |
| | 4 | 0,16 | 0,83 | 4,0 |
| | 5 | 0,13 | 0,54 | 4,0 |
| Белое сухое | 6 | 1,48 | 0,09 | 3,4 |
| | 7 | 1,05 | 0,64 | 1,2 |
| | 8 | 1,26 | 0,33 | 0,9 |
| | 9 | 0,85 | 0,22 | 3,4 |
| | 10 | 1,92 | 0,10 | 2,9 |
| Красное полусухое | 11 | 0,23 | 0,32 | 10,4 |
| | 12 | 0,30 | 1,18 | 5,5 |
| | 13 | 0,14 | 0,51 | 12,0 |
| | 14 | 0,16 | 0,57 | 10,1 |
| | 15 | 0,13 | 0,47 | 10,1 |
| Белое полусухое | 16 | 2,06 | 0,09 | 17,9 |
| | 17 | 2,06 | 0,22 | 10,2 |
| | 18 | 0,65 | 0,11 | 14,9 |
| | 19 | 0,58 | 0,12 | 12,9 |
| | 20 | 1,95 | 0,12 | 14,2 |
| Красное полуслад-кое | 21 | 0,25 | 2,83 | 35,3 |
| | 22 | 0,38 | 0,56 | 33,3 |
| | 23 | 0,49 | 0,32 | 35,1 |
| | 24 | 0,26 | 0,59 | 33,7 |
| | 25 | 0,13 | 0,53 | 25,1 |
| Белое полуслад-кое | 26 | 0,35 | 1,00 | 30,9 |
| | 27 | 1,14 | 0,38 | 33,7 |
| | 28 | 1,27 | 0,15 | 27,6 |
| | 29 | 1,29 | 0,46 | 29,6 |
| | 30 | 1,58 | 0,29 | 27,6 |

## РАЗРАБОТКА ДОКУМЕНТАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ СМК И ЕЕ СЕРТИФИКАЦИЯ В СООТВЕСТВИИ СО СТАНДАРТОМ ИСО 9001-2015 НА ЛАИШЕВСКОМ МОЛОЧНОМ ЗАВОДЕ, ООО «ИСТОЧНИК ЗДОРОВЬЯ»

***Хамитова А.Р.,***
ФГБОУ ВО «ПГТУ», ВолгаТех , Марий Эл, г.Йошкар-Ола
***Травина О.В.,***
ФГБОУ ВО «ПГТУ», ВолгаТех , Марий Эл, г.Йошкар-Ола

Для создания системы менеджмента качества на молочном заводе необходима определенная организация выполнения работ, т.е. наличие взаимоотношений между людьми, включающих обмен информацией, обязанности, полномочия, ответственность и взаимодействия, правила, методики и т.п.

На взаимоотношения поставщиков и потребителей оказывает сильное влияние сертификация систем качества на соответствие стандартам ИСО 9000. Эти стандарты служат нормативно-методической базой длясоздания менеджмента качества.

Для разработки и внедрения СМК на Лаишевском молочном заводе, ООО «Источник здоровья» необходимо разработать документацию, являющеюся одной из важнейших составляющих, необходимых для ее нормального функционирования.

Документация системы менеджмента качества состоит из: руководства по качеству – является основным документом системы, где описаны все требования, предъявляемые к СМК предприятия стандартом ИСО 9001:2015, и включает в себя цели и политику предприятия в области качества; Документированная информация, необходимая для согласования различных видов деятельности, которые обеспечивают эффективное функционирование СМК. Сюда же входят записи по качеству, которые подтверждают качество продукции, услуг или работ, где содержатся зарегистрированные значе ния контролируемых параметров [1]. Разрабатывая документационную систему СМК, следует обратить внимание на осуществление следующих действий: координация работ, которая необходима для полной увязки разрабатываемых и корректируемых процедур документирован ия с руководством по качеству; р егулярный контроль руководством предприятия хода работ и периодический анализ хода работ на заседани ях координационного совета; подготовка аудиторов для внутренней проверки СМК до того, как она будет создана и внедрена. Далее необходимо все регламентирующие документы (должностные инструкции, положения о производственных и функциональных подразделениях) привести в соответствии с разработанным документированным процед урам и Руководству по качеству [ 2 ]. Руководитель предприятия утверждает документацию СМК только после того, как она будет согласована со всеми исполнителями.

Каждый сотрудник предприятия должен быть ознакомлен с документационной системой СМК и обучен работе в условиях ее функционирования. Все отделы работают по документированным процедурам и ведут записи по качеству в обязательном порядке сразу после внедрения СМК. Служба качества должна анализировать все отклонения от нормы, выявленные в процессе внедрения СМК, для того, чтобы выяснить причину их возникновения и корректировки соответствующей документации, если это необходимо. Службой качества также проводятся внутренние аудиты (проверки), с целью установления работоспособностиСМК.

Благодаря данным аудитам можно выяснить насколько СМК, представленная Руководством по качеству, описанием процессов, рабочими инструкциями и документированными процедурами, соответствует требованиям стандарта (проверка адекватности), и насколько хорошо сотрудники понимают и выполняют запланированные мероприятия (проверка соответствия). Проверка соответствия проводится путем сравнения фактического выполнения процедур с их требованиями. Если возникли какие-либо сложности с выполнением требований стандарта или процедуры, аудитор обязан обсудить ее с теми, кого это напрямую касается, и определить причину невыполнения данного требования.Согласно результатам внутреннего аудита, составляется отчет, где указывается, какие недостатки и несоответствия были

обнаружены. Одной из важнейших задач проведения внутренних аудитов является обеспечение возможности улучшения СМК [3]. В процессе внедрения СМК руководство организации проводит анализ результативности ее функционирования, основываясь на отчетах, которые были подготовлены службой качества[4] .

С ертификацию действующих СМК проводят различные национальные и международные органы, организации должна выбрать сертифицирующий орган, принимая во внимание пожелания заказчика. После получения замечаний по документации служба качества вносит в нее соответствующие изменения и согласовывает дату проведения внешнего аудита на предприятии. После устранения несоответствий выдается сертификат соответствия сроком на три года, в течение которых сертифицирующий орган осуществляет надзор за функционированием СМК на предприятии, проводя ежегодно инспекционный контроль

Таким образом грамотно документированная система менеджмента качества будет являться гарантом ее эффективного введения на предприятие. А с ертификация систем менеджмента качества позволяет выпускать конкурентоспособную продукцию и повышать экономическую эффективность предприятия.

Список литературы

1 . ГОСТ Р ИСО 9001-2015 Системы менеджмента качества. Требования.
2. Коргова М.А. К Вопросу об ограничениях системы управления / М.А. Коргова, А.А. Кипа // Социально-гуманитарные знания. 2013. № 11. С. 206-213.
3. Белокоровин Э.А. Малый бизнес: пути развития / Э.А. Белокоровин, Д.В. Маслов. – Архангельск: М'арт, 2013. – 342 с.
4 . Адлер Ю.П. Анатомия организации с точки зрения физиологии / Ю.П. Адлер // Стандарты и качество. 2013. № 2. С. 46-50.

## РАЗРАБОТКА КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ МОДЕЛИ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА В СООТВЕСТВИИ СО СТАНДАРТОМ ИСО 900-2015 НА ЛАИШЕВСКОМ МОЛОЧНОМ ЗАВОДЕ, ООО « ИСТОЧНИК ЗДОРОВЬЯ».

***Хамитова А.Р.,***
ФГБОУ ВО «ПГТУ», ВолгаТех , Марий Эл, г.Йошкар-Ола
***Травина О.В.,***
ФГБОУ ВО «ПГТУ», ВолгаТех , Марий Эл, г.Йошкар-Ола

На сегодняшний день задачами любого эффективно действующего предприятия, в том числе и по переработке молока, является поиск путей повышения конкурентоспособности производимой продукции. При этом необходимо учитывать обеспечение безопасности продукции наряду с высоким качеством и учётом требований потребителей.

Для эффективного решения проблем необходимо использовать потенциал менеджмента путём внедрения систем качества и международных стандартов.

Для разработки и внедрения системы менеджмента качества на ООО «Источник здоровья» необходима реализация нескольких этапов: анализ существующей ситуации на предприятии и обучение персонала; комплексный анализуправления качеством продукции или услуг в организации и из разработки концептуальной модели СМК ; разработка документации и изменение работы сотрудников [1].

На первом этапе создания СМК руководству предприятия необходимо определить цели, политику, обязательства в области качества, соблюдая следующие принципы: политика является основой для определения целей, необходимых для улучшения качества продукции; политика в области качества – это часть общей стратегии и политики предприятия [2]. При создании СМК, руководитель издает приказ о начале работ по системе качества, где указывает: цель и время начала работ; ответственного за внедрение

системы качества от руководства организации, который должен быть рангом не ниже заместителем генерального директора; состав рабочей группы по внедрению системы качества.

За оперативное управление внедрением отвечает представитель руководства, которыйобязан регулярно информировать руководство о ходе работ по разработке СМК и, если необходимо, участвовать в процессе для помощи или корректировки [3]. В координационном совете по разработке участвуют специалисты ведущих производственных отделов.

Создание СМК начинается с того, что рабочая группа разрабатывает план проведения работ, который должен утвердить руководитель предприятия. В плане прописываются этапы и виды работ, их сроки, исполнители, и, если необходимо, сумма реализации данного проекта [4].

Второй этап состоит из комплексного анализа управления качеством продукции или услуг в организации и из разработки концептуальной модели СМК. Прежде чем приступить к данному этапу, необходимо провести анализ уже существующей системы управления, выявление слабых и сильных сторон организации в области качества, организационной структуры и применяемых методов контроля качества. Оценка соответствия реального состояния управления качеством в организации проводится по следующим критериям: определение уровня специализации и профессионализма персонала; оценка необходимого оборудования для производства качественной продукции (услуг); выявление методов проверки качества поставляемого сырья и материалов; организация контроля качества в производственном процессе и итогового контроля качества готовой продукции (услуг) [5]. Проанализировав существующую модель менеджмента качества, разрабатывается концептуальная модель системы менеджмента качества организации. Первым делом необходимо определиться с бизнес процессами и составить их организационно-технологические схемы. По результатам проведенного анализа, составляется график разработки и корректировки документации системы менеджмента качества. Согласно составленному графику на третьем этапе разрабатывается документационная система СМК, которая является одной из важнейших составляющих, необходимых для нормального функционирования СМК. Она обеспечивает выполнение функций путем определения форм и видов взаимодействий и устанавливая порядок ввода и вывода информации.

Внедрение системы управления качеством на предприятии дает возможность точного определения всех сильных и слабых сторон в управлении организацией, возможность постоянного роста и развития, а также повышения качества продуктов или услуг производимых организацией. В настоящее время даже незначительное повышение качества продукции над аналогичной продукцией конкурентов влечет за собой привлечение большого количества потребителей к своему товару. Это делает разработку и внедрение системы управления качеством еще более необходимыми и важными для нормальногоразвития и функционирования организации.

Список литературы

1. Попова О.Г. Зарубежные организации по вопросам качества продукции / О.Г. Попова // Менеджмент в России и за рубежом. 2002. №10. С. 80–81.

2. Захаров М.Г. Система качества - это инструмент самосохранения предприятия в условиях кризиса / М.Г. Захаров // Стандарты и качество. 1999. №2. С. 34-35.

3. Демина Н.В. Возможности применения некоторых методов управления качеством в деятельности современных компаний / Н.В. Демина, М.В. Чистова // Новая наука: опыт, традиции, инновации:Омск, 2016. – С. 203 – 206.

4. Чистова М.В. Направления повышения эффективности хозяйственной деятельности градообразующего предприятия / М.В. Чистова, Г.Е. Концевич // Сборник тезисов докладов и статей международной интерактивной он-лайн видеоконференции: Москва,2014. С. 261-265.

5. Демина Н.В. К вопросу о функциях и методах управления качеством продукции / Н.В. Демина // Материалы научно-методических чтений ПГЛУ. Ответственный редактор З.А. Заврумов. 2011. С. 140-145.

## РОЛЬ МАРКИРОВКИ В ИДЕНТИФИКАЦИИ ТРИКОТАЖНЫХ ИЗДЕЛИЙ

***Цыбранкова Т.И.,***
УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», г.Гомель
***Тихоненко О.В.,***
УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», г.Гомель

Важное место среди средств несущих информацию о товарах принадлежит маркировке. Требования к данным, которые указываются в маркировке товаров, относятся к обязательным и регламентируются СТБ 1400-2009 Товары непродовольственные. Информация для потребителя. Общие требования[1].Это объясняется тем, что потребитель по маркировочным данным, идентифицирует основные параметры трикотажных изделий: вид (наименование) изделия, его принадлежность к полу потребителя, размерные характеристики (рост, размер, полнота), волокнистый состав, сорт и др.

Маркировкатрикотажных изделий проводится в соответствии с ГОСТ 31408–2009Изделия трикотажные бельевые для мужчин и мальчиков. Общие технические условия [2].Согласно ГОСТа 31408-2009, на бумажный ярлык, который наклеивают непосредственно на трикотажное изделие, наносят следующие реквизиты: изображение товарного знака предприятия-изготовителя; наименование, подчиненность и местонахождения (почтовый адрес) предприятия-изготовителя; наименование изделия и его принадлежность (мужское, женское, детское, для новорожденных); артикул изделия; номер модели; размеры (обхват груди, рост); сорт; номер ГОСТа; дата выпуска (год).Также для трикотажных изделий дополнительно на ярлыке (этикетке) может быть указан волокнистый состав применяемой пряжи (например, хлопок, ПАН) и его содержание в процентах (например, хлопок – 40% и ПАН – 60%). Реквизиты на товарных ярлыках указываются и заполняются полностью, без сокращений. Товарный ярлык закрепляется на изделии таким образом, что бы обеспечить сохранность ярлыка и внешний вид самого изделия.

На текстильной ленте с изображением товарного знака должны быть указаны: товарный знак предприятия-изготовителя, состав сырья, символы по уходу за изделиями. Допускается указывать символы по уходу и состав сырья на отдельной ленте, товарный знак – вместо обозначения на ленте, изображать в виде отделки (вышивка, аппликация и др.). К изделиям, требующим дополнительного ухода (кроме предусмотренных символами) или особых условий носки, в которых применяется при маркировке лента с изображением товарного знака, прикладывают памятку по уходу за изделиями или печатают на оборотной стороне ярлыка или на индивидуальной упаковке, или вкладыше.

В связи с вступлением в силу с 2012годаТехнического регламента Таможенного союза ТР ТС 017/2011 «О безопасности продукции легкой промышленности» [3], который разработан с целью установления единых, обязательных для применения и исполнения требований к продукции легкой промышленности, обеспечения свободного перемещения продукции легкой промышленности, выпускаемой в обращение на единой таможенной территории Таможенного союза, внесены изменения и дополнения в реквизиты маркировки.Согласно ст. 9. данного Технического Регламента маркировка продукции легкой промышленностидолжна бытьлегко читаемой,полной, достоверной и доступной

при проведении экспертизымаркировочных реквизитов.Товары, замаркированные знаком ЕАС, дополнительно должны иметь на ярлыке следующие реквизиты: Маркировка должна содержать следующую обязательную информацию:наименование страны-изготовителя;наименование изготовителя, или продавца или уполномоченного изготовителем лица;юридический адрес изготовителя, или продавца или уполномоченного изготовителем лица;единый знак обращения текстильных изделий на рынке государств - членов Таможенного союза (ЕАС);гарантийные обязательства изготовителя (при необходимости). Для трикотажных изделий дополнительная информация должна содержать:вид и волокнистый состав применяемого сырья(в процентах);графическое изображение символов по уходу (стирка, сушка, отбеливание, химическая чистка изделий и др.).Все данные маркировки должна быть выполнены на русском или государственном языке государства – члена Таможенного союза, где текстильное изделие изготавливается и продается.

С целью определения полноты и правильности маркировки выбрана мужская майка, изготовленная на ОАО «Свiтанак» (Республика Беларусь). Проведено сравнение фактических данных потребительской маркировки, нанесенной натоварный ярлык (рис.1) и текстильную ленту, с реквизитами, указанными в ГОСТ 31408–2009 и ТР ТС 017/2011.

Результаты исследования приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Маркировка мужского трикотажного белья

| Содержание потребительской маркировки по ГОСТ 31408-2009и ТР ТС 017/2011 | Фактическое содержание маркировки | Заключение о соответствии (несоответствии) маркировки |
|---|---|---|
| 1.Наименование страны-изготовителя | Республика Беларусь | соответствует |
| 2 Наименование предприятия изготовителя, его юридический адрес | ОАО «Свiтанак», Республика Беларусь, г. Жодино, ул. 8 Марта, д.1 | указан на оборотной стороне ярлыка |
| 3.Товарный знак предприятия-изготовителя | СВІТАНАК | соответствует |
| 4. Наименование изделия, его принадлежность | майка мужская | соответствует |
| 5. Артикул | артикул 4С2169-Д42 | соответствует |
| 6. Размер | размер 182,188-108<br>обхват груди 108; рост 182,188 | соответствует |
| 7. Сорт | сорт 1 | соответствует |
| 8Дата изготовления | 2015 год | соответствует |
| 9. Обозначение нормативно-технической документации | ГОСТ 31408-2009 | соответствует |
| 10.Единый знак государств-членов Таможенного союза | ЕАС | соответствует |

По результатам анализа маркировки,указанной на ярлыке мужской майки, можно сделать заключение, что потребительская маркировка полностьюсоответствует требованиям стандарта.Дополнительно на товарном ярлыке нанесены следующие реквизиты: сайт предприятия-изготовителя в Интернете (www.svitanak.by), символы по

уходу за изделием, номер контролера ОТК (№ 18), штриховой идентификационный код. На оборотной стороне товарного ярлыка приведена памятка для потребителей по уходу за изделием.

Список литературы

1. Товары непродовольственные. Информация для потребителя. Общие требования:СТБ 1400- 2009. – Введ.01.07.2009. –Минск: Госстандарт, 2009.. – 9 с.

2. Изделия трикотажные бельевые для мужчин и мальчиков. Общие технические условия:ГОСТ31408- 2009. – Введ.01.07.2010. –Москва:Стандартинформ, 2011.–19 с.

3.О безопасности продукции легкой промышленности: ТР ТС 017/2011– Введ.01.07.2012. – Москва: Стандартинформ,2012. – 30 с.

## МЕТОДЫ ИЗМЕРЕНИЯ ВЯЗКОСТИ КЕТЧУПОВ

***Шагидуллина А.З.,***

студент, Казанский кооперативный институт, г.Казань

***Степанова Г.С.,***

доцент, к.х.н., Казанский кооперативный институт, г.Казань

Качественный кетчуп не должен быть слишком густым, а также не слишком жидким. Так как вязкость кетчупов не нормируется Российским стандартом [1], установление оптимального показателя этого параметра является актуальной задачей технологов.

Целью работы было установить взаимосвязь показателей вязкости кетчупов, измеряемых вискозиметром Брукфильда и консистометром Боствика, а также определить оптимальные показатели вязкости этих продуктов.

Кетчуп с точки зрения реологии относится к категории пластичных жидкостей, вязкость которых измеряется с помощью различных вискозиметров. Для измерения вязкости кетчупов нами использовался вискозиметр Брукфильда марки DV-II+PRO. Принцип работы его основан на измерении усилия вращения Т-образного шпинделя, погруженного в испытуемый продукт. Показания вязкости по вискозиметру Брукфильда снимались с использованием шпинделя №5 при температуре кетчупа (20±2) оС. Время анализа, включая время остывания свежеприготовленного продукта, составляло 25-30 минут.

Хорошей альтернативой вискозиметру Брукфильда является консистометр Боствика. Он менее точен, однако недорог, прост в исполнении и позволяет быстро и количественно определять вязкость кетчупов в условиях как учебной, так и заводской лаборатории.

Для успешного применения консистометра Боствика нам потребовалось установить приемлемый диапазон вязкостей различных видов кетчупов, соответствующий аналогичному диапазону, измеряемому вискозиметром Брукфильда. Вязкость на консистометре Боствика измерялась сразу после варки при температуре 75-80 оС, время анализа составляло 5-7 минут.

Таким образом, в ходе проведенных исследований были определены оптимальные значения показаний вязкости по консистометру Боствика, позволяющие быстро определить вязкость только что сваренного продукта, что позволяет технологу своевременно внести изменения в рецептуру и получить качественный продукт.

Список литературы

1. ГОСТ 32063-2013 Кетчупы. Общие технические условия. М.: Стандартинформ, 2014

2. https://www.ams.usda.gov/sites/default/files/media/Tomato_Catsup_Standard

## PACKAGING CRITERIA AND TRANSPORT CONDITIONS OF ENAMEL PF-115 (ACCORDING TO GOST)

***Cernavca O.,***
Academy of Economic Studies of Moldova, Chișinău

Abstract: According to GOST, we have conducted a study that includes the packing and transport criteria for PF-115 enamels. Thus, we found among the 37 groups, the official names of the pentaftallic paints, the packing and transport criteria.

Study goal: To correctly determine the packing and transport criteria for PF-115 enamels.

The results: According to GOST, we have developed tables that contain only the criteria for PF-115 enamels.

GOST 9825-73: Coating materials, terms, definitions and symbols are applied to base paints and establish the procedure for their designation on the most important features: type of material, chemical composition of the material (nature of the film-forming substance), the preferential allocation (as regards the operating conditions of the coatings). This standard should be applied together with GOST 28246.[1]

The name of the film-forming substance: enamel PF-115, according to the chemical composition it is Pentaphthalic, so we can see in the paint name the abbreviation PF, which means that the main chemical constituents remain: pentaphthalic alkyd resins. [2]

For a series of paints, an index that determines the type of material is placed before the second group of characters. Usually the second group of characters is marked by dash. Thus, the enamel proposed for research contains 2 groups, the first group contains 2 letters PF, of which the letter P, according to GOST 9825-73 means "powder".

The first figure 1, defines the group of characters and determines the type of paint. It is marked with the word "primer", "coating powder", thus:

Table 1. Defining the type of paint according to the group of characters

| Term | Definition |
|---|---|
| 1. (eliminated, Change. Number 3)<br>2. (eliminated, Change. Number 3)<br>3. Paint-powder | A substance with dry composition, which, together with the pigments and fillers, after melting/fusing, cooling and solidification, forms a solid and opaque film. |

Source: Translated and adapted by the author: ГОСТ 9825-73. МАТЕРИАЛЫ ЛАКОКРАСОЧНЫЕ ТЕРМИНЫ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ И ОБОЗНАЧЕНИЯ, Table 1.

At the same time, the designation of the group provides the destination and conditions of use.

Table 2. Destination and conditions of use according to the group of characters

| Group of paints | Designation of the group | Destination and conditions of use |
|---|---|---|
| Weather-proof (unfavourable, harmful atmospheric condition; bad weather, rain, blizzard and wind | 1 | Weather-proof coatings, under different climatic conditions, used outside. |

Source: Translated and adapted by the author: ГОСТ 9825-73. МАТЕРИАЛЫ ЛАКОКРАСОЧНЫЕ ТЕРМИНЫ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ И ОБОЗНАЧЕНИЯ, Table 3.

And the last group, consisting of 2 figures: Enamel PF-115, determines the serial number and composition of the enamel: B resin, an co-polymer of linseed oil and a film-forming agent.

There will be another search for enamels, but according to another standard, namely, according to GOST 9980.3-86 "Film-forming materials. Packaging". This standard provides first of all a table with the groups of film-forming goods, the denomination and the abbreviation used by the standard. So, the enamels are presented in the following way:

Table 3. Abbreviation, denomination and group of enamels conform GOST

| Groups of film-forming substances | Denomination of film-forming product | Abbreviation according to GOST 9825-73 |
|---|---|---|
| 7 | Enamels:<br>Pentaphthalic<br>Phenolic | <br>PF<br>FL |

Source: Translated and adapted by the author: МАТЕРИАЛЫ ЛАКОКРАСОЧНЫЕ, УПАКОВКА. ГОСТ 9980.3-86. Table 1.

I mention the fact that the table above consists of 37 groups of goods according to GOST.

The following table provided by this standard is even a more complex one with regard to consumption tares and packaging of paints/varnishes. In this table, in parallel with the previously offered groups of goods, there are possibilities to pack in churns, canisters, tanks, cans and other recipients. Thus, the researched group - enamels, under number 7, gets the following possibilities:

Table 4. Packing enamels for sale

| Group of film-forming substances | Cans of black tin, according to GOST 6128-81, | Combined cans for paints and varnishes |
|---|---|---|
| 7 | + | + |

Source: Translated and adapted by the author: МАТЕРИАЛЫ ЛАКОКРАСОЧНЫЕ, УПАКОВКА. ГОСТ 9980.3-86. Table 2.

The standard provides information on packing enamels for transportation. So:

Table 5. Containers for enamel transportation

| Group of film-forming substances | Steel retort, with uncovered inner surface, according to GOST 5799-78 | Steel cylinder according to TU 6-27-2-89, GOST 18896-73 and other technical documents. | Steel barrels, with removable bottom and top, according to GOST 13950-91 |
|---|---|---|---|
| 7 | + | + | + |

Source: Translated and adapted by the author: МАТЕРИАЛЫ ЛАКОКРАСОЧНЫЕ, УПАКОВКА. ГОСТ 9980.3-86. Table 3.

GOST 9980.3-96, also dictates the packaging rules for the transportation of varnishes and paints. It provides packaging methods for different groups of goods: specialized pallets, containers, tank-containers, specialized soft containers. At the same time, it also indicates the vehicles for the transportation of goods. In the following table it is presented the evaluation of the enamels group:

Table 6. Packaging and transportation of enamels in containers, pallets and other vehicles

| Group of film-forming substances | Specialized pallets, containers according to TU 6-10-2124-87, from steel | Steel Tank-Container | Steel or aluminium trucks-tanks | Steel or aluminium tank-type railway wagons |
|---|---|---|---|---|
| 7 | + | + | + | + |

Source: Translated and adapted by the author: МАТЕРИАЛЫ ЛАКОКРАСОЧНЫЕ, УПАКОВКА. ГОСТ 9980.3-86. Table 4.

The film-forming substances are allowed to be transported in imported bottles and recipients which must not yield the quality in relation to the domestic analogue.

Table 7. Importation containers for packaging and transporting the enamels

| Group of film-forming substances | Steel barrels and cylinders without internal protective layer | Steel barrels and cylinders with a chemical resistant protective inner layer |
|---|---|---|
| 7 | + | + |

Source: Translated and adapted by the author: МАТЕРИАЛЫ ЛАКОКРАСОЧНЫЕ, УПАКОВКА. ГОСТ 9980.3-86. Table 5.

During the transportation of film-forming substances (enamels, primers, mastics, paints, etc.), each box, pallet, tank, container, tanker, tank-type railway wagons should be used for the transportation of substances of the same colour or at least of the same brand. [3]

The transportation, in tank-type wagons, of enamels designed for painting motor vehicles is chosen only in agreement with the final consumer. [3]

This standard continues with another norm, related to the limit-deviations of the net mass and the nominal volume of the contents of: containers, specialized-containers, soft tank-containers, tank-trucks, specialty pallets. This rule provides the limits that must not be overcome by manufacturers or importers.

For example, the deviation of the mass for a film-forming substance of 400g must not exceed ± 5% of the net mass. And for goods the volume of which is 400 $cm^3$, it must not exceed the nominal volume by ± 5%.[3] Thus, according to GOST, we have the following table:

Table 8.1. Limit-deviations for nominal weight, g

| | Limit-deviations for nominal weight, g | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Group of film-forming substances | Cans | | | | |
| | Up to 1kg | 1,01-2 kg | 2,01-3kg | 3,01-5kg | From 5,01 |
| 7 | ±25 | ±40 | ±60 | ±90 | ±100 |

Source: Translated and adapted by the author: МАТЕРИАЛЫ ЛАКОКРАСОЧНЫЕ, УПАКОВКА. ГОСТ 9980.3-86. Table 6.

Table 8.2. Limit-deviations for nominal weight, g

| | Limit-deviations for nominal weight, g | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Group of film-forming substances | Canisters, churns, barrels, jars | | | | | Specialized metal containers | Tanks for trucks |
| 7 | Up to 25kg | 25,01-50 kg | 50,01-100kg | 100,01-200 kg | From 200,01 kg | From 5,01 | |
| | ±200 | ±450 | ±700 | ±1500 | ±1500 | ± 5000 | ±23000 |

Source: Translated and adapted by the author: МАТЕРИАЛЫ ЛАКОКРАСОЧНЫЕ, УПАКОВКА. ГОСТ 9980.3-86. Table 6 (continued).

Before the enamels are stored in containers, tanks, etc., they are checked according to the technical requirements of the standard. It is carried out a verification of the cleanliness, of the lack of rust, of dust, of debris and of other material residues.

When transporting the enamels in specialized tanks, it is allowed an enamel residue of 5% from mastic containing bitumen and asbestos and up to 1% of other materials, with the buyer's agreement. The vehicles and containers in these cases must be cleaned at least twice a year.

If we have mentioned the packaging in which chemical substances are poured: tin or metal cans, then we notice that they are packed for transportation in:

Table 9. Transportation packaging for paints and varnishes

| Packaging for sale | Boxes |
|---|---|

| | Of wood, GOST 18573-86 | Of corrugated cardboard, GOST 13841-79 | Of cardboard without stratification | Of metal, multifunctional | Multi-functional polymer |
|---|---|---|---|---|---|
| Metal cans | + | + | + | + | + |
| Combined cans | + | + | - | + | + |

Source: Translated and adapted by the author: МАТЕРИАЛЫ ЛАКОКРАСОЧНЫЕ, УПАКОВКА. ГОСТ 9980.3-86. Table 8.

The boxes must contain inside cardboard walls between paint cans. The height of these walls should be lower by ¾ than the height of the cans with paint.

In the boxes of Table 9, the enamel cans are arranged according to some technical rules, indicating the transportation conditions, packing requirements, transportation limit weight and others.

Table 10. Complex grouping for enamel packaging

| Complex grouping | Packaging requirements | Grouping method | Enamel packaging | The limit weight in the box, kg | Transportation requirements |
|---|---|---|---|---|---|
| Cardboard box | Cardboard according to GOST 7933-89, thickness >0,7 mm | Cross dressing with the help of the tape according to the technical norms | Metal cans | 15 | Road transport or in universal containers |
| Metal or wooden crates | Crates manufactured according to technical standards | Cross dressing, steel tape according to GOST 3560-73, width 15-20mm, thickness 0,2-0,4mm or using the steel wire, according to GOST 3282-74, diameter 1-2 mm. | Metal cans | 30 | Road transport or in universal containers |

Source: Translated and adapted by the author: МАТЕРИАЛЫ ЛАКОКРАСОЧНЫЕ, УПАКОВКА. ГОСТ 9980.3-86. Table 9.

The enamels for retail should be packed in metal cans with a capacity from 0.25 to 3.5 $dm^3$. It is allowed the packaging of enamels in metal cans with a capacity of up to 10 $dm^3$, with the consent of commercial organizations. The packaging of enamels for retail is carried out according to the requirements of GOST 9980.3-86, point 4. [3]

The packaging in polymeric boxes of enamels for retail is done only in agreement with the customer. [3]

This Standard provides information on packaging enamels for transportation to the northern extreme regions or distant areas. Thus, the enamels packed in jars should be arranged in wood crates of type II or I, according to GOST 1873-86. It is also possible to pack them in metal

boxes of type V-I according to GOST 18573-86. It is also possible to pack the enamels in wooden barrels, according to GOST 877-80, with 6 metal rings, gross mass up to 150 kg, inside it is necessary to arrange a polyethylene bag, gross mass -50 kg, according to GOST 17811-78. [3]

For exportation the enamels must be packaged according to GOST 26319-84. Packaging in the consumer country, the enamels will be arranged only in wooden boxes of type II-I, according to GOST 18573-86 or in corrugated cardboard boxes according to GOST 13841-79. It is also allowed to export them in complexly grouped metal cans, without consumption tare, packaged in shrinkage polyethylene. According to this standard, the enamels can also be exported in barrels of group I that have a removable bottom. The barrel should comply with GOST 13950-91. [3]

Conclusion:

All packing and shipping criteria for pf-115 enamels have been included in the tables. Also included are the limitations of the net mass and the nominal volume of the contents of: containers, specialized containers, tank-soft containers, tank-trucks, specialized pallets. This rule provides the limits that must not be overcome by manufacturers or importers. For export, enamels must be packaged according to GOST 26319-84. GOST 9825-73: Coating materials, terms, definitions and symbols apply to base paints and sets the procedure for designation of the most important features: type of material, chemical composition of the material (nature of the film) , the preferential allocation (as regards the operating conditions of the coatings). This standard should be applied with GOST 28246.

Bibliographical references**:**

1 ГОСТ 6465-76 Эмали ПФ-115. Технические условия. Москва. 01.07.77. (http://www.gosthelp.ru/text/GOST646576EmaliPF115Texni.html), дата обращения: 18.10.2017.

2 ГОСТ 9825-73. МАТЕРИАЛЫ ЛАКОКРАСОЧНЫЕ ТЕРМИНЫ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ И ОБОЗНАЧЕНИЯ. Москва. 01.01.74. (http://ohranatruda.ru/ot_biblio/normativ/data_normativ/6/6354/index.php), дата обращения: 18.10.2017.

3 ГОСТ 9980.3-86. МАТЕРИАЛЫ ЛАКОКРАСОЧНЫЕ. УПАКОВКА. Москва. ( http://ohranatruda.ru/ot_biblio/normativ/data_normativ/36/36176/#i23518), дата обращения: 18.10.2017.

## ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СВЯЗАНЫ С НАТУРАЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ
## ECONOMIC AND ENVIRONMENTAL PROBLEMS ARE ASSOCIATED WITH NATURAL RESOURCES

***Шаргу Л.,***
к.э.н., доцент
***Идричяну К.И.,***
аспирант

Summary: The problem of natural resources is described in the article. The author singles out the role of the state in solving problems related to the resumption of natural resources.

Keywords: ecology, resources, management

Резюме: В статье изложена проблема натуральных ресурсов. Автор выделяет роль государства для решения проблем связанных по возобновлению натуральных ресурсов.

Ключевые слова: экология, ресурсы, управление.

Натуральные ресурсы для любого государства считаются жизненно важные органы экономики. Есть ресурсы которые со временем могу исчерпаться, и навсегда исчезают, но есть такие как воздух, вода, леса. и др. которые во времени могут восстанавливаться. В современном мире, одной из глобальных проблем, является защита окружающей среды и генетического фона биосферы, которые могут стать важным резервом для дальнейшего увеличения природных ресурсов. Загрязнение окружающей среды является проблемой возникающей из-за устаревших технологий, небрежности или несчастных случаев, но, к счастью без каких-либо воздействий на региональном и глобальном масштабе.

Взаимодействие качества и количества натуральных ресурсов с постоянно растущим уровнем их потребления, дают огромные проблемы в планировании и формировании стратегий в разных отраслях хозяйственной деятельности. В целях улучшения окружающей среды, государство разрабатывает стратегии, планы которые способствуют на восстановление природных ресурсов на территории страны. Так как Республика Молдова в настоящее время является претендентом на полноценное право члена Европейского Союза, все планы по улучшению ресурсов государства, должны совпадать со стратегиями выработаны в правлении Европейского Союза и согласно их программе по улучшению их фонда.

В связи с этими поставленными задачами и чтобы увеличить свой вклад в национальную экономику в нашей стране были разработаны собственные программы по сохранению текущих натуральных резерв и меры по восстановлению и их расширению. А также Республика Молдова присоединилась к ряду конвенций, для защиты природы, населения и жизни в целом. Основные действия, необходимые для поддержания естественного равновесия нормального предела экологического баланса являются:

- земельное планирование;
- охрана природы;
- предотвращение и борьба с загрязнением;
- восстановление окружающей среды;
- проведение экологического просвещения;
- осознание человечества опасности.

Современное общество характеризуется изобилием продуктов, необходимых для удовлетворения потребностей, и немногие задумываются о первоисточнике строго необходимого для выживания элементов (вода, воздух, почва) которые имеют малое значения в текущей экономической системе. Одна из главных экологических проблем в Республике Молдова состоит в потере каждым годом все больше лесных массивов. На сегодняшний день в нашей стране, разработан проект по сохранению лесных резерв, лежащий в основе Плана действий Европейского Союза. Разработка долгосрочных проектов на сегодняшний день являются прямыми задачами правительства. Поэтому цели национального плана заключаются в повышении конкурентоспособности и расширение устойчивого использования товаров и услуг, а именно: повышение мер по защите натуральных ресурсов и их рациональное использование.

Для осуществления плана перед правительством поставлены следующие задачи:

- выявления нарушений по нерациональному использованию природных ресурсов
- планирование расширения территорий покрытыми молодыми лесами
- привлечение инвестиции в разных отраслях
- соблюдение интернациональных соглашений
- соответствующий надзор и бесплатную консультацию по охране природы
- развитие общественных ассоциации по поддержке экологии, и др.

Создание функциональной системы в целях обеспечения устойчивого управления натуральными ресурсами на сегодняшний день остается самой большой национальной и интернациональной проблемой. Осуществлять разработку стратегического плана по финансированию возобновления государственных ресурсов, для Республики Молдова является и задачей поставленной европейскими партнёрами. Поддерживая повышение

инвестиций по возобновлению натуральных ресурсов, Европейский Союз способствует и к решению глобальных вопросов и собственных интересов.

Поддержка общественных зданий в целях устойчивого управления лесами путем подготовки и реализации стратегий и кампаний по информированию общественности, сосредоточенных на ключевых факторах, в том числе широкой общественности, обратив особое внимание на общинах, проживающих в лесных районах.

Соглашение финансовой помощи для поддержки этих проектов Республика Молдова подписала с Международным Банком по Реконструкции и Развития (МБРР). Руководство проектом и мониторинг осуществляться Группой управления проектом, в составе которого входят представители Международного Банка по Реконструкции и Развитии. Проект длится уже 3 года. Основные задачи уже выполнены, которые отвечают за создании новых государственных и общественных структур. На сегодняшний день в нашей стране проводится правительственная реформа, которая поможет улучшить развитие и выполнение обязательств перед Евросоюзом.

Список литературы

1. Гереш Мариела, Экономика окружающей среды, Издательство Risoprint, Клуж-Напока, 2008
2. Валентин Сорочану, экономический рост и природная среда, экономический издательский дом, Бухарест, 2000
3. Ана Фабиан и др., Прикладная экология, издательство Sarmis Клуж. Напока, 1999.
4. Флорина Бран и др., Экосфера и экологической политики, ASE, Бухарест, 2003