

**MATERIALS
OF THE XV INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND
PRACTICAL CONFERENCE**

**AREAS OF SCIENTIFIC THOUGHT –
2019/2020**

December 30, 2019 - January 7, 2020

Volume 1
Economic science

SHEFFIELD
SCIENCE AND EDUCATION LTD
2019/2020

SCIENCE AND EDUCATION LTD
Registered in ENGLAND & WALES Registered Number: 08878342
OFFICE 1, VELOCITY TOWER, 10 ST. MARY'S GATE,
SHEFFIELD, S YORKSHIRE, ENGLAND, S1 4LR

Materials of the XV International scientific and practical Conference
Areas of scientific thought – 2019/2020 , December 30, 2019 - January 7,
2020

Economic science. : Sheffield. Science and education LTD -68 p.

Date signed for printing ,
For students, research workers.
Price 3 euro

ISBN 978-966-8736-05-6

© Authors , 2019/2010

© SCIENCE AND EDUCATION LTD, 2019/2020

ECONOMIC SCIENCE

The economy of the enterprise

Хатукай С.А.

*к.э.н., доцент кафедры экономики и управления,
Адыгейский государственный университет, г. Майкоп*

Бабалян Э.Б.

*Старший преподаватель кафедры цифровой экономики,
Адыгейский государственный университет, г. Майкоп*

Керашева А.Г.

*магистрант, Адыгейский государственный университет,
г. Майкоп, Россия*

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЗАПАДНЫХ И РОССИЙСКИХ МОДЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

Аннотация. Статья посвящена вопросам введения социальной ответственности бизнеса в практическую работу организаций. Выделен ряд основных преимуществ корпоративной социальной ответственности для развития бизнеса. Проведен сравнительный анализ модели корпоративной социальной ответственности в США, Европе и России.

Ключевые слова: ответственность бизнеса, социальная значимость, глобализация, модели корпоративной социальной ответственности.

В условиях глобализации и в современной России роль корпораций, государства и гражданского общества подвержены серьезным изменениям. На первое место выдвигается лидирующая роль бизнеса, в частности, там, где государство в одиночку не в состоянии справиться с разрешением масштабных проблем. Бизнес не может и не должен подменять собой государство в регулировании общественных отношений, однако органам власти следует подробно изучать и использовать передовой и новаторский опыт бизнеса в решении многих вопросов, связанных с управлением различными областями деятельности.

Во многих странах мира отчетливо проявляется тенденция к усилению сотрудничества государства и бизнеса в решении социально-экономических проблем общества. С одной стороны, присутствуют государство и общество, заинтересованные в росте социальной и экономической стабильности страны, отдельных регионов России и в увеличении средств и эффективности политики социальных программ. С другой стороны – бизнес, который заинтересован в росте доходов и покупательской активности населения, стабильности государственной политики в отношении коммерческих структур, общественном признании и позиционировании компаний, придерживающихся стандартов корпоративной социальной ответственности (КСО) и осуществляющих социальные инвестиции. В современных условиях все большее количество российских корпораций представляет свою продукцию на западный рынок и, в связи с этим, компаниям необходимо соответствовать международным требованиям и стандартам, в том числе и в области КСО, а также многие бизнесмены понимают, что социальная ответственность не является чистой благотворительностью или PR – кампанией, а служит системой управления рисками, направленной на долгосрочное развитие корпораций и рост их стоимости на мировых рынках.

Сегодня корпоративная социальная ответственность — неотъемлемая составляющая бизнес-сообщества, предоставляющая его участникам ряд преимуществ, включая возможность выхода на мировой рынок. Следовательно, особого внимания заслуживает менеджмент КСО.

Разработка процедур социальной политики, социальных программ, критериев результативности должна соответствовать нормам и принципам государственных законов. Одним из способов формирования объективной информации о социальной результативности компании является оценка эффективности управления нефинансовыми рисками, в том числе - социальными. Актуальна разработка общих подходов к оценке эффективности управления при осуществлении социально-ответственной политики. Оценка качества управления влияет на положение компании на финансовых рынках, поддержание бесконфликтного существования общества, обеспечение устойчивого развития.

Можно выделить ряд основных преимуществ корпоративной социальной ответственности для развития бизнеса:

— Увеличивается прибыль, возрастают темпы роста. Компании получают доступ к социально-ответственным инвестициям, при распределении которых инвесторы принимают во внимание показатели, характеризующие деятельность компании в социальной и этической сферах, в области защиты окружающей среды.

— Могут сокращаться операционные расходы, например, за счет сокращения отходов производства или их переработки, увеличения эффективности использования электроэнергии или продажи переработанных материалов. Улучшаются брэнд и репутация, что помогает развивать и открывать новые рынки и направления бизнеса.

— Растут продажи, повышается лояльность клиентов. Потребители хотят знать, что продукты произведены с пониманием ответственности по отношению к окружающей среде, а также других социальных аспектов.

— Повышаются производительность и качество продукта (услуги).

— Появляется больше возможностей привлекать и удерживать сотрудников: люди предпочитают работать в компаниях, ценности которых совпадают с их собственными.

— Сокращаются претензии со стороны регулирующих органов.

— Улучшается управление рисками, возрастает конкурентоспособность.

Вопрос о самом существовании корпоративной социальной ответственности в России следует начинать со сравнительного анализа основных тенденций и применимых практик социально ответственного предпринимательства, как они понимаются на Западе и в России.

Модели корпоративной социальной ответственности в США и Европе были определены как открытые и скрытые формы корпоративной социальной ответственности:

Открытая форма корпоративной социальной ответственности обозначает линию поведения корпорации, которая приводит корпорацию к принятию на себя ответственности за решение тех вопросов, в которых заинтересовано общество. Открытая форма корпоративной социальной ответственности обычно затрагивает добровольные и самостоятельно определяемые линии поведения, программы и стратегии корпорации по вопросам, которые воспринимаются

самой корпорацией или ее стейкхолдерами как часть их (корпорации или стейкхолдеров) ответственности перед обществом.

Скрытая форма корпоративной социальной ответственности обозначает официальные и неофициальные институты страны, через которые ответственность корпораций за общественные интересы согласована с корпорациями или предписана им. Скрытая форма корпоративной социальной ответственности обычно включает в себя те ценности, нормы и правила, которые зачастую ведут к обязательным требованиям в отношении корпораций в вопросах, которые общественные, политические и экономические интересы (страны) рассматривают как надлежащие и обоснованные обязанности юридических лиц.

Американская модель корпоративной социальной ответственности.

В силу природы американского предпринимательства, основывающегося на максимальной свободе субъектов, многие сферы общества остаются до сегодняшнего дня саморегулируемыми. Так трудовые отношения работник-работодатель являются предметом двустороннего договора этих сторон. Право американцев на здравоохранение в большинстве является именно правом выбора гражданина пользоваться ли медицинскими учреждениями или нет (а отсюда и добровольность медицинского страхования). Государственное регулирование в этих областях затрагивает лишь базисные неотъемлемые права членов общества. Соответственно, все инициативы в области корпоративной социальной ответственности являются для корпораций добровольными по своей природе, что говорит о полной открытости американской модели корпоративной социальной ответственности. Бизнес заинтересован в добровольных вливаниях в образование, пенсионные и страховые схемы для персонала и иные социально значимые программы. Ответственное перед обществом поведение корпораций поощряется соответствующими налоговыми льготами и зачетами, закрепленными на законодательном уровне. Для США характерно минимальное вторжение государства в частный сектор. Несмотря на это Америка известна традициями систематического участия бизнеса и/или его представителей в финансировании самых разнообразных некоммерческих проектов.

В отличие от США, где корпоративная социальная ответственность иницируется самими компаниями, выходя далеко за рамки требований законодательства в вопросах взаимоотношений компаний со своими

стейкхолдерами, европейские корпорации более заметны в вопросах ограничения своей ответственности перед обществом. Европейская модель корпоративной социальной ответственности не является открытой линией поведения компании. Наоборот, та корпоративная деятельность, которая традиционно рассматривается в США как КСО (т.е. проводимая исключительно по инициативе самого бизнес-сообщества), в Европе, как правило, регулируется нормами, стандартами и законами соответствующих государств. Следуя модели корпоративной социальной ответственности, рассматривающей экономическую, юридическую, этическую ответственность компаний и их благотворительную деятельность, мы можем выделить следующие отличия континентальной модели корпоративной социальной ответственности от американской:

Экономическая ответственность в основном фокусируется на аспекте прибыльности бизнеса и на ответственности компании перед ее акционерами (типично американский подход). Европейцы в данную группу отношений также относят ответственность перед работниками предприятия и местными сообществами;

Юридическая ответственность является базой для любой формы социальной ответственности в Европе. Европейский бизнес рассматривает государство как институт, приводящий в исполнение принятые правила поведения, в то время как в Штатах подобное государственное регулирование воспринимается скорее как вмешательство в вопросы личной свободы;

Большинство социальных проблем относятся европейскими компаниями к сфере этической ответственности. Европейцы вообще не очень склонны доверять частному сектору;

Благотворительность не так популярна в Европе, как в США. Последнее объясняется уровнем налогового бремени, значительно превышающим американские аналоги. Как следствие, европейские компании принимают участие в филантропических акциях преимущественно через юридически закрепленные механизмы.

В последнее время даже появился новый термин для обозначения европейского варианта корпоративная социальная ответственность - это корпоративная способность к социальному реагированию. Одной из основных особенностей континентальной модели корпоративной социальной ответственности является его государственное регулирование.

Несмотря на существенные различия стран Континента в применении концепции корпоративной социальной ответственности, схожего между ними больше. Это проявляется, прежде всего, в том, что европейские политики придают большое значение поддержке разнообразных инициатив в корпоративной социальной ответственности. Три года назад Европейская Комиссия определила корпоративную социальную ответственность как концепцию, в рамках которой компании на добровольных началах объединяют свои усилия со стейкхолдерами для решения социальных вопросов и реализации природоохранных мероприятий.

КСО в Великобритании сочетает в себе элементы американской и континентальной моделей. Общей чертой с Континентом является, прежде всего, активная поддержка бизнеса со стороны государства. Британия славится хорошо разработанной государственной системой социального обеспечения и здравоохранения. Одновременно присутствуют и американские элементы корпоративной социальной ответственности, которые особенно четко проявились после реформ Маргарет Тэтчер. В целом, для британской модели характерны следующие признаки:

Широкое развитие сектора независимого консалтинга в области КСО;
Пристальное внимание финансового сектора к проектам в области корпоративной социальной ответственности (тенденция роста количества социально ответственных инвестиционных фондов);

Повышенный интерес СМИ;

Система бизнес-образования Великобритании однозначно превосходит континентальную Европу по количеству и разнообразию учебных курсов в области корпоративной социальной ответственности.

Участие правительства в развитии корпоративной социальной ответственности. Это проявляется в создании партнерств с частными предприятиями в образовательном секторе, поддержке инициатив в области КСО через софинансирование проектов, налоговые льготы, продвижение инициатив по соответствию национальных стандартов принятым международным.

Принципиальным моментом является ярко выраженная инициативность самого бизнеса в создании проектов в области корпоративной социальной

ответственности, что, по сути, полностью согласуется с принципом добровольности.

Общей тенденцией, как для британской, так и континентальной модели корпоративной социальной ответственности является их очевидная скрытая форма с постепенным движением в сторону открытой модели. Таблица 1 дает представление об основных различиях КСО в Америке и Европе.

Таблица 1. Модели КСО в США и Европе.

Модели КСО в США и Европе		
Аспекты КСО	США	Европа
Экономическая ответственность	Направленность на соответствие с передовыми принципами корпоративного управления, достойного вознаграждения и защиты потребителя.	Законодательно установленные рамки поведения например, 35-часовая рабочая неделя, МРОТ, регулирование сверхурочной работы, правила производства и тестирования мед. препаратов.
Юридическая ответственность	Невысокий уровень законодательно закрепленных правил поведения корпораций.	Глубоко проработанное законодательство о правилах ведения бизнеса.
Этическая ответственность	Тенденции преобладания поддержки местного сообщества.	Высокие налоги и высокий уровень государственной социальной защиты.
Благотворительность (филантропия)	Спонсирование искусства, культуры и университетского образования.	Высокое налоговое бремя переносит на государство ответственность за финансирование культуры, образования, т.п.

Несмотря на всплеск российских публикаций по тематике национальной корпоративной социальной ответственности в последние 2-3 года, еще недостаточно аналитических исследований по аналогии с теми, что регулярно проводятся на Западе. Из имеющегося исследовательского материала и публикаций СМИ по корпоративной социальной ответственности в России создается впечатление, что отдельные исследования и особенно заявления некоторых представителей российской бизнес-элиты страдают излишним оптимизмом относительно состояния российской корпоративной социальной ответственности.

В отличие от американской и европейских моделей и, видимо, в силу наличия элементов командной системы, унаследованной с советских времен, роль государства как двигателя корпоративной социальной ответственности в России трудно переоценить. Данную особенность можно даже рассматривать как

едва ли не основную отличительную черту российской корпоративной социальной ответственности по сравнению с западными аналогами. В условиях отсутствия как опыта в корпоративной социальной ответственности, так и устойчивых традиций в области филантропии - по крайней мере, в период после 1917 года - такую тенденцию можно считать положительной национальной чертой.

Таблица 2. КСО в России и Европе: основные отличия

КСО в России и Европе: основные отличия.		
Сравнимые индикаторы	Великобритания и континентальная Европа	Россия
Основные стейкхолдеры по степени важности	Персонал. Потребители. Сообщество. Акционеры.	Государство. Собственники. Персонал. Потребители.
Стимулирующие/ движущие силы развития КСО	Сами корпорации. НКО и сообщество. Государство.	Государство (верховная исполнительная власть). Сами корпорации. Местные власти.
Роль неправительственных/ некоммерческих организаций	Многочисленны и многообразны; Одни из основных драйверов, подстегивающих и/или сотрудничающих с бизнесом в (Гринпис, Бизнес в Сообществе, т.п.); Большое влияние на общественное мнение существенным влиянием и реальные механизмы давления на бизнес в целом (например, дело "Шелл" и вышки "Брент Спар").	Пока сравнительно немногочисленны; Скорее помощники, чем двигатели КСО; В вопросах КСО пока недостаточно КСО.
Тенденции социальной отчетности (СО)	СО инициируется самим бизнесом; СО находится на начальном этапе; Стандарты СО хорошо адаптированы и широко применяются; СО ориентировано на все большинство стейкхолдеров.	СО находится на начальном этапе; Зачастую недопонимается как целостная система и недооценивается ее полезность в долгосрочной перспективе;

		СО В ОСНОВНОМ ориентирована на государство и акционеров (в меньшей степени - на общество).
--	--	--

Совершенно очевидно, что корпоративная социальная ответственность в России находится пока в начальной стадии своего развития. Поэтому - за некоторыми исключениями - заметно недопонимание чисто практической ценности корпоративной социальной ответственности. В этой связи существует опасность подменить положительно зарекомендовавшую себя на практике концепцию корпоративной социальной ответственности на конвейер по производству документации по квазиположительной социальной отчетности. В целом, создается впечатление об отсутствии у большинства российских компаний осмысленной долгосрочной стратегии в корпоративной социальной ответственности.

Таким образом, по источникам регулирования, практике и драйверам российский вариант корпоративной социальной ответственности представляет собой смесь британской модели (добровольное инициирование бизнесом) и континентальной схемы (желание предприятий получить от государства четкие законодательные рамки корпоративной социальной ответственности). В силу начальной стадии развития корпоративной социальной ответственности в стране имеет место недопонимание ее целостной концепции, апробированных практик и полезности. Корпоративная социальная ответственность ориентировано на ближний круг стейкхолдеров - государство, собственников и сотрудников. Более широкий круг заинтересованных сторон - местные сообщества, поставщики, и пр. - пока не является системным признаком. По мере развития рынка и взросления общества, придет понимание необходимости сотрудничества с другими стейкхолдерами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баранова Юлия Александровна Социальная ответственность бизнеса: теоретический аспект // Вестник МГУКИ. 2012. №4 (48).
2. Иншаков, О.В. Социальная ответственность как императив институционального механизма адаптации предприятия к рыночным условиям хозяйствования / О.В. Иншаков, Н.Н. Лебедева, Г.Г. Набиев. — Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2003. — 52 с.

3. Смогленко О.Н. Социальная ответственность бизнеса и её роль в развитии компании // Современные научные исследования и инновации. 2018. № 1

4. Джумакулиева А. Э. Корпоративная социальная ответственность // Молодой ученый. — 2016. — №18. — С. 242-243.

Макарова М.А.

Ивановский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Иваново

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ УСЛУГ

The article presents the results of a study of the state of the sector of small and medium-sized businesses in the Ivanovo region. The problems of tourism development in the Ivanovo region are considered. Directions for improving the mechanism for supporting small and medium-sized tourism enterprises at the regional level are indicated.

Key words: small business, medium business, tourism, regulatory framework, tourism, development, state support.

В сложившихся условиях значительная роль в решении проблемы развития малого и среднего предпринимательства отводится сфере услуг, и в частности индустрии туризма, которая не требует таких больших капиталовложений, как, например, промышленность, и является индустрией номер один по созданию рабочих мест для населения, включая самих предпринимателей.

Деятельность субъектов малого и среднего предпринимательства в России регулируется принятым 24 июля 2007 года Федеральным законом 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [5].

В Ивановской области, по данным Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства по состоянию на 10.01.2019г. было зарегистрировано 20,7 тысяч малых и средних предприятий, из которых малые предприятия составили 1,9 тыс. ед., микро-предприятия – 18,9 тыс. ед., средние предприятия – 82 ед.. На предприятиях малого и среднего бизнеса было занято более 102 тыс. человек.

Отраслевая структура малого и среднего бизнеса в Ивановской области в 2017 и 2018 годах выглядит следующим образом (см. таблица 1) [3].

Таблица 1 – Отраслевая структура малого и среднего бизнеса в Ивановской области в 2017 и 2018 годах.

	2017 год (%)	2018 год (%)
Всего	100	100
Обрабатывающие производства	10,2	11,5
Строительство	8,3	9,7
Сельское хозяйство	1,5	1,9
Оптовая и розничная торговля	35,2	38,5
Транспортировка и хранение	8,7	11
Информация и связь	1,9	2,1
Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	1,8	2,0
Деятельность по операциям с недвижимым имуществом	5,9	6,4
Деятельность профессиональная, научная и техническая	5,7	6,5
Социальная сфера	1,7	3,2
Прочие сферы деятельности	19,1	7,2

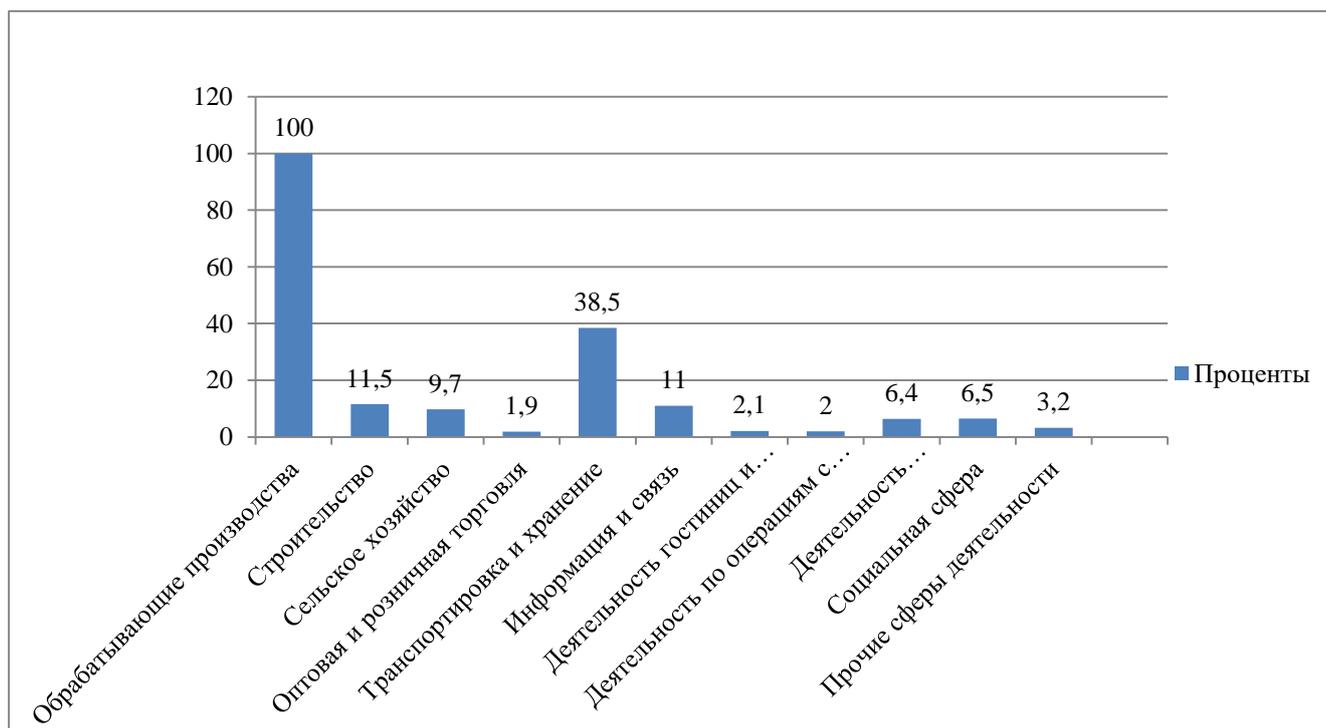


Рисунок 1 - Отраслевая структура малого и среднего бизнеса в Ивановской области в 2018 г.

Наиболее распространенными сферами в Ивановской области, которыми представлен малый и средний бизнес, можно назвать следующие: розничная и оптовая торговля – 38,5%, обрабатывающее производство – 11,5%, строительство – 9,7%, операции с недвижимостью – 6,4%, и др.

Рассматривая отраслевую структуру принадлежности хозяйствующих субъектов малого и среднего предпринимательства Ивановской области важно отметить, что всего 2 % составляет деятельность гостиниц и предприятий общественного питания, хотя значительная часть экономического потенциала должно отводиться сфере услуг, причем, в большей степени – туристических услуг.

Туризм – это важная отрасль экономики государства, которая обеспечивает приток валюты в страну, загрузку гостиничных комплексов, отельных зон и развлекательных центров, улучшение инфраструктуры и экономический рост в целом [6]. Индустрия туризма основана на использовании и применении локальных туристических ресурсов, при которых вместе с предпринимателями и государство получает доход.

Ивановская область – регион с богатым культурным и историческим наследием. На территории области представлены разнообразные категории объектов: из 1646 объектов культурного наследия 185 являются памятниками истории и культуры федерального значения, 317 - регионального, 195 - муниципального значения. А также, 949 объектов являются выявленными объектами культурного наследия [2].

В Ивановской области наблюдается четыре основные проблемы развития сферы туризма:

Первая проблема. В отрасли наблюдается нехватка инвестиций в развитие гостиничной сети. Отсутствует система комплексной (организационной) поддержки развития туризма со стороны органов государственной власти. Построено достаточно много дорогих гостиниц, которые рассчитаны на другую целевую аудиторию.

Вторая проблема. Не разработана система информационно-рекламных ресурсов для информирования потенциальных потребителей об услугах. Наблюдается значительный физический износ существующей материальной базы. В результате туристско-рекреационный потенциал Ивановской области

реализуется недостаточно. Количество туристов составляет более 1 млн. человек в год, при этом объем услуг, которыми они пользуются, не соответствует средним европейским стандартам.

Третья проблема. Одним из основных факторов, который ограничивает развитие туризма в Ивановской области, является отсутствие или неудовлетворительное состояние объектов обеспечивающей инфраструктуры – дорог, очистных сооружений, систем газификации, электроснабжения и водоснабжения. Нет бюджетного выделения на финансирование создания в регионе системы знаков туристской навигации, а также на создание и функционирование в регионе туристско-информационного центра [4]. Но регион пытается решать эту проблему. Для развития инфраструктуры водных видов транспорта и круизного туризма, разработана концепция проекта кластера "Волжская Ривьера", для развития туристического маршрута вдоль р. Волга (Плес, Вичуга, Кинешма, Заволжск, Юрьеvec, Пучеж).

Таблица 2 - Количественный состав проводимых мероприятий в населенных пунктах Ивановской области в течение года*

Наименование мероприятия	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	итог
Фестиваль	3	1	3	3	1	5	8	10	7	3	2	1	47
Праздники						1	4	2	5				11
Ярмарка				2		1	2	1	4				10
Концерт						1	1						2
Рыбалка	1	1	1					1					4
Рождественские гуляния	1												1
Спортивные мероприятия			1			2			1			1	5
Иные мероприятия									2	1		2	5
* Составлено по материалам событийного календаря Ивановской области													

Четвертая проблема – недостаточно насыщенный событийный календарь. Все знают, что, когда в городе происходит то или иное событие, заполняются гостиницы, рестораны и торговые центры. Поэтому с экономической точки зрения именно событийные туры являются наиболее перспективными. По обобщенным данным в 2017 - 2018 гг. в Ивановской области проводится различные мероприятия (см. табл. 2).

В количественной составляющей лидируют такие события, как фестиваль – 47 мероприятий, далее идут такие мероприятия, как праздники – 11 мероприятий и на третьем месте – ярмарки – 10 мероприятий. [1]

Сравним события и мероприятия, проводимые в ближайших областях (см. таблицу 3). [1]

Таблица 3 - Количество проводимых в областях мероприятий по видам*

Область/мероприятие	Фестиваль	Праздник	Ярмарка	Концерт	Рыбалка	Рождественские гуляния	Спортивные мероприятия	Иные мероприятия	Итого
Ивановская	47	11	10	2	4	1	4	5	85
Владимирская	22	35	8	0	0	1	1	43	110
Ярославская	66	18	9	0	4	1	28	73	199
Костромская	17	1	2	0	0	1	4	8	33
Итого	152	65	29	2	8	4	37	129	427
* Составлено по материалам муниципальных событийных календарей									

Таким образом, межрегиональный анализ количественно проводимых мероприятий позволил выявить, что Ивановская область занимают 3 позицию среди анализируемых регионов.

Для повышения привлекательности туристических услуг среди предпринимателей каждый регион разрабатывает определенные механизмы поддержки малого и среднего бизнеса. В Ивановской области реализуется государственная программа "Развитие культуры и туризма в Ивановской области" (постановление Правительства Ивановской области от 6 декабря 2017 года N 455-п). Программа нацелена на повышение качества, доступности, разнообразия услуг учреждений культуры и искусства населению Ивановской области и повышение конкурентоспособности туристского рынка.

Ведется разработка и внедрение технологии привлечения и подготовки кадров на территорию Ивановской области.

Минэкономразвития России усовершенствован механизм оказания поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства для упрощения

доступа к льготному кредитованию. Особые условия предусмотрены для проектов по повышению производительности труда и в сфере туризма.

«Учитывая потребности компаний в небольших суммах льготных кредитов, размер минимального кредита снижен с 3 млн. рублей до 500 тыс. рублей для субъектов МСП и микро-предприятий. В то же время со 100 млн. рублей до 500 млн. рублей повышен максимальный размер кредита на пополнение оборотных средств. В случае, если заемщик получает кредит на инвестиционные цели в сфере туризма, то его максимальный размер может составлять до 2 млрд. рублей», - отметил министр экономического развития России Максим Орешкин.

Подводя итог вышесказанному можно отметить следующее, что развитие малого и среднего бизнеса в Ивановской области во многом будет зависеть от эффективности реализации комплекса мер по обеспечению поддержки со стороны государственной власти, повышение инвестиционной привлекательности сферы туризма, улучшение инфраструктуры и увеличением событийного туризма. Уникальный ресурсный и рекреационный потенциал территории должен быть осязаем, иметь в наличии готовые инвестиционные проекты, и инвестиционные вложения обеспечены гарантиями.

Литература

1. Вострова А.П. Анализ перспектив развития событийного туризма в Ивановской, Владимирской, Ярославской и Костромской областях // Приднепровский научный вестник. 2018 Т. 6 № 1 С. 27.
2. Постановление Правительства Ивановской области № 455 от 6.12.17 «Развитие культуры и туризма в Ивановской области» (с изменениями на 21 октября 2019 года).
3. Информационно портал Департамента экономического развития и торговли Ивановской области - <http://derit.ivanovoobl.ru>
4. Информационно портал Общественной палаты Ивановской области - <http://opiv.ru/>
5. Информационно-правовой портал «КонсультантПлюс». Официальный сайт. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
6. Морозов М.А. «Экономика туризма. Учебник для СПО» Издательство: "Юрайт". 2019. – 253с.

к.э.н. Хусаинова Е.А., Овчинникова Ю.В, Камалова А.А.
Казанский государственный энергетический университет,
Россия

КАЧЕСТВО ПРОДУКТА И ЕГО МЕСТО В ОТРАСЛЕВЫХ СТРАТЕГИЯХ

Современная рыночная экономика предъявляет значимо другие требования к качеству выпускаемой продукции. В современном мире целеустремленность любой фирмы, ее положение на рынке товаров и услуг определяются уровнем конкурентоспособности. Таким образом конкурентоспособность связана с двумя показателями - уровнем цены и уровнем качества продукции. При этом уровень качества продукции постепенно одерживает верх. Производительность труда, экономия всех видов ресурсов уступают место качеству продукции.

Качество –совокупность свойств и характеристик продукции и услуги, которые удовлетворяют потребности потребителя.

Качество продукции – это совокупность свойств продукции, которая обуславливает пригодность удовлетворять потребности человека, соответствующие с ее назначением. Увеличение, улучшение качества продукции в существенной мере показывает выживаемость предприятия в условиях рынка, темпы научно-технического прогресса, рост эффективности производства, экономию всех видов ресурсов, которые используются на предприятии. Рост качества продукции - характерная тенденция работы всех ведущих фирм мира. Она охватила европейские, американские и азиатские предприятия. Качество выпускаемой продукции является важнейшим показателем конкуренции между фирмами.

Качество как фактор конкурентоспособности распространяется на всю национальную экономику. Оно способствует рациональному использованию ресурсов.

Качество продукции не выходит за рамки только одного свойства, это совокупность свойств. Свойства продукции количественно характеризуются в показателях качества.

Показатели назначения, показатели надежности, показатели технологичности, показатели стандартизации и унификации, показатели безопасности, патентно-правовой показатель все они формируют качество продукции. Изделие должно быть обязательно надежным, эксплуатационным, удобным, эстетически радующим глаз, хорошо выполнять свои функции, т.е. удовлетворять те потребности, для которых соответственно и создавалась данная продукция. Но кроме выше перечисленных показателей важна и цена изделия. Именно с ценой связан вопрос экономически оптимального качества, или экономически рационального качества. Приобретая изделие, покупатель всегда сравнивает, компенсирует ли цена изделия набор свойств, которыми оно обладает.

Управление качеством - действия, которые осуществляются при создании, эксплуатации или потреблении продукции в целях установления, обеспечения и поддержания необходимого и благоприятного уровня ее качества. Суть всякого управления заключается в выработке управляющих решений и дальнейшей реализации предусмотренных этими решениями управляющих воздействий на определенном объекте управления. При управлении качеством продукции непосредственными объектами управления, как правило, являются процессы от которых зависит качество продукции. Они организуются и протекают как на допроизводственной стадии, так и на производственной и после производственных стадий жизненного цикла продукции.

Управляющие решения разрабатываются на основании сравнения информации о фактическом состоянии управляемого процесса с его, заданными программой управления, характеристиками.

Управление качеством продукции возможно осуществляться только тем, т.е. на самом предприятии должна функционировать система управления качеством продукции, являющаяся организационной структурой, которая точно распределяет ответственность, процессы, процедуры, ресурсы, необходимые для управления качеством.

Политика качества сформулирована в виде принципа деятельности предприятия или долгосрочной цели, включая:

- совершенствование экономического положения предприятия;
- расширение или завоевание новых рынков сбыта;

улучшение достаточно важных показателей качества продукции;

Во всех странах, управлению качеством продукции уделяется достаточно большое внимание. В наше время формируется новый подход и новая стратегия в управлении качеством. Она характеризуется следующими моментами:

организационная структура предприятия должна отвечать новому понятию качества;

качество должно быть обязательно нацелено на удовлетворение требований потребителя, а не изготовителя;

всеобщее повышение качества возможно только при заинтересованности участием всех работников предприятия.

Данные принципы осуществимы тогда, когда работает организованная система управления качеством, нацеленная на интересы потребителей, касающаяся всех подразделений и приемлемая для всего персонала предприятия.

Нормативно-правовая база управления качеством продукции включает в себя разного рода нормативные акты и правила.

Нормативный акт как индивидуальная форма права представляет собой издаваемый компетентным государственным органом акт, устанавливающий, изменяющий или отменяющий юридические нормы (правила поведения). Например, соблюдение требований стандартов обеспечивается нормативными актами гражданского, трудового, административного и уголовного права.

Организация должна выполнять основные требования по ведению производственных процессов, обеспечению соответствующего качества продукции, устанавливая контроль качества продукции. При этом качество продукции может складываться различными способами: по спецификации, по образцу, на основе стандарта и другими.

Список литературы:

1. Большой экономический словарь: 26500 терминов / под ред. А. Н. Азрилияна. - 7-е изд., доп. - М. : Ин-т новой экономики, 2007 (Можайск). - 1472 с.
2. Хусаинова Е.А. Разработка инструментов мониторинга региональной экономической безопасности: Автореф. дис.канд.эк.наук 08.00.05. / Москва, 2018.-24с.
3. Голобокова, Г.М.. Экономическая стабильность: учебное пособие / Г.М. Голобокова. – М.: ИНФРА–М, 2011. – 326 с.

Магистрантка 3 года обучения Шлычкова Екатерина Павловна

Таганрогский институт управления и экономики, Россия

Научный руководитель – к.ю.н., доцент кафедры гражданского права и процесса Каменева Полина Валерьевна

Таганрогский институт управления и экономики, Россия

ИСТОРИЧЕСКИЕ ЭТАПЫ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ И ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

Становление и развитие электронной торговли условно делится на два больших этапа. К первому этапу относится XX век, где непосредственно зарождается сама идея появления электронной коммерции, появляются технологии автоматизации продажи авиабилетов, банковских операций, пластиковых карт и т.д. Второй этап становления электронной торговли связан с XXI веком, который принято считать веком информационных технологий, что, естественно, способствует развитию электронной коммерции.

Итак, рассмотрим более подробно этапы становления электронной торговли. Первый этап (XX век) делится на четыре периода: 60-е годы XX века; 70-е годы XX века; 80-е годы XX века; 90-е годы XX века [2].

60-е годы XX века принято считать эпохой зарождения электронной коммерции. Именно тогда впервые создается система автоматизации процедуры резервирования мест на авиарейсы – SABRE. Следующим этапом стало управление запасами предприятий с помощью электронных технологий, которые позволили значительно снизить издержки. Еще одним шагом в развитии электронного бизнеса стало появление электронных банковских карт, изготовленных из пластика с нанесенной на них магнитной полосой (магнитные карты), которые обеспечивали возможность автоматизации финансово-расчетных операций.

В 70-е годы XX века появляются первые электронные сети. В этот период впервые в США появляется биржа ценных бумаг NASDAQ, которая не имеет традиционной биржевой площадки. Параллельно в это же время создается первая в мире централизованная электронная сеть учета банковских чеков, а также начинают использоваться средства для электронного обмена данными и

электронного перевода финансовых средств. В 1976 году впервые появилось понятие электронной подписи, без которой современная электронная коммерция просто немислима. В 1977 году более двухсот банков Америки и Европы были объединены межбанковской сетью финансовых сообщений.

Уже в начале 80-х годов начали появляться первые системы проведения электронных платежей. В тот период они проводились с использованием специального программного обеспечения исключительно в закрытых компьютерных сетях. В 1985 году Американская Комиссия по ценным бумагам внедрила на рынке NASDAQ систему выполнения малых ордеров (SOES), что позволило многим мелким инвесторам получить доступ к биржевым торгам на рынке ценных бумаг. И уже в 1987 году использование SOES стало обязательным для всех брокеров. Одним из главных достижений этого периода является тот факт, что уже в конце 80-х электронная коммерция смогла активно внедриться в сферу туризма. В 1989 году был разработан основополагающий стандарт современного Интернет пространства - стандарт World Wide Web (WWW) - глобальная гипертекстовая система.

Несмотря на все вышеперечисленные открытия, вплоть до 1990 года использование сети Интернет в коммерческих целях было запрещено, в связи с чем электронная торговля не могла свободно развиваться в полную силу.

Однако в 1990 году к работе в сети Интернет были допущены первые крупные частные корпорации. В это же время управление сетью Интернет, которая до этого времени находилась под полным контролем американских государственных органов, было передано частным структурам. В 1993 году были изобретены технологии для будущих электронных денег. В 1994 году в сети Интернет появилась первая электронная платежная система. В 1995 году Джефф Бизос впервые открыл сайт Интернет-магазина Amazon [1], который в настоящее время является крупнейшим Интернет магазином в мире. В это же время начинает функционировать первый Интернет-банк.

Вторым этапом формирования и развития электронной торговли является XXI век. В этот период электронная коммерция только усиливает свои позиции и набирает обороты.

В начале 2001 года Всемирный банк распространил проект документа «Электронные государственные закупки». В 2002 году на складах компании «Tesco» внедрили технологию «RFID», а летом 2003 года началось оснащение

соответствующим оборудованием магазинов компании. В 2004 году появилась DHgate.com, первая китайская платформа для онлайн-транзакций b2b.

Наиболее динамично рынок электронной коммерции развивается в течение последних 20 лет, что обусловлено стремительным ростом количества интернет-пользователей, увеличением влияния социальных сетей и других интерактивных онлайн-платформ, динамичным развитием систем электронных платежей и переходом ведущих игроков рынка к новым технологическим платформам для электронной коммерции.

С учетом всего вышесказанного можно сделать вывод, что электронная торговля сегодня только укрепляет свои позиции на мировом рынке. Однако, несмотря на динамику развития и формирования электронной коммерции, в настоящее время остро стоит вопрос правового регулирования данного вида предпринимательства.

Литература:

1.Chatham B. Buy Side Market Realities. Forrester Research Report [Текст]. – January, 2019. – С. 7 – 8.

2.Дыганова Р.Р. Анализ зарубежного и отечественного опыта развития дистанционной торговли [Текст] // Экономика: вчера, сегодня, завтра. - 2016. Т. 6. - № 10А. - С. 65 – 73.

Logistics

Master candidate - Fedko M.A.

Scientific supervisor - Dr. D.C., Professor Astafyeva N.V.

Gagarin Saratov State Technical University, Russia

IMPROVEMENT OF PRODUCTION EFFICIENCY

BASED ON A LOGISTICAL APPROACH

The efficient and stable operation of the enterprise is ensured by the full development of its economic activity, which, in turn, is one of the factors of economic growth of the region and the country as a whole. Therefore, the necessary elements for the successful management of the enterprise are: a competent calculation and justification of the necessary level of costs, income and profits, foresight of potential problems, as well as the provision of a system of measures to prevent situations, resulting in loss of profits, including the use of a logistical approach [1].

A company that generates sufficient net profit for the development of production is cost-effective. At the same time, each enterprise faces the problem of the rational use of resources during the production of products (services), which needs special measures to be developed to improve its efficiency.

To operate effectively, the company needs to optimize its production process. One of the areas of optimization is to improve the efficiency of the process (intra-production transportation, installation, preparation of materials, etc.), which is to minimize time and cost. To solve the problem of planning the production process, you need to apply methods to determine the optimal time for the manufacture of the order, which will save material and financial resources.

There are the following types of production losses that you need to pay attention to in order to reach a set level of reducing time and financial resources:

- equipment downtime - increase production time and turnover, during which the equipment cannot work due to breakdowns (errors) or repair (maintenance);

- loss of time during the transportation, i.e. unreasonable construction of internal and external logistics system (external and intra-production movement of

semi-finished products, production stocks, unfinished production and finished products And their financial and information support);

- irrational workflow planning, causing excessive and overlapping movements of material flows in the process;

- surplus materials, which occur in the absence of a well-thought-out plan in the formation of the order, in which there is a surplus of the product [2].

For each enterprise, a certain group of factors dominates, which is determined by the scale of its activities, individual features of custom work for each client, etc. However, for any well-functioning production company, the priorities are: the efficiency and high quality of the products produced, the reduction in production costs and the maximization of profits.

For the company today, the need to create a strong and permanent customer base and its formed target market segment is strategically important [3]. Also effective is the implementation of a program of innovation proposals developed by the company's employees and focused on improving the process by implementing measures to reduce production losses.

Due to the logistics service, the company places an order to buy products for a specific customer. After confirming payment for the ordered goods, the materials are also delivered from the supplier's warehouse to the customer's warehouse, bypassing intermediary storage, which reduces storage costs. Thus, it is possible to minimize freight, transportation and storage costs.

One of the main and important factors for a company and a customer is the delivery of goods. Logistics at the enterprise is to achieve desired end results, carried out on a "just on time" principle. It means that during the production process the needed material should enter the production line at the proper time and at the proper amount at minimum costs.(3) This method allows the enterprise to be highly effective in management and to increase its competitiveness.

In today's competitive environment, the production company needs to think through its every step, take reasonable risks, be able to find a way out of the current situation. In such circumstances, it is very important to have highly qualified personnel in the management structure of the enterprise. In order to increase its intellectual capital, the company must implement various training and retraining schemes and thereby reduce staff turnover. Rational promotion and rotation schemes have become

particularly popular in order to obtain reliable information about pressing production problems, followed by a decision to address them and focus on improving efficiency of the workflow. Therefore, it is necessary to continuously improve the skills of employees, to acquire modern skills to solve the production and economic problems arising in the production process.

Employees of the enterprise should be able to effectively interact with each other, rationally allocate their working hours, emphasizing priority on urgent orders, properly plan, organize and carry out production process in accordance with the priorities set, which will eventually reduce the duration of the production cycle, reduce equipment downtime and minimize logistics costs. At the same time, the most important task of the company's logistics management staff is to minimize logistics costs while meeting the quality standards of logistics service established at the strategic level.

Thus, the introduction of logistics at the production will allow the company to reduce the volume of stocks of materials and finished products, reduce the cost of goods, speed up the process of turnover, ensure the fulfillment of consumer requests in matters improving the quality of goods in accordance with his wishes.

Literature:

1. Lyker, Jeffrey K. *Dao Toyota: 14 Principles of Management of the World's Leading Company*: transl. D.K. Lyker. Moscow: Alpina Business Books, 2005. - 402 pages.
2. Chernova V.A., Ageev I.T. The concept of lean production: a steady reduction in losses / *Young scientist*. 2016. No.26. Pages 407-410.
3. Besedin A.V. Pulling the production process in "lean production" / *Young scientist*. 2019. No.1. Pages 76-78.

Agricultural economics

Студентка 3-го курса Газизова Л.Н.

Студентка 3-го курса Сабурова Ю.Ш.

Кандидат экономических наук Хусаинова Е.А.

*ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»,
Россия*

АПК КАК ЖИЗНЕННО ВАЖНАЯ ОТРАСЛЬ ЭКОНОМИКИ

Экономика сельского хозяйства изучает и анализирует все формы проявления экономических законов, механизм воздействия этих форм на развитие всего агропромышленного комплекса и экономические закономерности, наблюдаемые в функционировании сельскохозяйственного производства.

Сельское хозяйство является фундаментом для других отраслей экономики, источником пополнения национального дохода для решения насущных задач страны. От состояния и темпов развития сельского хозяйства во многом зависят основные народнохозяйственные пропорции, рост экономики всей страны.

Агропромышленный комплекс (АПК) — это совокупность отраслей народного хозяйства, связанных между собой экономическими отношениями по поводу производства, распределения, обмена и потребления сельскохозяйственной продукции. В него входят отрасли, обеспечивающие производство сельскохозяйственной продукции, ее переработку, хранение и реализацию, изготовление средств производства для АПК и его обслуживание. В данном комплексе на разных стадиях производства и обращения прямо и косвенно участвуют около 80 отраслей народного хозяйства.

Агропромышленный комплекс представляет собой сложную многоотраслевую производственно-экономическую систему, в составе которой выделяются три сферы. Первая сфера включает отрасли промышленности, обеспечивающие АПК средствами производства. Вторая сфера представлена сельским хозяйством и является центральным звеном всего АПК. Третья сфера включает совокупность отраслей и предприятий, обеспечивающих заготовку, транспортировку, хранение, переработку сельскохозяйственного сырья, а также реализацию

конечного продукта. В данную сферу входят пищевая промышленность (пищевкусовая, молочная и мясная), легкая промышленность (текстильная, кожевенно-меховая, обувная), комбикормовая промышленность, заготовительные и торговые организации.

Основная задача сельского хозяйства сводится к обеспечению всего населения страны продовольствием, а отраслей промышленности - необходимым производственным сырьем.

Агропромышленный комплекс России является крупнейшим народнохозяйственным комплексом, в котором выделяют региональные агропромышленные комплексы (республиканские, краевые, областные и др.) и микрокомплексы — агропромышленные формирования (ассоциации, агрофирмы, агропромышленные предприятия и т.д.). В продовольственном комплексе России можно выделить три ведущих подкомплекса: зернопродуктовый, мясной и молочный. На их долю приходится более 75 % производства всей продукции, около 85 % производственных основных фондов и почти 80 % численности работников.

Правительство РФ вправе устанавливать условия предоставления за счет средств федерального бюджета субсидий бюджетам субъектов РФ, критерии и методику определения объема субсидий, предоставляемых субъектам РФ. В качестве условия предоставления за счет средств федерального бюджета субсидий бюджетам субъектов РФ в сфере производства сельскохозяйственной продукции может устанавливаться наличие у сельскохозяйственных товаропроизводителей (за исключением граждан, ведущих личное подсобное хозяйство, и сельскохозяйственных потребительских кооперативов) договоров сельскохозяйственного страхования, отвечающих требованиям федерального закона. Средства федерального бюджета имеют целевое назначение и не могут быть израсходованы на другие цели.

Эффективное сельскохозяйственное производство в современных условиях в значительной степени зависит от успешного функционирования целого ряда других отраслей народного хозяйства. Прежде всего от отраслей, поставляющих сельскому хозяйству технику, сельскохозяйственные машины, горюче-смазочные материалы, ядохимикаты, удобрения, строительные материалы и др. Для того, чтобы определить экономическую эффективность сельскохозяйственного производства следует учитывать все затраты труда,

которые позволяют обеспечить высокий уровень урожайности и продуктивности. Одинаковый уровень урожайности может быть достигнут при соотношении различных уровней затрат труда и средств. Повышать эффективность сельскохозяйственного производства означает, что нужно стремиться получать больше продукции на одну единицу затраченных на ее производство ресурсов. Существует несколько видов экономической эффективности сельского хозяйства:

- Отраслевая эффективность сельского хозяйства;
- Эффективность форм сельскохозяйственных предприятий, их подразделений;
- Эффективность отдельных отраслей сельского хозяйства;
- Эффективность сельскохозяйственных культур и сельскохозяйственной продукции.

Экономика сельского хозяйства дает базу для изучения дисциплин: организация сельскохозяйственного производства, анализ хозяйственной деятельности, финансирование и кредитование, управление сельскохозяйственным производством, международные экономические связи, сельскохозяйственные риски и другие.

Таким образом, роль сельского хозяйства в экономике страны или региона показывает её структуру и уровень развития. В качестве её показателей применяют долю занятых в сельском хозяйстве среди экономически активного населения (ЭАН), а также удельный вес сельского хозяйства в структуре ВВП. Эти показатели достаточно высоки в большинстве развивающихся стран, где в сельском хозяйстве занято более половины ЭАН. Сельское хозяйство там идёт по экстенсивному пути развития, то есть увеличение продукции достигается расширением посевных площадей, увеличением поголовья скота, увеличением числа занятых в сельском хозяйстве. В таких странах, экономика которых относится к типу аграрных, низки показатели механизации, химизации, мелиорации и др.

В мировом сельском хозяйстве на сегодняшний день занято около 1,1 млрд. экономически активного населения. А отрасли сельского хозяйства обеспечивают продуктами миллиарды людей. Сельское хозяйство — это не только самая древняя и наиболее зависящая от природных условий отрасль

экономики, это и самая обширная жизненно важная отрасль народного хозяйства, определяющая уровень жизни людей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. "Бюджетный кодекс Российской Федерации" от 31.07.1998 N 145-ФЗ (ред. от 04.11.2019, с изм. от 12.11.2019)
2. Кундиус, В. А.. Экономика агропромышленного комплекса: учебное пособие для системы доп. проф. образования; доп. МСХ РФ / В. А. Кундиус. - М.: Кнорус, 2013. - 540 с.
3. Третьяк, Л.А., Белкина, Н.С., Лиховцева, Е.А. Экономика сельскохозяйственной организации: Учебное пособие, 2-е изд. / Л.А. Третьяк. – М.: ИТК Дашков и К, 2015. – 396 с.
4. Брянских, С.П. Экономика сельского хозяйства / С.П. Брянских. – М.: Агропромиздат, 2017. – 326 с.
5. Кузнецов, В.В. Экономика сельского хозяйства / В.В. Кузнецов – Ростов-на-Дону: Феникс, 2018. – 352 с.

Government regulation of the economy

Амирарсланова Ю.А., Платонова И.В., Горковенко Е.В.

Воронежский государственный университет инженерных технологий,

Россия

ВЛИЯНИЕ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ РОССИИ

В современных условиях экономическая безопасность является основой сохранения целостности и национальной безопасности нашей страны и поэтому проблема влияния теневого сектора на экономическую безопасность РФ является одной из самых актуальных и злободневных. Под теневой экономикой понимается вся экономическая деятельность, скрывающаяся от общества, государства, а также находящаяся вне государственного контроля и учета [1].

Структура теневой экономики содержит в себе неформальную, фиктивную и подпольную составляющие (таблица 1).

Таблица 1 – Структура теневой экономики России

Вид экономики	Сущность
Неформальная	Включает закрепленные законодательством виды деятельности, участники которых не платят налоги. Тесно переплетена с легальной экономикой и представляет большую часть всей теневой экономики по числу занятых в ней.
Фиктивная	Напрямую связана с коррупцией и вытекает из нее. Это экономика откатов, мошенничества, приписок, взяток и т.д.
Подпольная	Содержит виды деятельности, запрещенные законодательством: контрабанда, торговля оружием, наркотиками, рэкет, убийства и др., что решается релевантным управлением экономической безопасностью региона.

По данным Росстата в России начиная с 2006 года и по сей день наблюдается значительный рост доли теневой экономики. РФ заняла 4 место в рейтинге из 28 стран с крупнейшей теневой экономикой. Ее объем в 2018 году составил 20,7 трлн.р. (таблица 2) [2].

Таблица 2 - Статистика теневой экономики в России

Год	Размер теневой экономики, трлн.р.	Размер ВВП, трлн.р.	Доля от ВВП, %
2010	7,1	44,5	16,0
2011	8,2	54,4	15,1
2012	9,4	62,4	15,0
2013	11,0	66,7	16,5
2014	12,4	71,4	17,3
2015	23,4	83,1	28,2
2016	24,3	86,0	28,3
2017	18,9	92,0	20,5
2018	20,7	103,6	20,0

Уровень теневой экономики также тесно связан с количеством рабочих мест, с уровнем преступности и коррупции. В стране с высоким уровнем безработицы, с нехваткой рабочих мест, которые обеспечивают удовлетворение потребностей населения, высокий удельный вес теневой экономики в ВВП неизбежен (рисунок 1). В неформальной экономике в 2018-2019 гг. занято около 14,4 млн. чел., из которых 6,5 млн. – женщины и 7,9 млн. – мужчины [3].

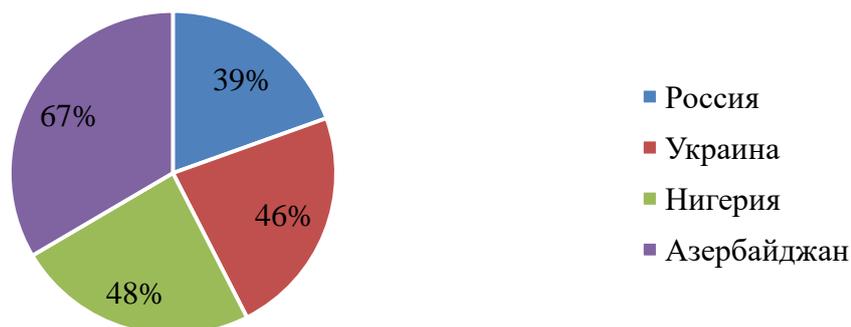


Рисунок 1 – Уровень теневой экономики в % от ВВП за 2019 г.

Бесспорно, следует согласиться с мнениями ряда авторов, что развитию теневой экономики в России способствуют: правовые; административные; финансово-экономические факторы. Все вышеназванные факторы приводят, в

первую очередь, к подавлению малого бизнеса, к сокращению его доли в ВВП, а значит, и к ухудшению экономической безопасности в целом [4; 5].

Теневую экономику следует рассматривать как негативное социально-экономическое явление, которое характеризуется рядом специфических особенностей, в частности:

представляет собой привлекательную среду для зарождения и развития организованной преступности;

препятствует эффективному и «здоровому» развитию рыночной экономики;

формирует коррупционные отношения во всех сферах экономической деятельности страны;

разрушает государственную систему справедливого распределения национального богатства, снижает доверие людей к власти;

не позволяет осуществить правовую защиту прав и интересов участников теневого сектора экономики, лишая их социальных гарантий и помощи;

приводит к ухудшению инвестиционного климата, вследствие чего наблюдается спад экономического производства;

способствует увеличению имущественного неравенства, бедности большей части населения страны [6; 7].

Таблица 3 – Влияние теневой экономики на экономическую безопасность России

Положительные аспекты влияния	Отрицательные аспекты влияния
1 Эффективность работы субъекта теневого бизнеса выше эффективности работы легальных предприятий.	1 Деструктивно влияет на режим конкуренции, деформирует рыночный механизм.
2 Участники теневых отношений имеют возможность дополнительного заработка.	2 Деформирует налоговую систему РФ, не обеспечивает поступления налогов в бюджет страны.
3 ВВП страны и ВРП регионов с теневыми явлениями возрастают.	3 Негативно влияет на состояние государственных финансов.
4 Дает возможность предотвращать банкротства частных лиц и предприятий.	4 Негативно сказывается на денежно-кредитной системе страны.
5 Сглаживает перепады в развитии экономики.	5 Отрицательно влияет на международные экономические отношения и связи России.
6 Теневая экономика стимулирует рост занятости населения.	6 Деформирует и ограничивает инвестиционные процессы.

Среди прочих дестабилизирующих факторов отметим, что теневая экономика не оценивается однозначно негативно. Так, в ряде случаев, граждане РФ сами прибегают к услугам лиц, работающих незаконно, желая сэкономить свои денежные средства. Влияние теневой экономики на экономику России оказывает двойственное влияние (таблица 3).

В связи с этим целесообразно провести следующие мероприятия по борьбе с теневой экономикой:

создание стабильной налоговой системы, базирующейся на твердой ставке налогообложения;

создание эффективно действующих систем финансового контроля, а также создание необходимых условий для «выведения из подполья» всех видов хозяйственной деятельности;

ведение активной профилактической работы правоохранительными органами для предотвращения незаконной деятельности;

осуществление деятельности по созданию более выгодных условий развития легального бизнеса.

В настоящее время позиции теневой экономики укрепились в таких видах экономической деятельности, как банковской, финансово-кредитной, инвестиционной, сырьевых отраслях и т.д. Можно сделать вывод, что теневая экономика является частью всей экономики в целом, пронизывая каждую ее отрасль и все сферы жизнедеятельности, образуя в современном российском обществе преступную среду. В складывающихся условиях проблема обеспечения экономической безопасности обостряется. В связи с этим возникает необходимость разработки государственной программы по ограничению распространения и самовоспроизводства секторов экономики, рассчитанная на долгосрочную перспективу, поскольку противодействие теневой экономике затрагивает интересы как граждан, общества, так и государства в целом.

Литература:

1 Вакуленко К. Э. Теневая экономика: причины и формы. Влияние на экономическую систему // Современные научные исследования и инновации. 2018. № 4. С. 251-255.

2 Балынин И. В. Комплексная модель оценки рисков несбалансированности бюджетов субъектов Российской Федерации в контексте социально-экономического развития регионов // Аудит и финансовый анализ. 2018. № 3. С. 311-313.

3 Кийко М. А. Оценка теневой экономики // Проблемы теории и практики управления. 2017. № 2. С. 113-118.

4 Горковенко Е.В., Платонова И.В., Чекудаев К.В. Анализ экономической безопасности Центрально-Черноземного региона // Экономика и предпринимательство. 2017. № 8-3 (85). С. 253-258.

5 Кузнецов А. П. Теневая экономика как порождение экономических дисфункций // Государственная политика противодействия коррупции и теневой экономике в России: материалы Всерос. научной конф. 2017. С. 123-125.

6 Горковенко Е.В., Платонова И.В. Экономическая безопасность организации: кадровый аспект // В книге: Материалы ЛП отчетной научной конференции за 2013 год 2014. С. 202.

7 Платонова И.В., Горковенко Е.В. Эффективный инновационный механизм как залог экономической безопасности предприятия // Экономика. Инновации. Управление качеством. 2016. № 4 (17). С. 59а-60.

Macroeconomics

Мигунова Г.С., Темнова Ю.В.

Среднерусский институт управления - филиал РАНХиГС

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА РОССИИ

Банковский сектор России в настоящее время претерпевает ряд существенных изменений. Данные изменения касаются не только качественных характеристик банковских продуктов и услуг, что обусловлено закономерным развитием рынка в результате внедрения новейших информационных технологий, но и системы регулирования банковской деятельности, а также структуры самого банковского рынка.

Количество банков в России за последние годы постоянно снижается. Это подтверждает заключения экспертов, которые уже давно говорят, что в ближайшие годы в России останется около 500 банков. И действительно, прогнозы аналитиков по количеству банков оказались вполне реальными. Чтобы убедиться в этом, стоит посмотреть на количество банков в свете последних изменений в законодательстве по размеру уставного капитала.

В соответствии с данными Банка России по состоянию на 01.01.2018 года количество банков и небанковских кредитных организаций в России составляет – 561, из которых 230 (41%) можно отнести к крупным банкам[1]. А на 01.01.2017 года количество банков и небанковских кредитных организаций в России составляло – 623, из них - 246 (39,5%) можно твердо отнести к крупным и соответствующим требованиям по величине уставного капитала.

Из общего количества банков и небанковских кредитных организаций на начало 2018 года - 277, или 49,4% зарегистрированы и имеют головной офис в Москве. При таком количестве банков в Москве и при ориентировочной численности населения Москвы за 2016 год - 12 300 000 человек получается, что на каждые 44,4 тысячи населения столицы приходится один банк.

Количество банков на 01.01.2018 года составило 561, то есть за 2017 год сократилось еще на 62 банка (623-561). Тогда как за 2016 год

банковсократилось на 110 единиц. Сокращение банков в 2018 году немного замедлилось.

Отзыв лицензий у банков, которые создают реальную угрозу интересам кредиторов и вкладчиков и в течение одного года неоднократно допускали неисполнение федеральных законов, регулирующих банковскую деятельность, и нормативных актов Банка России, продолжился и в 2018 году.

Несмотря на прошлогодние уверения руководства Банка России в том, что большая часть пути по очищению российского банковского сектора от нежизнеспособных игроков пройдена, в 2018 году было отозвано больше банковских лицензий, чем в 2017-м.

Всего в 2018 году лицензии были отозваны у 57 банков (в 2017 году – у 47 банков) и трех небанковских кредитных организаций. Еще 17 банков ушли с рынка добровольно, а половина из них была поглощена другими кредитными организациями. Так, с 1 января 2019 года перестали работать Бинбанк и БинбанкДиджитал, присоединенные к ФК «Открытие»; в ноябре Совкомбанк присоединил РосЕвроБанк и более мелкий региональный СКИБ, банк «Глобэкс» стал частью Связь-Банка, а санируемый банк «Рост» влился в «Траст», реорганизованный в банк непрофильных активов группы ФК «Открытие».

Все упомянутые сделки, за исключением реорганизации Совкомбанка, осуществляются «госбанками». К ним стоит добавить приобретения конца 2018 – начала 2019 года второго по размеру банка страны: ВТБ стал ключевым акционером банка «Возрождение» (34-е место по размеру активов на начало 2019 года, 279,3 млрд рублей), Запсибкомбанка и Саровбизнесбанка (54-е и 111-е место по активам, 132 млрд и 45,5 млрд рублей соответственно).

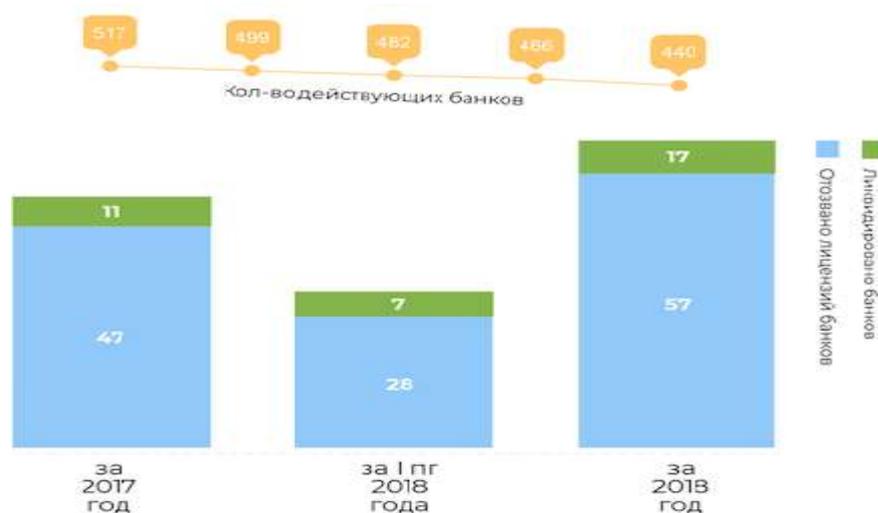


Рисунок 1 – Показатели деятельности банковского сектора за 2017-2018 годы

ВТБ задает вектор развития сектора – расширение бизнеса за счет приобретения региональных игроков крупнейшими банками, в том числе с госучастием. Разумеется, с планами на дальнейшее их присоединение и поглощение. Новые приобретения такого характера вероятны и в 2019 году.

Отзывов лицензий, сравнимых по масштабу с такими потерями 2017 года, как Татфондбанк и банк «Югра», в 2018 году не было. При этом за 2018 год число действующих в России банков сократилось с 517 до 440.

Одной из **основных причин отзыва банковских лицензий** Банк России называет высокорискованную бизнес-модель, часто предусматривающую кредитование проектов собственников банка за счет средств сторонних клиентов и соответствующую неадекватную оценку таких активов. Эта причина отзыва лицензии упоминается в 36 пресс-релизах ЦБ.

Чаще в пресс-релизах стало отмечаться проведение схемных сделок для сокрытия реального качества активов и уклонения от выполнения требований регулятора — 14 упоминаний в 2018 году (девять в 2017-м). Напротив, существенно сократилось число случаев потери банком ликвидности до уровня неспособности расплатиться с кредиторами и вкладчиками: три упоминания в 2018 году против 14 в 2017-м.

Прошедший год стал переходным этапом в лицензировании кредитных организаций. В 2018 году все банки должны были определиться с лицензией — универсальной или базовой.

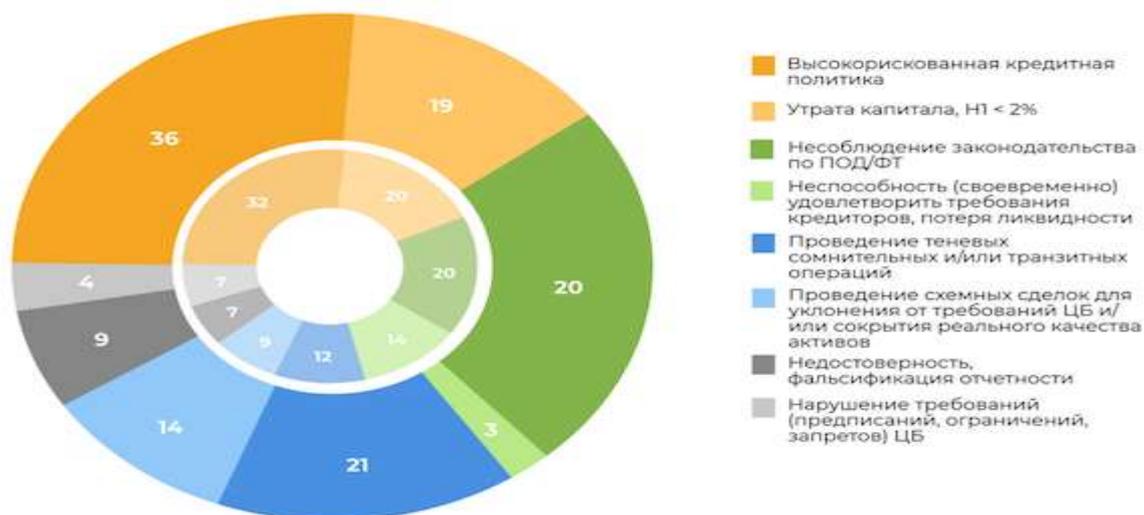


Рисунок 2 – Количество упоминаний в пресс-релизах Банка России за 2018 год (внешняя диаграмма) и за 2017 год (внутренняя диаграмма)

Из 440 банков, действовавших на 1 января 2019 года, 291 банк получил универсальную лицензию, и только 149 – базовую.

Мировой опыт показывает, что если банк нашел и устойчиво занял определенную нишу по банковским услугам, то не важно – крупный это или мелкий банк, главное, чтобы он умел работать без нарушения законодательства и нормативов.

Библиографический список:

Литература

1.

Мигунова Г.С., Баженова А.А.

Среднерусский институт управления - филиал РАНХиГС

БЕЗРАБОТИЦА КАК ОДНА ИЗ ГЛОБАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ СОВРЕМЕННОГО МИРА

В современном мировом пространстве внутренняя политика государств сопряжена с решением таких проблем, как безработица, изменение климата, эпидемии, экономический кризис, которые угрожают стабильности государств и требуют сотрудничества для их решения.

За последние три десятилетия, безработица стала одной из наиболее значимых проблем, не только в развивающихся странах, но и развитых стран.

Безработица приводит к массовой нищете, к снижению заработной платы, угрожает социальной и политической стабильности.

Современная безработица в Российской Федерации – явление, порожденное стадией развития в процессе становления рыночных отношений. Несмотря на специфику и особенности российской безработицы, ей присущи черты, характерные всем странам:

- технологические нововведения;
- не снижающаяся (липкая) зарплата;
- теория эффективной заработной платы;
- низкая цена рабочей силы, которую устанавливает работодатель;
- стремление работодателя минимизировать затраты для достижения цели и другие.

Российский рынок труда отличается некоторыми особенностями. Основные характерные черты рынка труда в России заключаются в следующем: колебания экономической конъюнктуры рынок труда встречает изменением цены труда. При этом не происходит значительных колебаний в занятости и безработице, что позволяет обеспечить их стабильные уровни.

В целом текущую ситуацию на российском рынке труда можно охарактеризовать как достаточно напряженную. Численность рабочей силы России в возрасте 15 лет и старше в августе 2019 г. составила 75,7 млн человек,

из них 72,5 млн человек классифицировались как занятые экономической деятельностью и 3,3 млн человек – как безработные, соответствующие критериям Международной организации труда (т.е. не имели работы или доходного занятия, искали работу и были готовы приступить к ней в обследуемую неделю) [1].

Уровень безработицы (отношение численности безработных к численности рабочей силы) в августе 2019 г. составил 4,3%, как для населения в возрасте 15 лет и старше, так и для населения в возрасте 15-72 лет (рисунок 1).

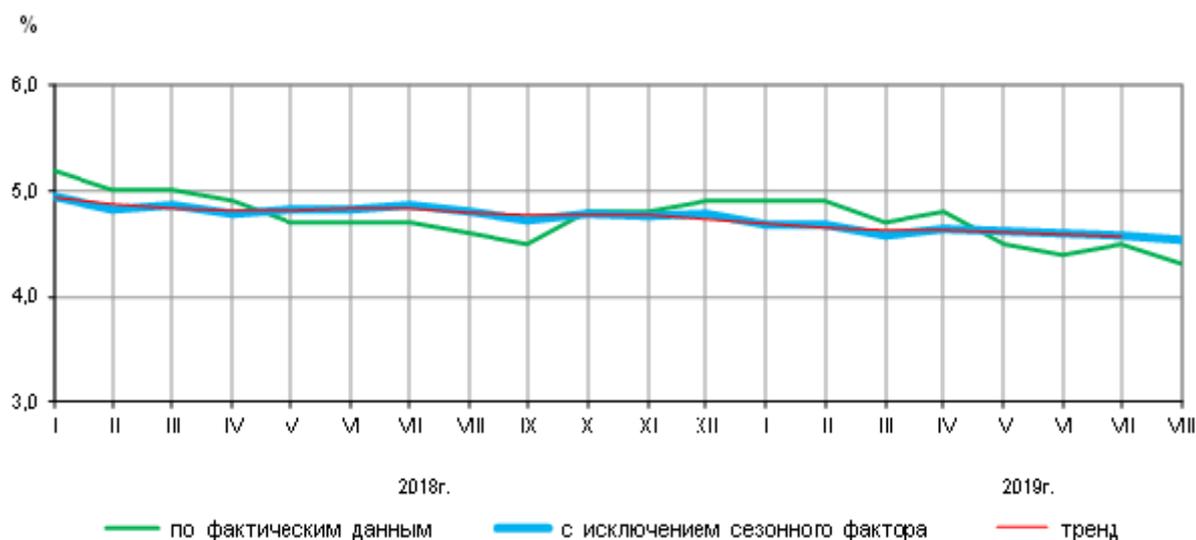


Рисунок 1 – Уровень безработицы населения в возрасте 15-72 лет (в % к численности рабочей силы) [1]

Уровень занятости населения (отношение численности занятого населения к общей численности населения в возрасте 15 лет и старше) в августе 2019 г. составил 59,9%.

Уровень безработицы падает благодаря невысоким требованиям к бизнесу – в частности, благодаря юридической «гибкости» законодательства Российской Федерации.

Выделяют социальные и экономические последствия безработицы, которые проявляются как на индивидуальном уровне, так и на общественном уровне (таблица 1).

Таблица 1- Последствия безработицы

Последствия	Негативные	Позитивные
Социальные	<ul style="list-style-type: none"> – спад рабочей активности; – увеличение напряженности в социуме; – рост числа душевных и физических заболеваний; – усугубление криминогенной обстановки; – усиление социальной дифференциации; 	<ul style="list-style-type: none"> – увеличение времени досуга; – расширение выбора мест работы; – повышение значимости труда; – поднятие ценности рабочего места;
Экономические	<ul style="list-style-type: none"> – обесценивание обучения; – сужение производства; – потеря квалификации; – расходы на пособие безработным; – падение уровня жизни; – недостаточное производство национального дохода; – уменьшение числа налоговых поступлений; 	<ul style="list-style-type: none"> – освобождается время для повышения образования и переобучения; – запас работников для структурной реконструкции экономики; – стимулируется производительность и интенсивность труда; – конкуренция способствует развитию навыков у работников.

В связи с пенсионной реформой в РФ существуют различные мнения о перспективном прогнозе безработицы. Эксперты Института макроэкономических исследований прогнозируют рост безработных к 2024 году до 7,8 млн человек из-за повышения пенсионного возраста.

Минэкономразвития ожидает увеличения численности рабочей силы с 75,8 млн в 2018 году до 76,3 млн человек в 2024 году.

Министерство считает, что в условиях «динамичного экономического роста» спрос на труд также будет расти: в результате уровень безработицы не только не вырастет, но и понизится — с 4,8% в 2018 году до 4,7% в 2024 году.

Таким образом, согласно официальному прогнозу правительства, пенсионная реформа не приведет к росту безработицы.

Таким образом, несмотря на социальный, экономический и технологический процесс, проблема безработицы не теряет актуальность, и даже наоборот – набирает темпы.

Литература

1. Российский статистический ежегодник. 2018: Стат.сб./Росстат, 2018 – 694 с.

Banks and the banking system

К.э.н. Иноземцева Е.Ю.

Поволжский государственный университет сервиса, Россия

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ

ИПОТЕЧНОГО ЖИЛИЩНОГО КРЕДИТОВАНИЯ

Ипотечный жилищный кредит, как и другие формы движения капитала, возникли на основе формирования и развития товарного производства и денежного обращения. С возникновением промышленного капитала натурально-вещественные формы кредита получили качественно иное содержание. Как обособившаяся часть промышленного капитала ссудный капитал и формы его движения существенно отличаются от своих исторических предшественников. И связаны эти отличия, прежде всего с самовозрастанием стоимости и кругооборотом промышленного капитала.

Первый опыт изучения сущности ссудного капитала, источников его возникновения и перспектив использования был отражен в "классической политической экономии", представителями которой были А. Смит, Д. Рикардо и К. Маркс. По мнению А. Смита лучшим применением капитала, ссужаемого под проценты, являются ссуды землевладельцам, оставляющим в залог землю. Движение ссудного капитала осуществляется в конкретных формах кредита. Особой формой движения ссудного капитала является ипотечный жилищный кредит, потенциал которого воплощается на практике посредством кредитования.

Ипотечное жилищное кредитование содержит множество дискуссионных вопросов в теории, методологии и в практике. Многие исследователи считают, что сущность ипотечного жилищного кредитования состоит в том, что залогом в этом виде кредитования выступают объекты недвижимости. При этом недвижимость неразрывно связана с землей, и ипотека исторически возникла как залог земли. В противоположность этой позиции существует мнение, согласно которому сущность ипотечного жилищного кредитования в специфике его

залога, в качестве которого выступает сам объект/цель кредитования (так называемый ипотечный залог).

Рассмотрение позиций различных авторов, относительно ипотечного жилищного кредитования, способствовало формированию авторской точки зрения, согласно которой ипотечное жилищное кредитование - это процесс реализации отношений по поводу предоставления и обслуживания ипотечных жилищных кредитов, предоставляемых под залог, приобретаемого гражданином жилья в качестве обеспечения исполнения обязательства, на условиях платности, срочности и возвратности. Рассмотрение ипотечного жилищного кредитования как процесса требует отражения составляющих его этапов и их последовательности (рис. 1).



Рис. 1. Стандартная процедура ипотечного жилищного кредитования

Деление процесса кредитования на этапы позволяет максимально унифицировать и специализировать работу кредитной организации на стадиях подготовки кредита, заключения кредитных сделок и на стадии погашения.

Ипотечное жилищное кредитование предполагает передачу стоимости на принципе ее возмещения в будущем, где недвижимость выступает не только в качестве обеспечения возмещения ссуженной стоимости, но прежде всего, служит инструментом реализации жилищных интересов заемщика.

Принципы кредитования едины для всех форм кредитных отношений, при этом существуют и различия. Так, в отношении ипотечного жилищного кредитования особое внимание уделяется принципам обеспеченности и целевого назначения. Соблюдение принципа целевого назначения ссуженной стоимости достигается прямым переводом средств продавцу квартиры. Обеспечение возврата кредита гарантируется обязательным предоставлением в залог жилой недвижимости, приобретаемой на кредитные денежные средства, т.е. обязательным условием является заключение договора ипотеки.

В процессе ипотечного жилищного кредитования реализуется одна из важнейших социальных функций государства - обеспечение населения жильем путем повышения платежеспособного спроса. Его расширение активизирует жилищное строительство и, следовательно, формирование рынка жилья, способствуя при этом ускоренному развитию смежных отраслей экономики (производство строительных материалов, оценочная и риэлторская деятельность, страхование и др.). Стимулирование развития экономики и решение социальных задач служит проявлением стимулирующей и социальной функций ипотечного кредита.

Литература:

1. Федеральный закон "Об ипотеке (залоге недвижимости)" от 16.07.1998 N 102-ФЗ (редакция от от 02.08.2019)

Marketing and management

Кузнецов П.И.

*Магистрант / Студент магистратуры
Тольяттинская академия управления, Тольятти*

ВЛИЯНИЕ «КУЛЬТУРЫ ОБВИНЕНИЙ» НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ ПРИНЦИПОВ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА НА СОВРЕМЕННОМ ПРОИЗВОДСТВЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ.

В статье приводится описание взаимосвязи между эффективностью внедрения инструментов бережливого производства и поведенческими стереотипами, предполагающими наличие обвинительных сценариев во взаимодействии между работниками предприятия.

Ключевые слова: бережливое производство, потери, эффективность, персонал, производственная культура, мотивация, восприятие.

Всё большую значимость на современных предприятиях обретает суждение о том, что главной ценностью организации является персонал.

Командная работа и нацеленность на результат зачастую становятся одним из определяющих факторов в работе над развитием производства. Люди, ориентированные на проявление лояльности к общей цели в компании, лояльности к продукту или услуге, которую они производят, заинтересованы и психологически мотивированы проявлять открытость и заинтересованность в общей работе.

Примером такой открытости является проявление взаимопомощи, разделение ответственности между участниками процессов, взаимное развитие работников и прочее. Следование стандартным процессам и процедурам, исходя не из осознания того, что, в противном случае, тебя могут наказать, а ввиду чувства ответственности за общий результат - это желаемый продукт становления и развития корпоративной культуры.

В общем понимании, корпоративная культура - это сложившиеся ценности, нравы и принципы в жизни компании, которые задают определенную

линию поведения. Так, в медицинском центре работники проявляют заботу о пациентах, оказывают внимание каждому для того, чтобы клиент чувствовал себя в безопасности и был уверен, что помощь будет оказана. Показная приветливость и отзывчивость в данном случае являются обязательными компетенциями каждого работника, работающего с клиентом.

Учитель в школе зачастую не только обучает ребенка, но и делает ему наставления, как нужно следовать в тех или иных жизненных ситуациях. Хороший педагог чувствует ответственность за формирование личности ребенка, это сверхзадача, которая вносит дополнительную ценность всему процессу обучения в школе.

Вернувшись к теме производства: каждый из нас может представить стандартный для большего числа работников стиль взаимодействия, который построен на осознании власти и ответственности. Оператор производственной линии имеет четкое представление о том, что запрещено, какие наказания применяются для нарушителей, каковы нормы взаимодействия с руководителем и коллегами.

Авторитет власти на производстве – это способ передачи глобальной цели рядовому сотруднику. Но являются ли рамки и правила, поручения и приказы верным способом взаимодействия на рабочем месте?

Вопрос был и будет актуален во все времена: демократия или авторитаризм – решать руководству, но давайте попробуем проследить, какие психологические результаты дает каждая из концепций управления людьми в организации.

Возьмем наглядный пример с производства: реагирования оператора на упавшую деталь. Во многих производственных компаниях падение детали означает её безоговорочное попадание в брак. То есть перед оператором, уронившим в силу каких-то причин деталь, встает выбор из двух возможных вариантов развития событий.

Вариант первый: оператор осознает риски по качеству, к которым приводит падение детали, понимая свою ответственность перед потребителем, бракует деталь.

Вариант второй: оператор осознает риски по качеству, но в силу того, что также он осознает, что ответственность за падение ляжет на него, запускает деталь в процесс в надежде избегания наказания.

Ключевым в описании данных примеров является слово «наказание». Давайте разберемся в его значении. Наказание – это вид психологического и/или материального воздействия на допустившего ошибку работника, направленное на исправление поведения сотрудника и недопущения повторных отклонений. В нашем случае, в основном, это будет выговор, после того, как работник напишет объяснительную, почему все-таки деталь упала.

Система наказаний и взысканий (пусть нематериальных), конечно, дает результаты, вопрос в их качестве. Да, оператор будет точно знать, что упавшая деталь приведет к повторному взысканию, он будет всячески стараться избежать такой ситуации, но будет ли это пользой для компании?

В случае, если оператор все-таки столкнется с проблемой падения детали вновь, можно наверняка утверждать, что при малейшей уверенности, что возможно скрыть такое падение детали, оператор с большой долей вероятности пропустит деталь, опасаясь получить взыскание. Страх перед наказанием будет приводить к еще большей проблеме: подрыву систем менеджмента качества и постоянного улучшения.

Разберемся подробнее в аспектах системы, построенной на ответственности и, главное, наказании. Руководствуясь опытом, мы можем судить, что при возникновении проблем различного характера, первым вопросом от руководителя будет «Кто?». Кто виноват, кого наказать – первое, что приходит на ум руководителя, когда он является приверженцем системы, построенной на обвинениях. Кстати, само обвинение зачастую в такой системе становится основным и, обычно, единственным корректирующим действием. Это основное заблуждение, с которым мы можем встретиться в любой из сфер нашей жизни, особенно на производственных предприятиях.

Несмотря на то, что деятельность по обнаружению коренных причин обязательна к внедрению согласно многим стандартам, таким как IATF 16949, зачастую мы пренебрегаем инструментами такого анализа и переходим к обвинению. В таких случаях мы уже не ищем коренную причину, мы не определяем корректирующие действия, ведь обвинить ответственного за участок работника намного проще.

Одним из последствий такого подхода будет полная неприязнь работника к производственной системе. Человек начнет отрицать нормы, обусловленные действительно важными аспектами безопасности и качества, перестанет развивать свое рабочее место и процессы, в которых задействован. Он будет замкнут и не уверен в общении с руководством, что в конечном итоге приведет к его полному отстранению от культуры KAIZEN в целом.

Позиция обвинений в таких случаях является наиболее простой заменой трате ресурсов на поиск коренной причины. Так, оператор, уронивший деталь мог зацепиться за острый край станции, споткнуться о неровный пол, выронить деталь в перчатках не своего размера. Поведенческий стереотип обвинителя как вирус будет формировать линию поведения все большего круга людей, что в конечном итоге превратится в подобие феодальных междоусобиц. Не уж то это приведет к достижению общей цели, скорее – к угнетению работника.

Возвращаясь к термину производственной культуры, к ее правильному состоянию, мы можем определить, что это не только принципы и нормы, но и климат в коллективе, способ и характер коммуникации между людьми. Нужно взять за основу «идею-фикс» о том, что мы все – люди, психологический аспект зачастую даст больше материального. Так, для рядового работника будет значимой похвала от руководителя, особенно если его действия будут ставиться в пример другим рабочим. Атмосфера доверия, ведение учтвого диалога с сотрудником, умение слышать и слушать непременно создадут в нем компетенцию выхода из зоны комфорта для эскалации производственных проблем (как упавшая деталь), предложения нового, обсуждения целей и задач. Направленность на общий результат каждого работника, без страха допустить ошибку, сформирует концептуально новый уровень межличностного взаимодействия в команде. Воспитание мыслящих сотрудников, способных слышать нужды коллег и высказываться о своих проблемах открыто – самая главная задача любой производственной системы.

Подводя итог вышесказанному, для получения максимального эффекта от производственной системы, от создания производственной культуры, мы должны усердно работать над механизмом принятия управленческих решений в компании. Начинать с себя и изменять остальных, работать над поведением, над тем, как мы относимся к рядовым сотрудникам – такой курс на воспитание этой культуры в каждом из нас.

Гуманность и наставничество станут сопутствующими развития персонала, через постоянные беседы с людьми, выделение внимания каждому можно добиться лучшего результата – формирования командной работы, где за компетенциями и навыками будет доверие и уважение.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Вумек Джеймс П., Джонс Дэниел Т. Бережливое производство: Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании / Пер. с англ. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 473 с.

2. Оно Т. Производственная система Тойоты. Уходя от массового производства / Пер. с англ. – М.: Наука, 2004. – 189 с.

к.э.н., доцент Ордынская М.Е.

Адыгейский государственный университет, Россия

СИСТЕМА БЕЗНАЛИЧНЫХ РАСЧЕТОВ В БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация: В статье рассмотрены вопросы, касающиеся сложившейся в России системы безналичных расчетов, в том числе таких ее элементов, как: принципы организации, формы расчетов, способы платежа, инструменты платежа .

Ключевые слова: денежная масса, безналичные расчеты, элементы безналичных расчетов.

Безналичные расчеты — это расчеты, проводимые посредством отражения отдельных записей по счетам в банках, соответствующие списанию денежных средств со счета плательщика и зачислению на счет получателя [1].

Государства, демонстрирующие благоприятное экономическое положение, обладают преимущественно безналичными денежными потоками. Объем налички, имеющейся в обращении граждан и других участников национального рынка, составляет не более 5% от общего объема денежной массы.

Таблица 1 — Структура денежной массы РФ за 2016—2018 гг. [3]

Дата	Денежная масса в национальном определении, млрд. руб.		
	Всего	Безналичные денежные средства	Наличные денежные средства
01.01.2016 г.	35179,7	27940,6	7239,1
01.01.2017 г.	38418,0	30703,2	7714,8
01.01.2018 г.	42440,5	33994,5	8446,0
01.01.2019 г.	47109,3	37770,3	9339,0

В настоящий момент в России на долю безналичных расчетов в платежной системе приходится более 80%. Данные платежи могут осуществляться между юридическими и физическими лицами, а также кредитными организациями. В связи с тем, что посредником в безналичных

расчетах выступают банковские организации, то именно они ответственны за их организацию [2].

Рост безналичных расчетов прослеживается и в количестве счетов, открытых учреждениями банковской системы за 2016—2018 гг. [3]

Таблица 2 — Количество счетов, открытых учреждениями банковской системы за 2016—2018 гг.

Дата	Общее количество счетов, тыс. ед.	Из них открытых в кредитных организациях		
		Всего	Клиентам юридическим лицам, являющимся кредитными организациями	Клиентам физическим лицам
01.01.2016 г.	788975,6	788866,9	7577,9	781289,0
01.01.2017 г.	825371,5	825253,5	7994,4	817259,1
01.01.2018 г.	883695,0	883564,0	8516,6	875047,4
01.01.2019 г.	922269,3	922132,6	9754,1	912378,5

Из таблицы 2 видно, что за анализируемый период рост составил 117 %.

К элементам безналичных расчетов относят: принципы организации, формы расчетов, способы платежа, инструменты платежа.

Принципы безналичных расчетов представляют собой основные правила и цели функционирования денег как средства платежа в безналичных расчетах.

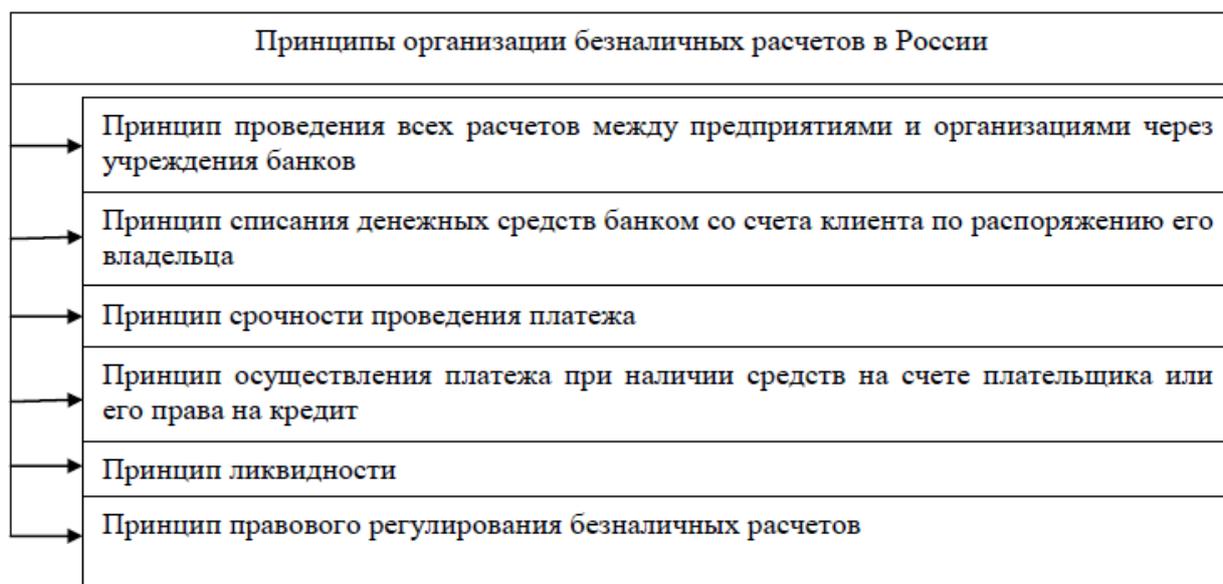


Рисунок 1 — Принципы организации безналичных расчетов в России

Формы расчетов — это способы исполнения денежных обязательств предприятий и организаций через банк.

Основные формы безналичных расчетов в России: расчеты платежными поручениями, по инкассо, по аккредитиву. Соответственно, при осуществлении безналичных расчетов в перечисленных формах используются следующие расчетные документы: платежные поручения, платежные требования, инкассовые поручения, аккредитивы. Расчеты чеками не применялись с 2014 г.

Таблица 3 — Структура платежей, проведенных через кредитные организации за первое полугодие 2019 г.

Показатель	Всего	в том числе с использованием:				
		платежных поручений	платежных требований, инкассовых поручений	аккредитивов	банковских ордеров	поручений на перевод без открытия банковского счета
Количество, млн.ед.	2135,1	916,5	88,4	0,25	823,0	307,1
Объем, млрд. руб.	310847,5	302333,9	905,0	1030,1	5376,4	1202,1

Из таблицы 3 можно сделать вывод о том, что существует перекос структуры безналичных платежей в пользу расчетов платежными поручениями. Наблюдается низкая доля расчетов аккредитивами в связи с их длительностью и дороговизной.

Способ платежа — это порядок перечисления средств с одного счета на другой в процессе расчетов. Основные из них: списание средств со счета плательщика, зачисление средств на счет получателя с последующим их списанием со счета плательщика, с предварительным депонированием средств, за счет средств банка с последующим получением возмещения от плательщика.

Таким образом, безналичные расчеты в России с каждым годом занимают все большую долю в структуре расчетов.

Литература:

1. Банковское дело: учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. Г.Г. Коробовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Магистр: ИНФРА-М, 2015. — 592 с.
2. Эриашвили, Н.Д. Банковское право: учебник. / Н.Д. Эриашвили. — М.: Юнити-Дана, 2015. — 431 с.
3. Официальный сайт ЦБ РФ: <http://www.cbr.ru>.

Беляева М.А., Пастухова О.В.

Екатеринбургская академия современного искусства, Россия

САМОЭКСПЕРТИЗА КАК НЕОБХОДИМОЕ УСЛОВИЕ РАЗРАБОТКИ БРЕНДА И ФИРМЕННОГО СТИЛЯ УЧРЕЖДЕНИЯ КУЛЬТУРЫ

Представлен региональный опыт (г. Арамилль, Свердловская область) проведения самоэкспертизы в целях формирования нового фирменного стиля учреждения культуры (Дворец культуры города Арамилль), способного повлиять на восприятие целевой аудиторией данной культурной площадки.

Ключевые слова: самоэкспертиза, бренд, фирменный стиль, учреждение культуры.

Учреждения культуры бюджетного сектора, в том числе муниципальные дома и дворцы культуры ищут новые пути развития в условиях сокращения бюджетного финансирования или его полного прекращения. Чтобы определить стратегию этого развития необходима комплексная социогуманитарная экспертиза имеющихся ресурсов и запросов целевых аудиторий. Поскольку средств на привлечение внешних экспертов недостаточно, эта работа принимает характер самоэкспертизы.

Самоэкспертиза (от лат. *expertus* – сведущий, опытный) представляет собой набор оценочных процедур (анализ документов, наблюдение, опросные методы и др.), необходимых для изучения вопроса, требующего для своего решения специальных знаний в какой-либо области. Самоэкспертиза является одним из актуальных и доступных методов независимой оценки качества работы муниципальных организаций культуры [1].

Рассмотрим опыт Дома культуры города Арамилль Свердловской области, послуживший эмпирической базой для подготовки данных тезисов.

В ходе 2018 года администрация ДК разрабатывала программу своего развития, которая вступила в действие в текущем 2019 году. Следует отметить, что в 2019 году ДК отметит свой 45-летний юбилей, а одна из главных задач новой программы развития – привлечение молодой аудитории на площадку ДК.

В связи с этим возникает потребность в новом позиционировании, новых способах взаимодействия с аудиторией, так как пока что пока ДК воспринимается как устаревшее и потерявшее актуальность место.

Администрация видела решение проблемы в разработке запоминающегося бренда и нового фирменного стиля ДК. Фирменный стиль – один из 10 «топ-факторов» формирования позитивного корпоративного имиджа [2, с. 56]; фирменный стиль как визуальный образ бренда обеспечивает его узнаваемость, идентификацию и способен выделить конкретный бренд на фоне его конкурентов [2, с. 77]. Разработке фирменного стиля предшествовала самооэкспертиза, которая потребовала проведения ряда исследований и была реализована при непосредственном участии одного из авторов тезисов (Пастухова О.).

Во-первых, в рамках самооэкспертизы, состоялся экспертный опрос. Экспертам были заданы следующие вопросы:

Какие проблемы и противоречия существуют в деятельности ДК г. Арамиль?

Каковы пути решения этих проблем?

Какой вы видите целевую аудиторию ДК г. Арамиль?

Какую аудиторию необходимо привлечь на площадки ДК г. Арамиль?

В качестве экспертов выступили: Марина Пастухова, директор МБУ ДК г. Арамиль; Наталья Тяговцева, художественный руководитель ДК г. Арамиль; Бажина Татьяна, заместитель директора по показу кино и видеофильмов.

Во-вторых, для более четкого понимания аудитории ДК и ее потребностей было проведено анкетирование целевой аудитории с целью ее сегментирования, которое показало, например, что работающая молодежь составляет только 9% от общего числа потребителей услуг ДК.

В-третьих, были изучены архивные источники и публикации муниципальных и региональных СМИ, отражающие историю ДК [3] в части его функционирования и изменения архитектурного облика здания. Следует отметить, что на фасаде ДК имеется мозаика, причем представлен не героический или производственный сюжет, типичный для советских домов культуры, а изображены знаки зодиака. На основании этих изысканий родилась идея разработки функционального фирменного стиля, выстроенного на

принципах советской эстетики 20-30-х годов: геометричность архитектурных форм, естественность цветов. Для визуального конструирования логотипа выбран знак Девы, скопированный с одного из мозаик фасада ДК. Дева – женский образ, а Арамиль – город с женским именем. Арамильцам это хорошо известно, но жители, например, Екатеринбурга, как правило, не знают данного факта.

В-четвертых, была проанализирована активность учреждения по его позиционированию в социальных сетях и выявлено, что ДК уделяет этому вопросу недостаточно внимания. Социальные сети – один из основных инструментов для продвижения бренда среди молодежи и людей зрелого возраста (старше 30 лет). Использование возможностей интернет-сайтов и социальных сетей для презентации российской культуры, искусства и творчества народов России – одна из задач «Стратегии государственной культурной политики на период до 2030 года».

В результате самооценки по четырем указанным направлениям был разработан новый фирменный стиль, который на данный момент проходит необходимые обсуждения и согласования, а в дальнейшем будет применяться на всех рекламных и корпоративных носителях учреждения (афиши, листовки, визитки, сувенирная продукция и пр., футболки для волонтеров и работников сцены); при оформлении презентаций, социальных сетей, сайта учреждения.

Что касается названия ДК, то по итогам самооценки было принято решение его не менять. С одной стороны, название учреждения – «Дворец Культуры города Арамиль» сложилось по территориальному признаку, поскольку большинство домов культуры в России называют по месту их «прописки», но с другой, это название вызывает точные ассоциации у целевой аудитории. Данное решение также значительно сокращает затраты и срок реализации проекта по созданию и продвижению нового фирменного стиля ДК, поскольку снимает юридические вопросы по изменению названия организации.

Таким образом, самооценка – это необходимое условие разработки долгосрочных стратегий развития учреждений культуры. Универсальной целью самооценки является выявление препятствий и скрытых возможностей для повышения качества услуг учреждения культуры и эффективности их продвижения целевым аудиториям. В нашем конкретном примере содержание самооценки, выбранный набор необходимых методов и процедур был

продиктован необходимостью брендинга и разработки нового фирменного стиля Дома культуры малого города (г. Арамил, Свердловская область).

Литература

1. Ахьямова И.А. Независимая оценка качества работы муниципальных организаций культуры: разработка методологии / И.А. Ахьямова, М.Г. Бурлуцкая, Л.Е. Петрова, А.А. Пронин // Независимая оценка качества работы муниципальных учреждений культуры: Сборник документов и материалов/ Управление культуры Администрации города Екатеринбурга; Екатеринбургская академия современного искусства (институт). Екатеринбург, 2016. С. 14–38.

2. Беяева М.А., Самкова В.А. Азы имиджелогии: имидж личности, организации, территории: учебное пособие для вузов. Москва; Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2017. 228 с.

3. Официальный сайт МБУ «Дворец культуры Арамил»: История ДК. Режим доступа: <https://dk.aramilgo.ru/about/history> (дата обращения: 13.12.2019).

Магистрант Мартынова М.С.; к.э.н., доцент Смирнова Ю.О.
*Пензенский государственный университет архитектуры и строительства,
Россия*

ОСНОВЫ ПРОДАЖИ РИЕЛТОРСКОЙ УСЛУГИ

Риелторы хотят больше зарабатывать, а для этого им нужно больше клиентов. Под клиентами в первую очередь подразумевают владельцев недвижимости. Покупатели квартир тоже выступают клиентами, но с них денег обычно не берут. Поэтому в этой статье основное внимание уделим именно работе с собственниками недвижимости.

Чтобы у риелтора было много объектов на продажу, нужно заключить как можно больше эксклюзивных договоров. По такому соглашению клиент поручает продажу своей недвижимой собственности исключительно агентству. Однако понятие «эксклюзивный договор» довольно размыто. Многие риелторы и клиенты относятся к таким документам, как к обычным договорам, и ни одна из сторон не несет по ним никакой ответственности. Если агентство не добавит определенные требования к «эксклюзивам», то оно так и будет вечно вариться в каше тех объектов, которые оно не может долго продать.

Поэтому рекомендуется ввести в свою практику такое понятие, как «железный эксклюзив». Такой договор подразумевает:

1. Реально прогнозируемый срок продажи объекта. Если вы не в состоянии спрогнозировать такой срок (например, вы взяли в работу квартиру по завышенной цене), то ничего гарантировать собственнику вы не сможете. Назначать цену должен риелтор, поскольку он профессионал и разбирается в рынке. Так что если клиент не согласен с вашей оценкой квартиры, то с ним лучше вообще не сотрудничать. Срок нужно определить в пределах трех месяцев, в исключительных случаях – шести.

2. Эксклюзивные условия экспозиции и продвижения. Договор предусматривает, что только вы продаете эту квартиру, больше этим никто не может заниматься. Более того, даже если собственник в течение срока действия договора сам найдет покупателя, агентство должно получить оговоренное вознаграждение.

3. Выделенный бюджет на рекламу и иные виды маркетинговых коммуникаций. Это означает, что вы не просто берем объект в работу, размещаем рекламу и ждем звонков покупателей, и если покупатели не появляются, то делаем вывод, что рынок в настоящее время плохой. Нет, вы должны постоянно оценивать ситуацию, и если вас не устраивает количество звонков от покупателей и, соответственно, число просмотров объекта, то вы корректируем рекламную кампанию и в рамках выделенного бюджета повышаем усилия в сфере продвижения.

Надо понимать, что собственник недвижимости не дает деньги на продвижение, агентство тратит собственные средства. Именно поэтому важно серьезно подходить к выбору объекта, который принимается на эксклюзивный договор. И именно поэтому нельзя брать в работу недвижимость по завышенной стоимости. Ведь агентство потратит свои деньги, не говоря уже о времени и усилиях сотрудников, а шансы продать квартиру будут весьма малы.

4. Возможность платить контрагентам за приведенных покупателей. Чтобы такая возможность была, комиссия должна быть достойная – 4-6% и выше в зависимости от объекта. Подключение контрагентов (в большинстве случаев речь идет о сотрудниках конкурирующих агентств и частных маклеров) позволяет продать квартиру быстрее.

«Железный эксклюзив» означает, что если ваш сотрудник в текущем месяце принял в работу пять квартир, то все они обязательно будут проданы в течение трех месяцев (или иного срока, оговоренного в договоре). Соответственно, он заработает определенную сумму денег – и себе, и агентству. Только в этом случае вы можете сказать, что у вас применяется системный подход в компании, ведь системность делает бизнес прогнозируемым.

Литература:

1. Аюпова З.В., Смирнова Ю.О., Толстова Т.В. «Анализ экологической обстановки в районах г. Пенза как фактора, влияющего на стоимость недвижимости» //Образование и наука в современном мире. Инновации. 2017. № 3 (10). С. 40-49.

2. Толстых Ю.О. «Разработка вариантов эффективного управления объектами недвижимости в жилищно-коммунальном комплексе. автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук» / Пензенский государственный университет архитектуры и строительства. Пенза, 2007.

3. Толстых Ю.О., Милованова И.В. «Экономическое обоснование и управление проектом развития коммерческой недвижимости на примере проекта реконструкции первого этажа жилого дома» //Известия Юго-Западного государственного университета. - 2011. - № 5-2 (38).- С. 335а -340.

4. Толстых Ю.О., Строкина К.Н., Норкина Т.И., Учинина Т.В. «Специфические особенности и динамика развития различных сегментов локального рынка жилья (на примере г. Пензы)» //Современные проблемы науки и образования. 2014. № 5. С. 415

5. Нелюбина О.М., Толстых Ю.О., Михалина С.С., Учинина Т.В. «Сравнение особенностей организации капитального ремонта и реконструкции зданий в России и за рубежом» // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 5.; URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=15283>.

7. Шишкина Н.С., Смирнова Ю.О., Кузин Н.Я. «Техническая эксплуатация фундаментов на примере дома по ул. Ленинградская в г. Пензе» //Образование и наука в современном мире. Инновации. 2017. № 2 (9). С. 237-244. Современные проблемы науки и образования. 2014. № 5. С. 414.

Accounting and auditing

студентка магистратуры Журневич М.А., к.э.н., доцент Ордынская М.Е.
Адыгейский государственный университет, Россия

ДОХОДЫ И РАСХОДЫ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ОБЪЕКТ НАЛОГОВОГО УЧЕТА

Аннотация: В статье рассмотрены особенности учета доходов и расходов организации в целях налогообложения.

Ключевые слова: доходы, расходы, налоговый учет.

Налоговый учет доходов и расходов осуществляется с целью подсчета налогооблагаемой прибыли (и некоторых других видов налогов, уплачиваемых на спецрежимах) и регламентируется гл. 25 НК РФ. И если в бухучете необходимо отображать абсолютно все осуществленные факты хозяйственной жизни хозяйствующего субъекта, то в налоговом существует перечень доходов и расходов, которые нельзя учитывать.

Доходы — это экономическая выгода, выраженная в денежной или натуральной форме (п. 1 ст. 41 НК РФ). В налоговом учете предусмотрены два вида доходов: от реализации и внереализационные. А также существует перечень не облагаемых налогом доходов.

Поступления, не облагаемые налогом:

- взносы участников в уставный капитал;
- авансы полученные;
- кредиты и займы;
- имущество, полученное по агентским договорам;
- иные поступления, перечисленные в ст. 251 НК РФ.

В соответствии со ст. 252 НК РФ под расходами понимаются обоснованные и документально подтвержденные затраты, осуществленные налогоплательщиком.

В свою очередь, обоснованными расходами считаются экономически оправданные затраты, оценка которых выражена в денежной форме.

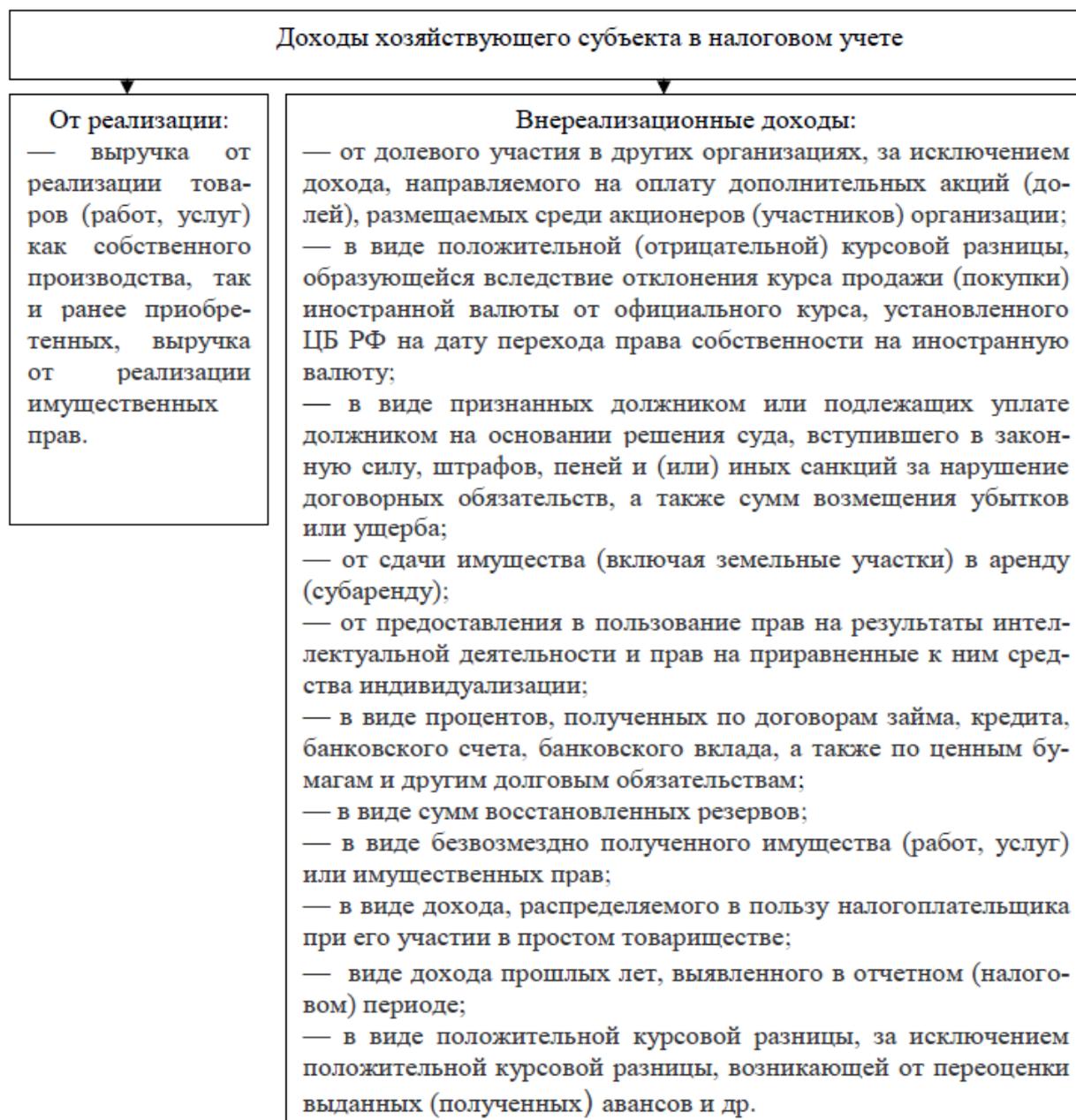


Рисунок 1 — Структура доходов в налоговом учете

Документально подтвержденными расходами считаются такие затраты, которые подтверждены документами:

- оформленными согласно законодательству РФ;
- согласно обычаям делового оборота, принятым в иностранном государстве, на территории которого были произведены соответствующие расходы;
- косвенно подтверждающими осуществленные расходы (например, таможенная декларация, приказ о командировке, проездные документы, отчет о выполненной работе в соответствии с договором).

Следует иметь в виду, что любые затраты, произведенные для осуществления деятельности, направленной на получение дохода, признаются расходами.

По характеру, а также условиям осуществления и направлений деятельности налогоплательщика расходы подразделяют на:

- расходы, связанные с производством и реализацией,
- внереализационные расходы.

Статья 253 НК РФ содержит перечень расходов, связанных с производством и реализацией.

Расходы, связанные с производством и реализацией продукции (работ, услуг), по экономическому содержанию подразделяются на четыре элемента, указанных на рисунке 2.

Расходы хозяйствующего субъекта в налоговом учете	
Связанные с производством и реализацией	Внереализационные
→ Материальные (ст. 254 НК РФ)	Перечень состоит из 20 видов расходов (ст. 265 НК РФ). К ним также относятся те, что поименованы в ст. 266-267.4 НК РФ.
→ Зарплатные (ст. 255 НК РФ)	
→ Амортизация (ст. 256—260 НК РФ)	
→ Иные (ст. 261—264 НК РФ)	

Рисунок 2 — Структура расходов в налоговом учете

Для определения налоговой прибыли необходимо сделать отдельный расчет, отобразив сведения по учитываемым в налоговой базе доходам и расходам в специальных налоговых регистрах. Объектом налогообложения является прибыль, которая рассчитывается путем уменьшения доходов на величину расходов.

Налоговым законодательством предусмотрены следующие принципы учета доходов и расходов хозяйствующего субъекта (рисунок 3).

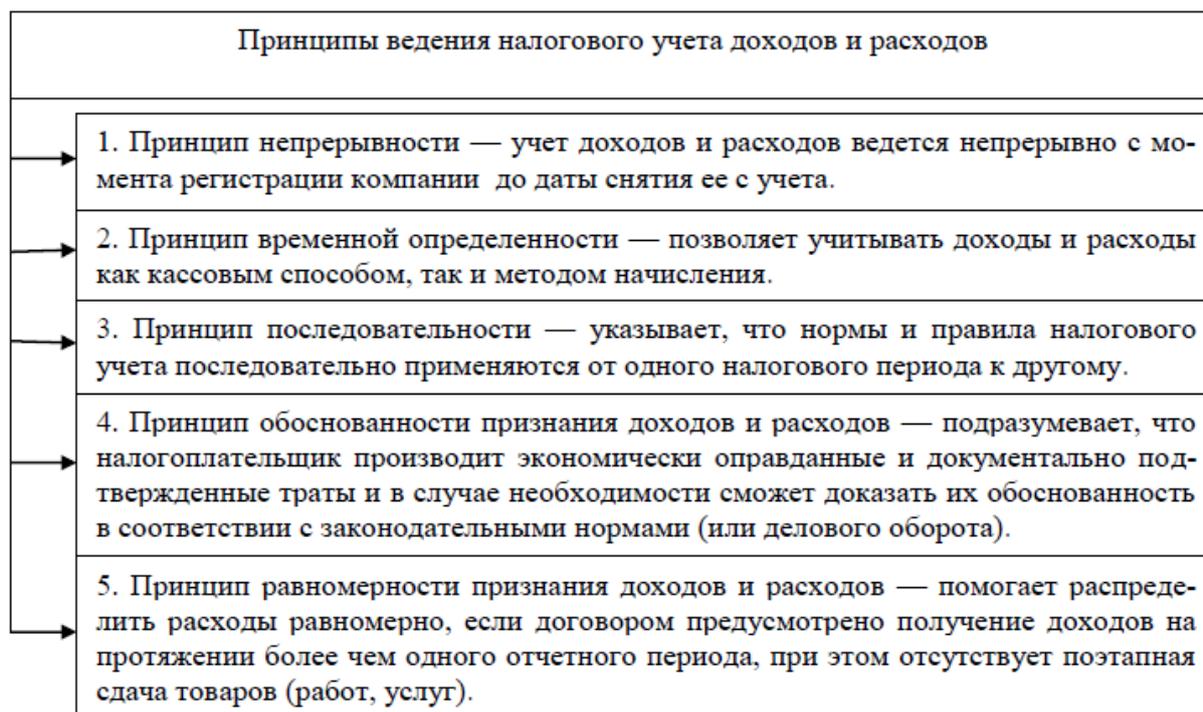


Рисунок 3 — Принципы ведения налогового учета
доходов и расходов

Целью налогового учета является формирование полной и достоверной информации о финансовом положении организации для обеспечения ею заинтересованных внутренних и внешних пользователей. Построение корректного учета доходов и расходов является важнейшим аспектом деятельности любой организации.

Литература:

Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая): Федеральный закон от 5.08.2000 г. №117-ФЗ (в ред. от 29.09.19 г.) // СПС «КонсультантПлюс». — Москва, 2019.

Ордынская, М.Е. Управление затратами на предприятии: учебное пособие / М.Е. Ордынская / Адыгейский государственный университет. Майкоп, 2016.

Ордынская, М.Е. Учет и управление затратами хозяйствующих субъектов / М.Е. Ордынская, Р.А. Тхагапсо, И.Г. Тхаркахова, И.Ф. Таусова — Адыгейский государственный университет. Майкоп, 2019. (2-е издание, стереотипное)

CONTENTS

ECONOMIC SCIENCE

The economy of the enterprise

Хатукай С.А., Бабалян Э.Б., Керашева А.Г. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЗАПАДНЫХ И РОССИЙСКИХ МОДЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА.....	3
Макарова М.А. PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES IN THE SERVICE SECTOR	13
Овчинникова Ю.В., Камалова А.А., Хусаинова Е.А. КАЧЕСТВО ПРОДУКТА И ЕГО МЕСТО В ОТРАСЛЕВЫХ СТРАТЕГИЯХ	19
Шлычкова Е. П. ИСТОРИЧЕСКИЕ ЭТАПЫ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ И ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ	22

Logistics

Астафьева Н.В., Федько М.А. IMPROVEMENT OF PRODUCTION EFFICIENCY BASED ON A LOGISTICAL APPROACH.....	25
---	-----------

Agricultural economics

Газизова Л.Н., Сабурова Ю.Ш., Хусаинова Е.А. АПК КАК ЖИЗНЕННО ВАЖНАЯ ОТРАСЛЬ ЭКОНОМИКИ.....	28
--	-----------

Government regulation of the economy

Амирарсланова Ю.А., Платонова И.В., Горковенко Е.В. ВЛИЯНИЕ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ РОССИИ	32
---	-----------

Macroeconomics

Мигунова Г.С., Чурилова А.И., Герасина К.В. РОЛЬ РЫНКА ТРУДА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ	37
Мигунова Г.С., Баженова А.А. БЕЗРАБОТИЦА КАК ОДНА ИЗ ГЛОБАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ СОВРЕМЕННОГО МИРА.....	41

Banks and the banking system

Иноземцева Е.Ю. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИПОТЕЧНОГО ЖИЛИЩНОГО КРЕДИТОВАНИЯ.....	44
--	-----------

Marketing and management

Кузнецов П.И. ВЛИЯНИЕ «КУЛЬТУРЫ ОБВИНЕНИЙ» НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ
ВНЕДРЕНИЯ ПРИНЦИПОВ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА НА СОВРЕМЕННОМ
ПРОИЗВОДСТВЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ **47**

Ордынская М. Е. СИСТЕМА БЕЗНАЛИЧНЫХ РАСЧЕТОВ В БАНКОВСКОЙ
СИСТЕМЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ **52**

Беляева М.А., Пастухова О.В. САМОЭКСПЕРТИЗА КАК НЕОБХОДИМОЕ
УСЛОВИЕ РАЗРАБОТКИ БРЕНДА И ФИРМЕННОГО СТИЛЯ УЧРЕЖДЕНИЯ
КУЛЬТУРЫ..... **55**

Мартынова М.С., Смирнова Ю.О. ОСНОВЫ ПРОДАЖИ РИЕЛТОРСКОЙ
УСЛУГИ **59**

Accounting and auditing

Журневич М.А., Ордынская М.Е. ДОХОДЫ И РАСХОДЫ ОРГАНИЗАЦИИ КАК
ОБЪЕКТ НАЛОГОВОГО УЧЕТА **62**

CONTENTS..... **66**

275956

276280

277002

277030

276882

277000

275556

276607

276614

276894

276708

276722

276739

277097

276723