

**Министерство образования, науки и молодежной  
политики Нижегородской области**

---

---

**НИЖЕГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ИНЖЕНЕРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

---

---

**Учетно-аналитические инструменты  
развития цифровой экономики**

II Международная научно-практическая конференция

II том

Материалы и доклады

**Княгинино  
НГИЭУ  
2021**

УДК 330.34  
ББК 65.05  
У90

Рецензенты:

Е. А. Бессонова, доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет»;  
Н. А. Кулагина, доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Брянский государственный  
инженерно-технологический университет»

Редакционная коллегия:

О. А. Фролова, д.э.н., профессор,  
директор Института экономики и управления НГИЭУ;  
Л. В. Акифьева, зав. кафедрой «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»;  
О. А. Зубренкова, к.э.н., доцент кафедры  
«Бухгалтерский учет, анализ и аудит»;  
Н. П. Сидорова, к.э.н., доцент кафедры  
«Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

У90      **Учетно-аналитические инструменты развития цифровой экономики** : материалы II Международной научно-практической конференции. Том II. – Княгинино : НГИЭУ, 2021. – 216 с.

В сборник научных статей включены доклады участников конференции по актуальным вопросам бухгалтерского учета, аудита, финансов в сельском хозяйстве, инновационного подхода к организации анализа хозяйственной деятельности на предприятиях, внедрения информационных технологий в современных экономических условиях.

Сборник предназначен для научных работников, аспирантов и студентов экономических учебных заведений.

УДК 330.34  
ББК 65.05

© Нижегородский государственный  
инженерно-экономический университет, 2021

## ОГЛАВЛЕНИЕ

### **СЕКЦИЯ «ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К ОРГАНИЗАЦИИ АНАЛИЗА ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ»**

<b>Абакишина Е. Н., Волков И. В.</b> Развитие стартап-проекта. Нормативное регулирование стартап-проекта .....	8
<b>Агафонова А. С., Кирилов М. Н.</b> Современное состояние кадрового потенциала в АПК .....	13
<b>Агафонов В. П., Юдинцев С. А.</b> Инновационный подход к организации анализа хозяйственной деятельности организаций в условиях развития цифровой экономики .....	16
<b>Акифьева Л. В., Варнашова О. В.</b> Проблемы эффективности государственной поддержки сельскохозяйственных предприятий .....	19
<b>Акифьева Л. В., Нечаева М. Л., Хлопкова Н. А.</b> Анализ комплексной оценки вузов как основа моделирования учетного процесса .....	23
<b>Акифьева Л. В., Нечаева М. Л., Хлопкова Н. А.</b> Определение стратегических целей развития учебного заведения как основа для формирования учетной политики .....	28
<b>Алексеева Н. А., Большакова Ю. А.</b> Управление качеством трудовой жизни в малых и средних городах на примере Княгининского района .....	31
<b>Арнаут Т., Мишина З. А.</b> Современные проблемы заработной платы в бюджетных организациях .....	34
<b>Астахова Ю. Н., Сидорова Н. П.</b> Диагностика проблем неравномерного развития телекоммуникационной отрасли в Нижегородской области .....	37
<b>Атеян А. Х., Волков И. В.</b> Современные подходы управления сбытом вино-водочной продукции .....	42
<b>Балакина А. В., Волков И. В.</b> Анализ инновационной деятельности фармацевтических компаний Нижегородской области .....	45

<b>Белоусова Н. А., Романова Е. А.</b> Особенности менеджмента организаций малого предпринимательства .....	48
<b>Белоусова Н. А., Широкова А. С.</b> Комплексный подход к поиску и подбору персонала на примере рекламного агентства «NEW PEOPLE» .....	51
<b>Беляева А. И., Дорошкевич А. В., Зубенко Е. Н., Кутаева Т. Н.</b> Организационное описание предпринимательской деятельности в области киноиндустрии .....	55
<b>Бобоева М. О., Вожадаева Н. Г.</b> Swot-анализ образовательной деятельности ГБОУ ВО НГИЭУ .....	59
<b>Вожадаева Н. Г., Зубарев С. В.</b> Особенности организации маркетинговой деятельности в сфере образования .....	62
<b>Вожадаева Н. Г., Лимонова С. Ю.</b> Оценка результатов производственной деятельности отрасли сельского хозяйства Княгининского района Нижегородской области .....	65
<b>Вожадаева Н. Г., Леонтьева А. Д.</b> Анализ использования трудовых ресурсов в ООО «УНИДОРСТРОЙ» Чернушинского района Пермского края .....	68
<b>Вожадаева Н. Г., Меньков Р. А.</b> Факторы, влияющие на повышение конкурентоспособности .....	72
<b>Волков И. В., Загребалова Д. Н.</b> Анализ внешней среды малого предпринимательства Княгининского района Нижегородской области .....	75
<b>Волков И. В., Зинченко Н. М.</b> Анализ определения «управление» в современных сельскохозяйственных организациях .....	78
<b>Волков И. В., Носова Д. В.</b> Современные подходы к коллективному принятию управленческих решений в сельскохозяйственных организациях ...	80
<b>Волков И. В., Овчинникова А. А.</b> Определение стратегических мер по развитию зернопродуктового подкомплекса с использованием метода SWOT-анализ .....	83
<b>Волков И. В., Паньшина А. С.</b> Формирование благоприятной среды для развития инновационной деятельности на муниципальном уровне .....	86
<b>Волков И. В., Рыженкова Т. Ю.</b> Управление инновационным развитием производства хлебобулочных изделий в г. Нижний Новгород .....	89

<b>Галактионова Ю. С., Ильичева О. В.</b> Теоретические основы мотивации персонала в торговой сети .....	93
<b>Глушко Ю. Н., Зубренкова О. А., Нечаева М. Л.</b> Изучение влияния различных производственных факторов на количество дефектной продукции в автомобилестроительных организациях Нижегородской области методами математического анализа .....	96
<b>Голубев А. Б., Кутаева Т. Н.</b> Особенности налогообложения доходов граждан: отечественный и зарубежный опыт .....	100
<b>Гришина Е. Н., Зубренкова О. А., Нечаева М. Л.</b> Экономический анализ и оценка деятельности сельскохозяйственных организаций .....	103
<b>Замятина Д. С., Нечаева М. Л.</b> Современные проблемы оценки стоимости телекоммуникационных компаний .....	107
<b>Золотарева Е. А., Мамзолова Т. В.</b> Оценка эффективности инвестиционных проектов на примере ООО «ШАХУНСКОЕ УПП» .....	111
<b>Зубенко Е. Н., Кузьминцева О. Э., Кутаева Т. Н., Сухова Д. С.</b> Внутренняя система контроля качества в сфере услуг .....	115
<b>Зубенко Е. Н., Пахомова Т. Е.</b> Отечественный взгляд на проблемы внедрения эффективного контракта .....	118
<b>Зубенко Е. Н., Пичугина Д. А.</b> Актуальность оказания услуг по организации проката и аренды товаров для отдыха .....	121
<b>Зубенко Е. Н., Шабанова И. Н.</b> Современные проблемы в сфере контрактной системы государственных и муниципальных закупок .....	124
<b>Зубренкова О. А., Изергина И. К.</b> Затраты на производство готовой продукции и их влияние на финансовый результат деятельности организации .....	127
<b>Зубренкова О. А., Сенькина О. В.</b> Оценка финансового состояния и вероятности банкротства организации .....	131
<b>Ибрагимова К. Р.</b> Экономико-математическое моделирование кредиторской задолженности .....	134
<b>Ильичёва О. В., Калинин А. С.</b> Современная торговая среда на зарубежных рынках .....	138

<b>Ильичева О. В., Кузнецова О. В.</b> Мотивация персонала: теория и практика на примере ГБУЗ НО «СЕРГАЧСКАЯ ЦРБ» .....	143
<b>Ильичева О. В., Питеркина С. В.</b> Анализ эффективности современного состояния сельскохозяйственных организаций Княгининского района .....	147
<b>Кириллова М. В., Кутаева Т. Н.</b> Формирование условий для развития услуг общественного питания в Княгининском муниципалитете .....	152
<b>Кирилловых А. С., Нечаева М. Л.</b> Генезис категории и анализ его факторного содержания на современном этапе .....	157
<b>Костина Е. В., Шипулина А. Д.</b> Анализ ассортимента, оценка качества и конкурентоспособности чая, реализуемых в магазине «МАЛИНКА» села Гагино Нижегородской области .....	159
<b>Крутых В. М.</b> Системность и комплексность проведения экономического анализа ООО «ДЕКОР-1» .....	162
<b>Кутаева Т. Н., Лебедева П. М.</b> Изменение вкусов потребителей туристических услуг в период пандемии COVID-19 .....	167
<b>Кутаева Т. Н., Лебедева П. М.</b> Основные тенденции развития отрасли туризма в Нижегородской области .....	170
<b>Кутаева Т. Н., Преображенская Е. М.</b> Анализ и оценка мирового рынка страховых услуг .....	173
<b>Кутаев А. А., Суслов С. А.</b> Роль зерновой отрасли в экономике России .....	176
<b>Матвеева Д. А., Нечаева М. Л.</b> Анализ современного состояния АПК Нижегородской области .....	181
<b>Махотина Л. А., Родионов М.</b> Инновационная деятельность в АПК .....	183
<b>Никольская А. Е., Сидорова Н. П.</b> Методические подходы к анализу материально-производственных запасов .....	187
<b>Осипова В. В., Фролова И. А.</b> Прогнозирование эффективности производства зерна в ООО «АГРОЭКОСИСТЕМЫ» Лукояновского района Нижегородской области на основе статистических методов .....	192

<b>Перцева М. С.</b>	
Сущность понятия конкурентоспособности в сфере бытовых услуг .....	198
<b>Сидорова Н. П., Шохов А. В.</b>	
Правовое регулирование развития единой системы обеспечения безопасности жизнедеятельности «безопасный город» в единых дежурно-диспетчерских службах муниципальных образований ....	203
<b>Сидорова Н. П., Шохова М. А.</b>	
Правовое регулирование избирательных комиссий для реализаций прав граждан РФ .....	209
<b>Фролова О. А., Яшина И. Д.</b>	
Проблемы организации государственных и муниципальных закупок в сфере применения федерального закона от 05.04.2013 №44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» .....	212

**СЕКЦИЯ «ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К ОРГАНИЗАЦИИ  
АНАЛИЗА ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ  
В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ»**

УДК 338.2

**Е. Н. Абакшина**

*бакалавр 4-го курса Института экономики и управления*

**И. В. Волков**

*к.э.н., доцент кафедры «Организация и менеджмент»*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, г. Княгинино, Россия*



**РАЗВИТИЕ СТАРТАП-ПРОЕКТА. НОРМАТИВНОЕ  
РЕГУЛИРОВАНИЕ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

Стартап – венчурный проект. К понятию стартапа можно отнести абсолютно любую компанию, вне зависимости от ее сферы деятельности. Стартапом может называться организация, выполняющая первые шаги, например, в сфере высоких технологий или интернет-бизнесе.

Само понятие «стартап» возникло еще в 30-е годы двадцатого века в Соединенных Штатах Америки.

По мнению большинства источников, стартап – это компания с короткой историей операционной деятельности. В некоторых интернет-источниках указано, что самые успешные примеры стартапов – это IT-корпорации «с мировым именем»: Microsoft, Apple, Google, история которых начиналась с небольшой группы единомышленников, горящих желанием воплотить в жизнь свои идеи.

На основе проведенного анализа интернет-источников мы пришли к единому мнению, что стартап-проект представляет собой организацию малого или среднего бизнеса, функционирующей в абсолютном различных сферах деятельности.

Основными чертами стартап-проекта являются:

- инновационная деятельность. Обычно суть стартапа состоит в развитии новых идей или усовершенствовании старых. С помощью этого стартапы могут конкурировать даже с самыми мощными корпо-

рациями, которые в большинстве случаев не занимаются введением инноваций и продолжают производить те товары и услуги, которые уже зарекомендовали себя;

- уникальная бизнес-идея. В основе любого бизнеса лежит идея. Идея является «фундаментом всей деятельности». В организации стартапа идея играет очень важную роль. Если идея достаточно ценная, то она может быть очень востребованной;

- актуальность для молодого поколения. Достаточно многие стартапы – это деятельность студентов. Например, онлайн-платформу TheFacebook создал студент Гарвардского университета – Марк Цукерберг;

- сначала идея, а потом прибыль. Из своего практического опыта мы можем сказать, что достаточно сложно развивать какое-либо направление в одиночку, поэтому в создании стартапа принимает участие целая команда во главе с лидером. У каждого члена команды есть определенные функции: один может разрабатывать перспективную идею, а другой планировать продвижение продукта, третий – искать поставщиков, клиентов, источники финансирования. Команда четко понимает, что на начальном этапе создания и развития стартап-проекта добиться высоких результатов просто-напросто не получится, поэтому в первую очередь создатели заинтересованы в своей работе, а также дальнейшей монетизации проекта;

- вопрос финансирования. Мы считаем, недостаток денежных средств играет первостепенную роль для создания и развития стартапа. Поэтому в первую очередь стартапы – это «хлеб для инвестора», который благодаря гениальной идее сможет инвестировать финансовые ресурсы в деятельность стартапа и в дальнейшем получить прибыль.

На основе проведенного анализа мы можем сделать вывод, что невостребованный стартап-проект не имеет шансов на дальнейшее масштабирование, поэтому целевая аудитория должна быть заинтересована в продукте или услуге. В свою очередь, актуальная идея, лежащая в основе стартапа – возможность получить финансовые ресурсы для развития от потенциального инвестора.

Как и у любого проекта, развитие стартапа состоит из нескольких этапов. Рассмотрим такие этапы на примере книги Стивена Бланка «Четыре шага к озарению» [1].

Таблица 1 – Стадии развития стартап-проекта по Стивену Бланку

1 этап	2 этап	3 этап	4 этап
Посевной этап (Pre-Seed stage)	Запуск проекта (Startup Stage)	Рост (Growth Stage)	Расширение (Expansion Stage)
На данном этапе формируется идея, а также разработка способов реализации данной идеи. Команда, которая разрабатывает стартап-проект, анализирует рынок, бизнес-план стартапа, а также формулирует техническое задание	Данный этап предполагает выпуск продукта или услуги на рынок. Оказавшись в рыночных условиях, продукт/услуга должен доказать свое преимущество перед аналогами. Именно на данном этапе проект подвергается наибольшему риску, так как поддается большой атаке конкурентов	Предполагается, что на данном этапе продукт/услуга уже пользуется спросом и существует на рыночной нише, на которую ориентировались создатели при создании проекта. Именно на данном этапе стартап должен выйти на уровень безубыточности и приносить прибыль потенциальным инвесторам	Цели, которые отражены в бизнес-плане стартапа на данном этапе должны быть достигнуты. Основная цель стартапа на данном этапе заключается в масштабировании идеи, а также ее реализации на новых рынках

\* Составлено автором по книге Стивена Бланка «Четыре шага к озарению» [1]

Таблица 2 – Стадии развития стартап-проекта по книге Криса Гальбо «Стартап за 100\$»

1 этап	2 этап	3 этап	4 этап	5 этап
Зарождение стартапа (Pre-seed)	Становление стартапа (Seed)	Создание прототипа (Alpha-версия)	Расширение (Закрытая beta-версия)	Зрелость проекта (открытая beta-версия)
На данном этапе происходит поиск единомышленников, формирование команды, привлечение инвесторов. В свою очередь, на данном этапе формируется миссия команды	Данный этап заключается в непосредственном запуске стартапа. По мнению редакторов, именно в это время необходимы серьезные инвестиции	Данный этап предполагает подготовку прототипа продукта для презентации потенциальным инвесторам	Происходит исправление замечаний, а также исправление недоработок для запуска массового производства продукта	Продукт тестируется в массах. Формируются продажи продукта, использование продукта в современной жизни

\* составлено автором по книге Криса Гальбо «Стартап за 100 \$»

Стивен Бланк считает, что стартап-проект должен иметь 4 этапа своего развития.

Также об этапах развития проекта писал Крис Гальбо в своей книге «Стартап за 100 \$» [1, с. 34]. Рассмотрим их в таблице 2.

Крис Гальбо утверждает, что стартап-проект преодолевает 5 стадий своего развития. В книге повествуется о стандартной схеме развития продукта, имеющего материально-вещественную форму.

При развитии своего стартап-проекта не стоит забывать и о нормативном регулировании. Система правового регулирования деятельности стартап-проектов состоит из правовых актов различной юридической силы и уровня принятия. Нормативно-правовое регулирование малого предпринимательства представляет собой систему актов, состоящую из семи пунктов:

- международные договоры РФ, общепризнанные принципы и нормы международного права;
- Конституция РФ 1993 г. [2];
- Гражданский кодекс РФ [3];
- Трудовой кодекс РФ [4];
- Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [5];
- нормативные правовые акты Президента РФ, Правительства РФ, а также нормативные правовые акты министерств и ведомств РФ;
- нормативные правовые акты субъектов РФ.

В общих чертах можно сказать, что они определяют систему специальных налоговых режимов, например, Патентную систему, также упрощенную бухгалтерскую (финансовую) отчетность и порядок ведения кассовых операций (без применения двойной записи). Установлен упрощенный порядок формирования статистической отчетности. Согласно приказам Росстата систематически утверждены специальные формы федерального статистического наблюдения за субъектами. Предусмотрена имущественная поддержка, которая заключается в передаче во владение или в пользование субъектов государственного или муниципального имущества, в том числе земельных участков, зданий, нежилых помещений, оборудования и др. на возмездной или безвозмездной основе либо на льготных условиях в соответствии с государственными и муниципальными программами.

Стоит отметить, что создание и реализация стартап-проекта – это непростой, но прибыльный малый бизнес. Для своего старта необходимо помнить, что существуют основные составляющие и этапы стартап-проекта, которые нужно изучать и помнить. Для успешного

роста бизнеса нужно знать и систему правового регулирования, которая дает ряд преимуществ в ведении малого бизнеса.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Стивен Бланк. Четыре шага к озарению: Стратегии создания успешных стартапов. Москва : Альпина Паблишер, 2014. 343 с.

2. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28399/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/) (дата обращения: 14.11.2021).

3. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_34154/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34154/) (дата обращения: 15.11.2021).

4. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 28.06.2021, с изм. от 06.10.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2021) [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_34683/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/) (дата обращения: 15.11.2021).

5. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_52144/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/) (дата обращения: 15.11.2021).

УДК 331.2

**А. С. Агафонова**

*студентка 4-го курса Института экономики и управления*

**М. Н. Кирилов**

*к.э.н., доцент кафедры «Организация и менеджмент»*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, Княгинино*



## **СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА В АПК**

Кадры организаций – это совокупность наемных работников разнообразных профессионально-квалификационных групп, занятых в соответствии со штатным расписанием, а также работающие собственники, которые получают в организации заработную плату. Их можно охарактеризовать численностью, составом, профессиональной, квалификационной, должностной и половозрастной структурой.

Кадровый потенциал АПК – важнейшая составляющая производственного потенциала аграрного сектора экономики. Это можно объяснить повышением актуальности и важности человеческой составляющей в производственном процессе, несмотря на значительное повышение уровня автоматизации производственных процессов и снижение потребности в рабочей силе.

Таким образом, можно сделать вывод, что количество персонала, требующееся ранее для обеспечения сельскохозяйственного производства, уже не такое большое.

В связи с этим, значимая часть сельского населения остается без работы. Для таких людей необходимо создавать дополнительные рабочие места за счет расширения производства либо за счет разработки других видов деятельности, не связанных с сельскохозяйственным производством, такие как сельский туризм, промыслы и пр.

Кроме того, сильно повысились требования к качественному составу персонала, особенно это отразилось на сфере управления. Повышение уровня капиталоемкости производства и чувствительность современных технологий к ошибкам и просчетам значительно повысили уровень ответственности к принимаемым решениям.

Анализ структуры персонала должен осуществляться систематически с целью своевременного принятия решений руководителем предприятия и кадровой службой по ее совершенствованию и соответствию решаемым управленческим и производственным задачам [1, с. 23].

Необходимо найти такого работника, который в состоянии добиться запланированных результатов. Предпочтительны следующие общие качества кандидатов: наилучшая квалификация; личные качества; образование; профессиональные навыки; опыт предшествующей работы; совместимость с окружением [2, с. 16].

Основу концепции управления персоналом организации в настоящее время составляют следующие исходные положения:

- все возрастающая роль личности работника в обеспечении эффективной работы организации и определения его (работника) развития;
- знание мотивационных установок работника и группы, умение их составлять и направлять в соответствии с целями организации;
- подход к человеческим ресурсам, как к капиталу организации,
- комплексное, всестороннее и постоянное воздействие на персонал;
- ориентация на коллективные цели и виды деятельности;
- преимущественно долговременные связи занятых с местом работы – «фирма – родной дом», – всеобщее и постоянное обучение и воспитание занятых [3, с. 58].

Формирование концепции и структуризации функционального разделения труда в сфере управления персоналом можно проследить по работам И. Хентце – одного из ведущих германских авторов, разрабатывающих эту проблему. Он выделяет несколько функциональных блоков, определяющих структуризацию службы управления персоналом в зарубежных организациях [4, с. 14].

Таким образом, механизм реализации кадровой политики представляет собой систему планов, норм и нормативов, организационных, административных, социальных, экономических и иных мероприятий, нацеленных на решение кадровых проблем и удовлетворение потребностей организации в персонале. Задача кадровой службы состоит не только в формальном решении проблемы заполнения вакантного места. Важна оценка профессиональной ценности кандидата.

Данная тема актуальна, так как в настоящее время аграрное хозяйство испытывает нехватку компетентных кадров, умеющих владеть информативными системами.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Маслова В. М. Управление персоналом. 3-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум. М. : Издательство Юрайт, 2018. 507 с.
2. Моисеева Е. Г. Управление персоналом. Современные методы и технологии. Учебное пособие. М. : Издательство Вузовское образование, 2017. 139 с.
3. Одегов Ю. Г., Руденко Г. Г. Управление персоналом. 2-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для академического бакалавриата. М. : Издательство Юрайт, 2018. 468 с.
4. Чиликина И. А. Основы управления персоналом. М. : Издательство Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2016. 76 с.
5. Золин И. Модернизация рынка труда и приоритеты государственной политики занятости // Человек и труд. 2012. № 12. С. 22–25.

УДК 338.1

**В. П. Агафонов**

*штатный, внешний совместитель, доцент, ген. директор  
ЗАО «Пивоваренный завод Лысковский», Лысково*

**С. А. Юдинцев**

*обучающийся 1-го курса Института экономики и управления  
ГБОУ ВО НГИЭУ, Княгинино*



## **ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К ОРГАНИЗАЦИИ АНАЛИЗА ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ**

Изучение инновационных подходов в организации анализа хозяйственной деятельности организаций в условиях развития цифровой экономики является актуальным, поскольку ценность таких подходов обусловлена возможностью использования цифровых технологий в областях инновационного развития.

Увеличение средств обработки и хранения получаемой информации будет способствовать получению качественных результатов в управлении сельскохозяйственными организациями. На сегодняшний день цифровые технологии стали одним из ключевых направлений инновационного развития.

«Инновация», полное определение данного слова прописано в Федеральном законе от 23.08.1996 № 127-ФЗ (ред. от 31.07.2020) «О науке и государственной научно-технической политике», который описывает инновации как «введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услуга) или процесс, новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях».

Данное определение охватывает, в том числе и организационно-управленческие нововведения.

Использование в процессе научных исследований различных подходов к классификации инноваций позволит комплексно и целесообразно подходить к проблеме управления инновационной деятельностью в экономике сельскохозяйственных организаций на территории Большемурашкинского района Нижегородской области.

---

© Агафонов В. П., Юдинцев С. А., 2021

Развитие инноваций является важным аспектом реформирования системы экономики с точки зрения цифровизации экономики сельскохозяйственных организаций.

Использование новаций является залогом конкурентоспособности любой сельскохозяйственной организации.

Цифровые инновации способствуют развитию цифровой экономики и общества, тем самым дают возможность использования разработок в нескольких областях организации, что приводит к изменению экономики.

Для обеспечения условий успешного развития цифровой экономики сельскохозяйственных организаций следует адаптировать законодательную базу к новым реалиям, создать благоприятные условия для деятельности таких организаций, которые следуют по пути цифровизации производства.

На инновационное развитие экономики влияют две следующие группы факторов: экономические и политические.

Экономические факторы делятся на торговые условия (оказывают значительное влияние на мотивацию создания и распространения различных нововведений), финансовые и таможенные факторы.

Политические факторы можно разделить на таможенную политику (нормативно-правовые факторы) и внешнеторговую и внутри торговую политику (роль государства в инновационной политике).

Негативное влияние на инновационно-экономическое развитие сельскохозяйственных организаций оказывают косвенные факторы. В нашей стране экономическая, политическая и социальная обстановки, препятствуют быстрому инновационно-экономическому росту. Даже несмотря на активно предпринимаемые Правительством РФ действия, существенных изменений в обеспечении инновационно-экономического роста достичь не удастся. Для обеспечения инновационного экономического развития сельскохозяйственных организаций необходимо создавать дополнительные благоприятные условия, способствующие внедрению инновационной деятельности, а также обеспечить условия, необходимые для адаптации экономики к новым вызовам и возможностям.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что на развитие нововведений влияет множество факторов, но основным катализатором считается создание благоприятных условий во взглядах, направленных на цифровизацию сельскохозяйственных организаций.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Зайченко И. М., Смирнова А. М. Анализ инновационных стратегий в условиях цифровой трансформации бизнеса // Научный вестник ИЮМ. 2019. № 2. С. 12–17.

2. Разинкина И. В., Лазарев Н. В. Инновационная деятельность в условиях цифровой экономики // Креативная экономика. 2020. Том 14. № 11. С. 2757–2772.

3. Производственная стратегия в условиях инновационных возможностей и ограничений развития. Цифровые технологии [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/292/66233/>

4. О науке и государственной научно-технической политике: Федер. закон от 23.08.1996 № 127-ФЗ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

УДК 631.155.6

**Л. В. Акифьева**

*к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

**О. В. Варнашова**

*магистрант 1-го курса Института экономики и управления*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, Княгинино*



## **ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

На современном этапе развития экономики страны проблема продовольственной безопасности страны, а также реализация программы импортозамещения предполагает потребность в наличии эффективного механизма государственной поддержки сельского хозяйства. В последние годы в России, как и в других развитых странах, государственная поддержка стала основой АПК. Органы государственной власти, помимо обеспечения свободного рынка, который формирует конкуренцию между сельским хозяйством и смежными отраслями, активно осуществляет государственное регулирование сельскохозяйственных предприятий.

В настоящее время проблема обеспечения продовольственной безопасности страны и её регионов обострилась в связи с неблагоприятной для России внешнеэкономической конъюнктурой. Сложившаяся ситуация возникла, в том числе в результате развязанной отдельными европейскими странами и США войны санкций. Направленная на дестабилизацию финансово-экономической ситуации в России санкционная политика несет как положительные, так негативные последствия для аграрного комплекса, но при этом однозначно осложняет ситуацию и актуализирует необходимость изменения и оптимизации методов государственной поддержки АПК [1, с. 138].

Государственная поддержка направлена на обеспечение стимулирующего развития сельского хозяйства и отраслей агропромышленного комплекса по сравнению с другими отраслями экономики. Приоритет в сложившейся ситуации направлен на стимулирование опережающих инвестиционных проектов, которые помогут решить пробле-

мы импортозамещения, а также помочь в развитии импортного потенциала страны.

Рассмотрим основные проблемы эффективности государственной поддержки сельскохозяйственных предприятий, которые стоят перед Россией и её регионами.

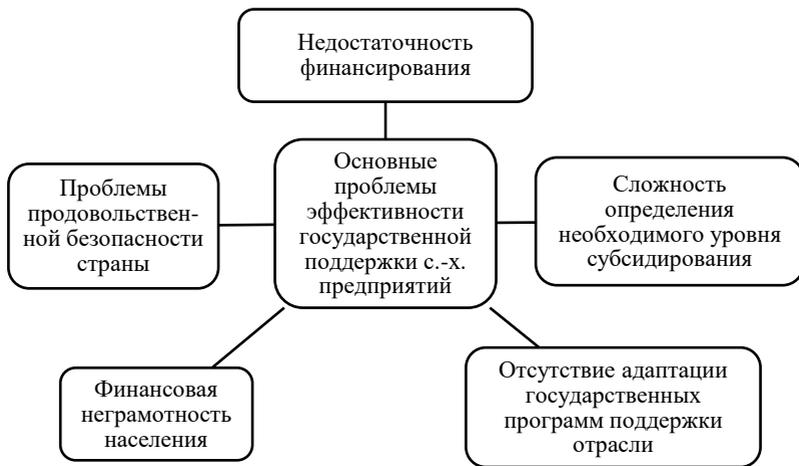


Рисунок 1 – Основные проблемы эффективности государственной поддержки сельскохозяйственных предприятий\*

\* Составлено автором

Анализ современных источников позволяет подробно рассмотреть каждую из проблем.

Одной из важнейших проблем государственной поддержки сельскохозяйственных предприятий является недостаточное финансирование. В Российской Федерации на сегодняшний день необходимый объём денежных средств, приходящихся на бюджетирование агропромышленного комплекса, определяется из программы целевого финансирования. На его основании происходит расчёт уровня поддержки отраслей, исходя из определения приоритета развития отрасли в определённом регионе, а также её значимости для государства и общества в целом.

Очень часто финансовые ресурсы государства используются не рационально, поскольку предоставляются тем регионам, где нет базы для развития сельскохозяйственной отрасли. А регионы с достаточными условиями для производства продукции получают недостаточную поддержку. Из этого следует, что необходимо предоставлять бюджет-

ные средства в те регионы и районы регионов, которые смогут обеспечить эффективное развитие необходимой отрасли [2, с. 5].

Ещё одной из проблем государственной поддержки сельскохозяйственных предприятий является метод расчёта субсидий, выделяющихся на один гектар земли, размер которого одинаков для всех регионов Российской Федерации, несмотря на условия и эффективность производства. Государственная поддержка сельского хозяйства определяется географическим положением региона, его природно-климатическими условиями, проблемами, связанными с развитием отрасли.

Следующей немаловажной проблемой развития сельскохозяйственной отрасли является отсутствие адаптации государственных программ поддержки отрасли к региональным особенностям. Как правило, государственная федеральная поддержка сначала апробируется на федеральном уровне, и лишь затем эти программы переходят на региональный уровень. Однако не все программы подходят к реализации на региональном уровне в силу особенностей региона.

Каждый регион имеет свои сельскохозяйственные особенности, такие как природно-климатические условия, отраслевая специализация, уровень инфраструктуры в сельской местности и другие, которые необходимо учитывать при решении проблем каждого субъекта. Например, в регионах, которые подвержены стихийным бедствиям, должно в большей степени развиваться сельскохозяйственное страхование как инструмент финансовой поддержки регионов [2, с. 7].

Финансовая неграмотность населения, занятого в отрасли сельского хозяйства, является косвенной, но совершенно немаловажной проблемой. Данная проблема ограничивает доступность государственной поддержки для сельскохозяйственных товаропроизводителей в силу ограниченности их знаний в данной области. Зачастую, именно из-за незнания своих прав, производители не получают необходимые субсидии и поддержку со стороны государства.

Продовольственная безопасность страны напрямую связана с развитием сельского хозяйства. Регионам страны необходимо проводить анализ состояния агропромышленного комплекса, оценивать его ресурсы для воспроизводства и производства продукции, а также прогнозировать основные направления развития АПК на долгосрочную перспективу. Деятельность сельскохозяйственных предприятий зависит от того, как государство проводит региональную политику, а также готово ли оно к быстрой адаптации к быстро изменяющимся условиям и насколько принятые меры будут эффективны.

Исходя из всего вышеперечисленного можно сделать вывод, что на эффективность государственной поддержки сельскохозяйственных предприятий оказывает влияние ряд проблем. От того, насколько эффективно государство способно их решить, зависит развитие сельского хозяйства. Зачастую поддержка оказывается не тем регионам, поэтому важно оценивать природно-климатические условия региона, его расположение, готовность к развитию на своей территории сельского хозяйства. В свою очередь, сами производители не обладают достаточной финансовой грамотностью и в силу отсутствия знаний не получают должную государственную поддержку, которая им необходима.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Жилияков Д. И. Анализ эффективности и направления совершенствования государственной поддержки аграрных предприятий // Инновации в АПК: Проблемы и перспективы. 2020. № 1 (25). С. 137–146.
2. Булатова Ю. И. Проблемы применения бюджетных инструментов государственной поддержки сельского хозяйства в Российской Федерации // Вектор Экономики. 2019. № 5. С. 1–10.
3. Федеральный закон от 29.12.2006 № 264-ФЗ «О развитии сельского хозяйства» [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_64930/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64930/).
4. Петрова С. Ю., Фролова О. А. Оценка экономической эффективности работы сельскохозяйственных организаций с учетом использования государственной поддержки // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. 2013. № 10 (83). С. 126–130.
5. Суслов С. А., Рябова И. В. Инвестиции, как основа развития АПК // Социально-экономические проблемы развития регионов в современных условиях. 2007. С. 33–36.
6. Яни А. В., Азизов В. А. Перспективы институциональных преобразований в аграрном секторе России // Научное обеспечение агропромышленного комплекса. 2017. С. 1189–1190.

УДК 657.01

**Л. В. Акифьева**

*к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

**М. Л. Нечаева**

*к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

**Н. А. Хлопкова**

*обучающаяся 2-го курса Института экономики и управления*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, г. Княгинино, Россия*



## **АНАЛИЗ КОМПЛЕКСНОЙ ОЦЕНКИ ВУЗОВ КАК ОСНОВА СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УЧЕТНОГО ПРОЦЕССА**

В настоящее время мы наблюдаем, что все ВУЗы находятся под влиянием перестройки не только высшей школы, но и российской экономики в целом. Основная сложность заключается в необходимости одновременной перестройки к внешним реформам в бюджетной сфере и разработка новых основ внутреннего регулирования финансово-экономической деятельности. Это нужно не только для повышения своей инвестиционной привлекательности, но также для конкурентоспособности.

Сегодня на финансово-экономическую деятельность ВУЗов большое влияние оказывают мероприятия, проводимые в сфере бюджетных услуг. Они, в свою очередь, порождают определенные проблемы переходного периода, что ведет к поиску собственных подходов в части совершенствования учетной политики. Анализ работ по проблемам бухгалтерского учета показал, что наряду с достаточно глубокой проработанностью проблемы имеют место дискуссионность, а в отдельных случаях неоднозначность нормативного правового обеспечения, оказывающее влияние на процесс формирования учетной политики, организацию бухгалтерского учета. Вопросы организации бухгалтерского учета, формирования учетной политики государственных учреждений высшего образования рассматриваются недостаточно, что также усугубляется недостаточным количеством научных работ монографического характера, имеющих публикации в периодических изданиях, посвященных сфере образования.

Комплексная оценка научного, образовательного инновационного потенциала ВУЗов – это рабочий инструмент для его оценивания и реализации.

Таблица 1 – Определение «комплексной оценки ВУЗов»  
в трактовке различных ученых

Автор	Определение
к.ф.-м.н., заместитель директора Томской ассоциации научно-образовательных учреждений «Межведомственный научно-образовательный центр»	Процесс анализа данных деятельности высших учебных заведений, характеризующий количественные закономерности их деятельности в неразрывной связи с качественным содержанием
к.э.н. Дмитриева Н. В.	Процедура оценки, под которой понимается набор определенных действий (операций), посредством которых осуществляется процесс комплексной оценки конкурентной позиции вуза: - определение и характеристика конкурентного поля; - количественная оценка конкурентной позиции по показателям, характеризующим интеллектуальный потенциал, материально-техническую базу, эффективность подготовки кадров и научной деятельности в вузах, стоимость образовательных услуг и пр.; - качественная оценка конкурентной позиции, предполагающая внешнюю и внутреннюю оценку вуза различными группами участников рынка образовательных услуг и рынка труда; - расчет интегрального показателя конкурентной позиции вуза

\*Составлено автором

Вывод: с помощью нее можно определить:

- области преимуществ и компетенций ВУЗов для управления изменениями и разработки стратегии развития (в нашем случае это раздел анализа «Экономика»);

- слабые стороны в организации инновационного, научного и образовательного процессов ВУЗов и разработать рекомендации по их устранению (раздел анализа «Инновации»).

1. Рассчитаем оценку компонента собственного вектора по формуле:

$$a_i = \sqrt[j]{a_{i1} \cdot a_{i2} \cdot a_{i3} \cdot \dots \cdot a_{ij}} \quad (1)$$

2. Оценку вектора приоритетов вычисляем:

$$x_i = \frac{a_i}{\sum a_{ij}} \quad (2)$$

По условию нормировки и в соответствии с принципом единства измерений сумма оценок векторов приоритетов равна:  $\sum x_i = 1$ .

Далее для согласования исходных оценок необходимо рассчитать индекс согласованности (ИС) экспертных оценок, который показывает степень отклонения согласованности. ИС может принимать значения от 0 – при полной согласованности до 1 – при полном отсутствии согласованности. Для наглядности и большей информативности сведем все наши расчеты в таблицу 2.

Таблица 2 – Матрица сравнения показателей для М1 (10X10)

Причина	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	$a_i$	$x_i$
1	1	3	5	3	4	8	3	6	7	8	4,132	0,270
2	1/3	1	3	5	3	2	6	3	5	4	2,531	0,166
3	1/5	1/3	1	5	1/4	2	3	3	2	8	1,374	0,090
4	1/3	1/5	1/5	1	7	3	2	1/4	3	9	1,142	0,075
5	1/4	1/3	4	1/7	1	3	1/4	5	2	8	1,111	0,073
6	1/8	1/2	1/2	1/3	1/3	1	4	3	3	4	1	0,065
7	1/3	1/6	1/3	1/2	4	1/4	1	3	5	5	0,964	0,063
8	1/6	1/3	1/3	4	1/5	1/3	1/3	1	5	8	0,761	0,050
9	1/7	1/5	1/2	1/3	1/2	1/3	1/5	1/5	1	4	1,024	0,067
10	1/8	1/4	1/8	1/9	1/8	1/4	1/5	1/8	1/4	1	1,238	0,081
$\sum$											15,277	1,000
$\Lambda$	0,812	1,048	1,349	1,456	1,489	1,310	1,258	1,228	2,227	4,779		
Максимальное собственное значение ( $\lambda_{\max}$ )											16,956	
Индекс согласованности (ИС)											0,772	
Отношение согласованности (ОС)											0,518	

\*Составлено автором

На основании полученных расчетов (методом попарного сравнения и факторного анализа) проведем описание областей преимуществ и компетенций ВУЗов (таблица 3).

Таблица 3 – «Основные параметры комплексной оценки ВУЗов»

№	Раздел Анализа	Параметры	Факторный метод (коэффициент значимости факторов)	Метод парного сравнения (векторы приоритетов)
1	Экономика	- способность выполнять в срок взятые вузом обязательства; - потенциал ВУЗа; - эффективное управление денежными средствами, предусматривающее минимизацию свободного остатка денежных средств; - учет региональных особенностей	0,144  0,130 0,108   0,069	0,270  0,166 0,090   0,067
2	Образование	- высокий уровень качества образовательного менеджмента; - наличие инструментария оценки эффективности образовательного менеджмента и механизма систематического анализа (мониторинга) деятельности вуза; - наличие контрольной среды и функционирование системы внутривузовского контроля	0,117  0,080   0,079	0,081  0,050   0,065
3	Наука	- наличие достаточного нормативного обеспечения вуза	0,110	0,075

4	Инновации	- способность принимать обоснованные инвестиционные решения, от которых зависит уровень потенциала и будущее вуза;	0,100	0,073
		- способность анализировать и эффективно управлять отклонениями	0,063	0,063

Как видно из таблицы 3, наиболее значимые параметры комплексной оценки ВУЗов расположены в разделе «Экономика», «Образование», «Наука», а именно: способность выполнять в срок взятые вузом обязательства; потенциал ВУЗа; высокий уровень качества образовательного менеджмента; наличие достаточного нормативного обеспечения вуза.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Кравченко Т. К., Исаев Д. В. Системы поддержки принятия решений: учебник и практикум для вузов. Москва : Издательство Юрайт, 2020. 292 с.
2. Птускин А. С. Нечеткие модели и методы в менеджменте. Москва : Издательство Московский государственный технический университет им. Н. Э. Баумана 2008. 215 с.
3. Мартынова А. Д. Общество с ограниченной ответственностью // Вектор науки. 2017. С. 289–292.
4. Леонтьев А. В., Закиева Р. Р. Экспресс-тестирование как эффективный метод оценки качества подготовки студентов технических вузов // Казанская наука. 2014. № 12. С. 223–225.

УДК 657.01

**Л. В. Акифьева**

*к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

**М. Л. Нечаева**

*к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

**Н. А. Хлопкова**

*обучающаяся 2-го курса Института экономики и управления*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, г. Княгинино, Россия*



## **ОПРЕДЕЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ КАК ОСНОВА ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ**

В настоящее время все больше становится актуальной тема оценки эффективности ВУЗов. Она лежит в основе развития качества высшего образования, ее фундаментальности. Важность темы объясняется не только тем, что в настоящее время сектор образования трансформировался в рынок образовательных услуг, но также мы наблюдаем превращение университета в устойчиво развивающуюся организацию, эффективно взаимодействующую с внешней средой.

Для того чтобы формировать программы целенаправленных изменений по всему спектру направлений работы ВУЗов, необходимо провести комплексную оценку их деятельности: научной, образовательной, инновационной.

Основные цели:

- определение областей преимуществ и компетенций ВУЗов для управления изменениями и разработка стратегий развития;
- определение слабых сторон в организации образовательного, научного, инновационного и выработка рекомендаций по их устранению.

Далее была проведена процедура экспертной оценки. Эксперты оценивали каждый показатель в баллах от 1 до 6.

В результате была создана сводная таблица результатов по всем оценкам экспертов.

Коэффициент значимости факторов рассчитывается по следующей формуле:

$$f_j = \frac{\sum_{i=1}^n F_{ij} k_i}{\sum_{j=1}^m \sum_{i=1}^n F_{ij} k_i}, j = 1, 2, \dots, m.$$

С помощью данной формулы рассчитываем коэффициент значимости для первого фактора, а именно для потенциала ВУЗа, он будет равен 0,130

Далее была проведена проверка на условие для определения равенства суммы коэффициентов значимости факторов единице:

$$\sum_{i=1}^m f_j = 0,130 + 0,144 + 0,108 + 0,110 + 0,100 + 0,079 + 0,063 + 0,080 + 0,069 + 0,117 = 1.$$

Для наглядности и большей информативности представим полученные данные в виде графика (рисунок 3).

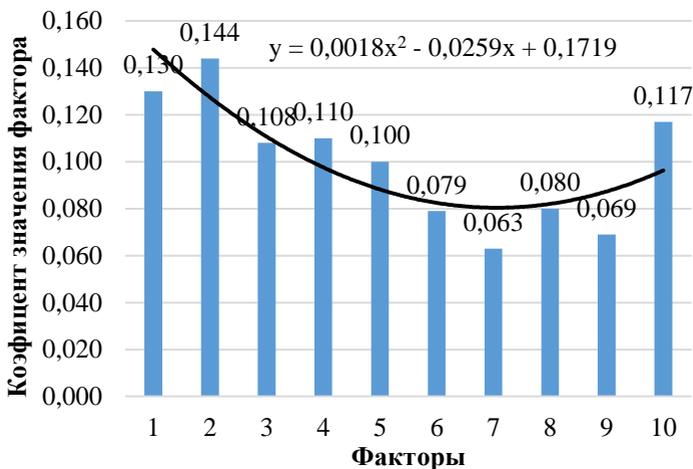


Рисунок 1 – Коэффициенты значимости факторов при комплексной оценке ВУЗов для формирования учетной политики

В результате анализа коэффициентов значимости были определены следующие факторы, которые являются наиболее значимыми при комплексном анализе ВУЗов: способность выполнять в срок взятые вузом обязательства; потенциал вуза; высокий уровень качества

образовательного менеджмента. Самым весомым среди рассмотренных нами факторов является способность выполнять в срок взятые вузом обязательства, так как высшие учебные заведения являются субъектами рынка образовательных услуг. В свою очередь, как показало исследование, проведенное нами, наименее значимыми факторами являются: способность анализировать и эффективно управлять отклонениями и учет региональных особенностей.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Кравченко Т. К., Исаев Д. В. Системы поддержки принятия решений : учебник и практикум для вузов. Москва : Издательство Юрайт, 2020. 292 с.

2. Птускин А. С. Нечеткие модели и методы в менеджменте. Москва : Издательство Московский государственный технический университет им. Н. Э. Баумана 2008. 215 с.

3. Мартынова А. Д., Макарова Л. В., Тарасов Р. В. Экспертная оценка деятельности ВУЗов // Молодежный научный вестник. 2017. № 5 (17). С. 289–292.

УДК: 159.922

**Н. А. Алексеева**

*студентка 1 курса Института экономики и управления*

**Ю. А. Большакова**

*к.э.н., доцент кафедры «Организация и менеджмент»*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, г. Княгинино*



## **УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ТРУДОВОЙ ЖИЗНИ В МАЛЫХ И СРЕДНИХ ГОРОДАХ НА ПРИМЕРЕ КНЯГИНИНСКОГО РАЙОНА**

Современное общество живет и развивается в ногу со временем, новые технологии, новые виды производства, а также новейшие методики управления организациями все дальше отводит нас от пережитков. Это же касается и отношения к качеству трудовой жизни населения любой территории.

Качество трудовой жизни – это интегральное понятие, всесторонне характеризующее уровень и степень благосостояния, социального и духовного развития человека через его деятельность в организации. Качество трудовой жизни выступает основным показателем оценки социально-трудовых отношений [1, с. 36].

Качество трудовой жизни в первую очередь характеризует максимальную удовлетворенность сотрудников условиями своей рабочей деятельности. Низкое качество трудовой жизни ровняется снижению производительности труда, а также качества и количества производимой в организации продукции, а также оказываемых услуг.

Изучая тематическую литературу разных годов, можно сделать вывод, что проблема улучшения качества трудовой жизни не нова и уже давно вызывает особый интерес среди ученых-экономистов. Например, в 70-х годах XX века в США появляется концепция качества трудовой жизни, разработанная масштабной автомобильной компанией «Дженерал Моторс», основные принципы которой представлены на рисунке 1.

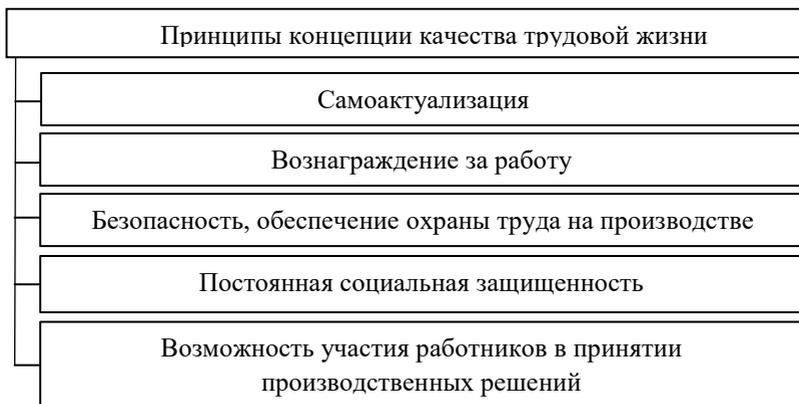


Рисунок 1 – Основные принципы Американской концепции качества трудовой жизни

Было установлено то, что именно при совершенствовании базовых качеств трудовой жизни в организации меняется и отношение к труду со стороны работников, появляется больше мотивационных качеств, улучшаются трудовые показатели и деятельность организации в целом.

Княгининский район небольшой населенный пункт с развитой инфраструктурой. В районе имеется довольно большое количество организаций с немалым количеством персонала, для которых качество трудовой жизни является важным аспектом. Было решено провести анкетирование сотрудников различных организаций Княгининского района.

Целью проведения анкетирования сотрудников являлось изучение качества трудовой жизни в различных организациях.

В анкетировании приняли участие 200 респондентов, которые работают в различных как бюджетных, так и коммерческих организациях Княгининского района. Им предоставлялась анкета, состоящая из 10 вопросов, на которые можно было ответить тремя вариантами.

Анализируя данные, полученные в ходе проведения анкетирования, можно выявить проблемные зоны в работе организации.

Одной из таких зон является система поощрения и мотивации работников. 10 вопросом в анкете был именно о поощрении работников. 27,5 % говорят о том, что инициатива, которую они проявляют, не поощряется, а 17,4 % затрудняются ответить на данный вопрос. В настоящий момент 42 % сотрудников не могут с уверенностью сказать, что удовлетворены взаимозаменяемостью в работе.

Однако, несмотря на недовольство персонала системой поощрения и мотивации, а также отсутствием полной взаимозаменяемости, практически все респонденты, а именно 85 % опрошенных прилагают свои усилия для достижения общей цели.

Проводя анализ результатов анкетирования, можно четко сказать, что 70 % опрошенных сотрудников различных организаций Княгининского района Нижегородской области удовлетворены процессом трудовой деятельности, ясно и четко представляют свои обязанности, готовы и способны решать на высоком профессиональном уровне стоящие перед ними задачи.

На основании изложенного можно сказать, что организации Княгининского района достаточно заботятся о трудовой удовлетворенности своих сотрудников, но есть места, на которых нужно более тщательно концентрироваться, ведь лишь один маленький недостаток в условиях труда, и сотруднику уже будет не нравиться всё качество его трудовой жизни.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Потуданская В. Ф., Шайкин Д. Н. Качество жизни и качество трудовой жизни как среда формирования трудового потенциала // Экономический анализ: теория и практика. 2010. № 25 (190). С. 33–38.
2. Матушко Ю. О. Теория принятия решений : Учебно-методическое пособие. Л., 1977. 74 с.
3. Мамчур Ю. Ю. Профессиональный апгрейд педагога современной школы // Социальная интеграция и развитие этнокультур в евразийском пространстве. 2019. Т. 2. № 8. С. 197–203.
4. Алферова Л. В., Григорьева Н. М. Исследование систем управления. Учебное пособие М., 2019. 560 с.
5. Рофе А. И. Организация и нормирование труда. Учебное пособие. М., КноРус, 2016. 222 с.
6. Симоненко Н. Н., Симоненко В. Н., Павлов Р. В. Формирование и развитие человеческого потенциала градообразующих машиностроительных предприятий. 2009. 166 с.

УДК 331.2

**Т. Арнаут**

*обучающаяся 4-го курса Института экономики и управления*

**З. А. Мишина**

*к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, Княгинино*



## **СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ В БЮДЖЕТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ**

На данный момент произошло много изменений в сфере оплаты труда бюджетникам. Ярким примером является решение Государственной Думы об изменении системы оплаты труда работников государственных и муниципальных учреждений в 2020 году. В ст. 144 ТК РФ [1] было внесено изменение, где правительству РФ предоставлялось право разрабатывать перечень правил для определения размера основной заработной платы и дополнительной: компенсационных и стимулирующих выплат. Одним из значительных последствий этой поправки является Федеральный закон от 27.07.2004 № 79-ФЗ [2], где осуществлено увеличение денежной доли оклада служащих в государственных учреждениях.

Стоит вспомнить, что В. В. Путин объявил в мае 2012 года осуществление индексации окладов, которая состояла из 11 указов, направленных на повышение заработных плат служащих в бюджетной сфере. Данная процедура, в связи с пандемией, возобновилась в 2020 г. и коснулась первоначально преподавателей и врачей и увеличила заработную плату вышеупомянутых профессий на 5,4 %. В некоторых регионах заработная плата в полной мере осуществляется по «майским указам» президента РФ.

Если проанализировать данные Росстата за 2020–2021 гг., то можно увидеть, что на данный момент служащие в сфере образования имеют среднюю заработную плату в размере 73 500 руб., в то время как работник культуры получает оклад в размере 38 971, что в 2 раза меньше работников образования.

Таблица 1 – Размер заработной платы в соответствии с «майскими указами»

№ п/п	Категории работников	Размер заработной платы	% увеличения размера з/п
1	Преподаватель ВУЗа	82 000	218
2	Научный сотрудник	100 081	264
3	Педагог	38 419	101,4
4	Врач	75 000	198
5	Средний медперсонал	36 965	97,6
6	Младший медперсонал	34 254	90,4
7	Работник культуры	38 971	102,9

\*составлено автором на основании полученных данных.

К сожалению, не на всей территории РФ можно наблюдать осуществление выплат заработных плат в соответствии с майскими распоряжениями. Это происходит из-за низкого уровня финансирования региона, поэтому властям регионов приходится выбирать категории сотрудников для увеличения их заработной платы, как правило, ими являются работники образования и врачи, в то время как у других категорий повышение доходов реализуется медленно.

Ситуация с COVID-19 ярко высветила проблемы заработной платы в сфере образования. Планируется реализация новой системы оплаты труда в мае 2022 г. на год, целью которой является изменение порядка определения размера заработной платы и дополнительных выплат педагогам разных категорий, удержания и увеличения молодых специалистов в выбранной сфере [3].

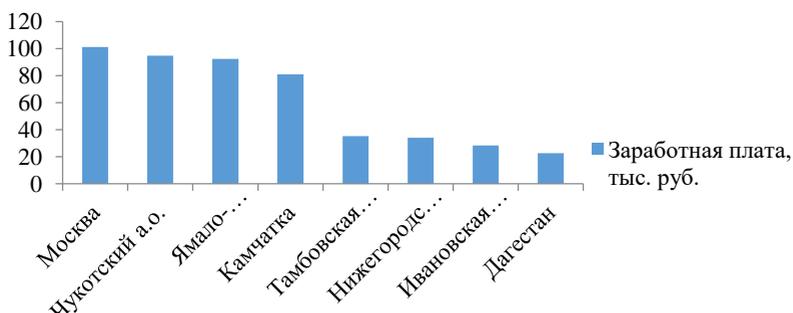


Рисунок 1 – Размер заработной платы работников сферы образования в регионах РФ

\*составлено автором на основании полученных данных

Данная диаграмма показывает, что в Москве заработная плата сотрудников образовательных учреждений составляет 101 тыс. руб., а в Дагестане оклад сотрудников равен 22 тыс. руб.

Например, в Нижегородской области заработная плата является довольно-таки низкой в сравнении с Москвой, но в ближайшее время в регионе стоит ожидать повышения оклада на 28,8 %, такую информацию раскрыло правительство региона на официальном сайте.

Эти данные являются доказательством того, что маленький бюджет региона является причиной перехода молодых специалистов в более богатые регионы, которые смогут им предложить более высокую ставку за ту же проделанную работу.

Таким образом, можно сделать вывод, что пандемия повлияла на выявление проблем заработной платы в бюджетных организациях на территории РФ, особенно в сфере образования и медицины, например, каждый регион, в силу своего бюджета, выделяет различный размер оклада за определенную работу. Чтобы исправить данную ситуацию, правительство Российской Федерации планирует новую систему оплаты труда в 2022 году и продолжает реализацию индексации окладов работников в бюджетной сфере, которую начало осуществлять в мае 2012 г.

## ЛИТЕРАТУРА

1. «Трудовой кодекс Российской Федерации» от 30.12.2001 № 197-ФЗ [электронный ресурс]: утв. Федеральным законом от 30 декабря 2001 г. № 197-ФЗ: в ред. Федерального закона от 28.06.2021 № 220-ФЗ // Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
2. Федеральный закон «О государственной гражданской службе Российской Федерации» от 27.07.2004 № 79-ФЗ [электронный ресурс]: утв. Федеральным законом от 27.07.2004 № 79-ФЗ: в ред. Федерального закона от 02.07.2021 № 79-ФЗ // Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».
3. «Федеральная служба государственной статистики» [Электронный ресурс]. Доступ из официального сайта «Росстат».

**Ю. Н. Астахова**

*обучающаяся 2-го курса Института экономики и управления*

**Н. П. Сидорова**

*к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, Княгинино*



## **ДИАГНОСТИКА ПРОБЛЕМ НЕРАВНОМЕРНОГО РАЗВИТИЯ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ В НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ**

Рынок телекоммуникационных услуг в Нижегородской области, как и во всей стране, в последние годы развивается довольно активно. Одной из основных проблем развития телекоммуникационной отрасли на сегодняшний день является неравномерность развития технологий и проникновения сетей связи в регионах Российской Федерации. На текущий момент данная проблема актуальна на региональном уровне и подразумевает неразвитость телекоммуникации в малых городах и малонаселенной местности.

На процесс развития телекоммуникаций в Нижегородской области влияет несколько причин. Использование причинно-следственной диаграммы в совокупности с расчётом позволяет выявить наиболее существенные факторы.

Главными факторами, влияющими на неравномерность развития телекоммуникационной отрасли в Нижегородской области, являются: активизация коммуникационной деятельности оператора, невыгодные контрактные условия, поглощение малых операторов крупными, партнерские объединения и союзы между всеми представителями инфокоммуникационного сектора экономики и другие. Существует ещё множество факторов, влияющих на выбранный показатель качества, но приведённые причины являются наиболее существенными.

Сравнение главных причин, влияющих на расширение клиентской базы в инфокоммуникационных организациях по Нижегородской области. Параметры для анализа результативности были выбраны исходя из имеющейся статистической информации и экспертных оценок,

полученных при проведении выборочных исследований деятельности организаций сферы телекоммуникаций Нижегородской области.

Таблица 1 – Матрица попарного сравнения причин, влияющих на неравномерность развития отрасли телекоммуникаций на территории Нижегородской области \*\*

	Актуальность мемуориально в долевом	Повышение качества обслуживания абонентов	Уменьшение числа абонентов	Наличие контрактных услуг	Качество обслуживания абонентов	Попытка в области по сравнению	Создание условий для	Увеличение количества абонентов	Рост интернет-трафика	Расширение абонентского набора услуг	Наличие мультимедийных сервисов	Создание условий для	Средняя согласованность	$\lambda_i$	$x_i$		
Актуальность мемуориально в долевом	1	4	5	2	9	5	5	6	6	8	4	8	9	7	9	5,146	0,240
Повышение качества обслуживания абонентов	0,250	1	9	5	6	5	6	5	5	2	9	5	0,111	5	5	2,975	0,139
Уменьшение числа абонентов	0,200	0,111	1	4	6	4	4	5	6	5	2	4	0,200	5	5	2,060	0,096
Наличие контрактных услуг	0,500	0,200	0,250	1	4	5	4	4	4	9	4	8	5	5	4	2,498	0,116
Качество обслуживания абонентов	0,111	0,167	0,167	0,250	1	5	2	2	5	5	2	5	5	4	2	1,399	0,068
Попытка в области по сравнению	0,200	0,200	0,250	0,200	0,200	1	5	9	4	9	9	6	5	5	5	1,749	0,082
Создание условий для	0,200	0,167	0,250	0,250	0,500	0,200	1	2	4	4	6	9	6	5	5	1,305	0,061
Увеличение количества абонентов	0,167	0,200	0,200	0,250	0,500	0,111	0,500	1	4	2	4	2	6	2	5	0,891	0,042
Рост интернет-трафика	0,167	0,200	0,167	0,250	0,200	0,250	0,250	0,250	1	4	9	5	5	5	2	0,806	0,038
Расширение абонентского набора услуг	0,125	0,500	0,200	0,111	0,111	0,111	0,250	0,500	0,25	1	2	5	5	2	5	0,578	0,027
Наличие мультимедийных сервисов	0,250	0,111	0,500	0,25	0,500	0,111	0,167	0,250	0,111	0,5	1	5	4	4	5	0,563	0,028
Средняя согласованность	0,125	0,200	0,250	0,125	0,200	0,167	0,111	0,500	0,200	0,200	0,200	1	2	5	5	0,384	0,018
Создание условий для	0,111	9,000	5,000	0,200	0,200	0,200	0,167	0,167	0,200	0,200	0,250	0,500	1	2	5	0,520	0,024
Увеличение количества абонентов	0,143	0,200	0,200	0,200	0,250	0,200	0,200	0,500	0,200	0,250	0,200	0,500	1	5	5	0,334	0,016
Ориентация на индивидуальную работу с клиентом	0,111	0,200	0,200	0,250	0,500	0,200	0,200	0,500	0,200	0,200	0,200	0,200	0,200	1	1	0,246	0,011
Внесение новых услуг при равнозначном значении тарифов на новые услуги	0,878	2,282	2,174	1,669	1,902	2,164	1,754	1,511	1,519	1,363	1,387	1,143	1,310	0,890	0,778	21,423	1,000
$\sum$																	
$\lambda$																	

\*\*Составлено автором

Максимальное  $\lambda_{\max}$  находим по формуле  $\lambda_{\max} = \sum \lambda_i$ :

$$\lambda_{\max} = 22,725.$$

По формуле  $IC = \frac{\lambda_{\max} - i}{i - 1}$  вычислим индекс согласованности:

$$IC = \frac{22,725 - 20}{20 - 1} = 0,143.$$

Средняя согласованность для случайных матриц пятнадцатого порядка равна 1,59.

По формуле  $OC = \frac{IC}{CC}$  вычислим отношение согласованности:

$$OC = \frac{0,143}{1,59} = 0,090.$$

Рассмотренная методика позволяет достаточно объективно производить экспертную оценку альтернатив по выбранным критериям. В отличие от других методов, добавление новых альтернатив существенно не изменяет порядок ранее ранжированных наборов.

К основным причинам, влияющим на рассматриваемую проблему и имеющими наибольший удельный вес  $X_i$  в общей матрице попарного сравнения причин, влияющих на неравномерность развития отрасли телекоммуникаций на территории Нижегородской области, относятся такие факторы: создание конкурентной среды между традиционными и новыми операторами, повышение качества обслуживания абонентов, увеличение числа абонентов, невыгодные контрактные условия. Именно на эти факторы стоит акцентировать внимание для выбора стратегии развития той или иной организации в сфере телекоммуникаций.

В продолжении исследования влияния факторов на неравномерность развития отрасли телекоммуникаций на территории Нижегородской области рассмотрим метод экспертных оценок. Экспертные оценки – это субъективные суждения специалистов в данной области, высказанные ими открыто или скрыто, индивидуально, независимо от других или коллективно.

Для выявления наиболее значимых факторов, влияющих на развитие телекоммуникационной отрасли, нами были отобраны 7 экспертов, имеющих непосредственное отношение к данной отрасли. Экспертами выступили сотрудники ведущих организаций сферы телекоммуникаций Нижнего Новгорода. Они, в свою очередь, должны спрогнозировать вероятность наиболее значимых показателей.

Результаты взаимной балльной оценки их компетентности (из 6 баллов, высший – 6) и результаты расчета коэффициентов компетентности представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Результаты взаимной балльной оценки экспертов\*\*

Эксперт, дающий оценку	Эксперт, получающий оценку							Итого
	1	2	3	4	5	6	7	
1	-	5	4	4	2	6	3	
2	3	-	5	4	5	6	3	
3	2	5	-	3	3	4	2	
4	5	4	4	-	3	5	3	
5	4	6	6	4	-	2	1	
6	5	3	4	5	5	-	4	
7	4	5	3	5	3	4	-	
Итого	23	28	26	25	21	27	16	166

\*\*Составлено автором

При проверке условия равенства, суммы коэффициентов значимости фактора равны единице.

Для наглядности и большей информативности представим полученные данные в виде графика (рисунок 1).

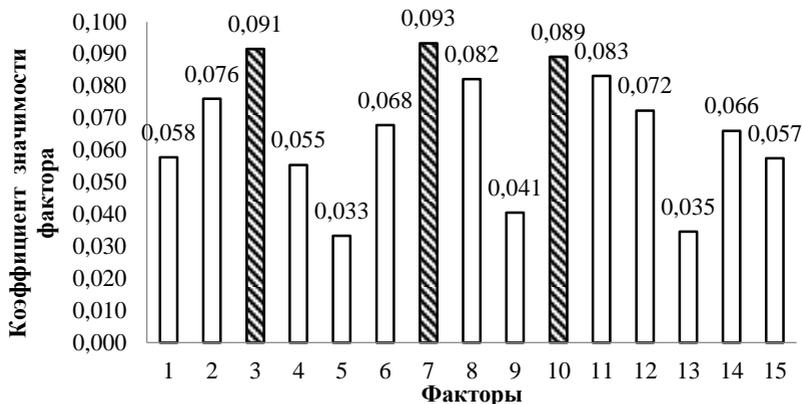


Рисунок 1 – Оценка коэффициента значимости фактора влияния на развитие отрасли телекоммуникаций Нижегородской области\*\*

\*\*Составлено автором

Полагаясь на экспертные оценки, можно сделать следующий вывод, что наиболее значимыми причинами, влияющими на развитие отрасли телекоммуникаций Нижегородской области, являются: создание конкурентной среды между традиционными и новыми операторами, увеличение числа абонентов, предоставление абоненту базового набора услуг.

В ходе исследования проблемы неравномерного развития телекоммуникационной отрасли в Нижегородской области были выбраны главные причины по методу попарного сравнения факторов и методу экспертных оценок.

Первая причина – создание конкурентной среды между традиционными и новыми операторами. Экономическую конкуренцию в сфере телекоммуникаций можно определить так – «соперничество субъектов рыночных отношений за наилучшие условия коммерческой деятельности», то есть борьбу за клиента. Поэтому все аспекты конкурентной среды и конкурентные преимущества – это принципиальные показатели, отличающие одну фирму от других и позволяющие обратить на себя внимание клиентов. Чтобы грамотно спланировать марке-

тинговую составляющую бизнеса, необходимо провести детальный анализ конкурентной среды.

Вторая причина – увеличение числа абонентов, то есть создание таких условий для клиентов и предложение продуктов и услуг, которые могут заинтересовать клиента. А также одна из причин – удаленность пользователей от центра развития телекоммуникационной системы, районы, в которых недоступны самые базовые услуги и продукты для пользователя.

### **ЛИТЕРАТУРА**

1. «Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://digital.gov.ru/ru/pages/statistika-otrasli/#section-82> (дата обращения: 10.10.2021).

2. Ефремова Н. А. Основные аспекты инновационного развития субъектов хозяйствования комплекса телекоммуникационных услуг // Вестник института экономики и управления СПбГУКиТ. Под ред. А. Д. Евменова. Вып. 2(27). СПб. : Изд-во СПбГУКиТ, 2019.

3. Минкомсвязь Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://minsvyaz.ru/ru/> (дата обращения: 10.10.2021).

**А. Х. Атеян**

*магистр I курса Института экономики и управления*

**И. В. Волков**

*к.э.н., доцент кафедры «Организация и менеджмент»*



## **СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ УПРАВЛЕНИЯ СБЫТОМ ВИНО-ВОДОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ**

Осуществление коммерческой деятельности – сложный процесс, в котором предприниматель сталкивается с трудностями реализации продукции. Полное, всестороннее изучение рынка реализуемого вида товара помогает в достижении успеха. Рыночные условия помогают определить возможности продукта, его сильные и слабые стороны, выявить наиболее выгодные пути выхода на рынок, привлечения клиентской базы и общий вектор развития предпринимательства.

В процессе определения методов, наиболее подходящих для сбыта вино-водочной продукции, нужно учитывать особенности функционирования посредника, реализующего продукцию, и качество продукции. При выборе метода необходимо учитывать нормировку рабочих процессов посредника, наличие и вид контроля за реализацией товара, уникальность особенностей взаимосвязи различных организаций между собой.

Современная рыночная экономика подразумевает использование универсальных методов управления продажами, которые включают необходимость использования специализированных программ для сбора информации о клиентах и ее фиксации. Для реализации данной задачи необходимо привлечение высокопрофессиональных специалистов, которые могут в полной мере оценить предпочтения клиентов. Это способствует обновлению ассортимента, который будет в полной мере удовлетворять всю клиентскую базу.

Руководящий состав на основе данных проводит анализ о производительности труда и эффективности каждого сотрудника, выявляет сильные и слабые стороны работы с клиентами [1, с. 54].

При правильном подборе персонала и размещения продукции в торговом зале будет наблюдаться максимально эффективный процесс

управления продаж. Повышается общий уровень стандартизации и нормирования, сокращается срок простоя продукции, обновляется ассортимент.

Формирование периодической отчетности о реализации вино-водочной продукции позволяет наблюдать за динамикой продаж, о её проблемных местах и возможностях модернизации системы продаж.

Немаловажным условием для успешной реализации вино-водочной продукции является сбор данных о конкурентах. Выявление слабых и сильных сторон в их деятельности. При систематическом сборе и анализе статистических данных можно сделать выводы о степени конкурентоспособности как торговой точки в целом, так и отдельно взятого продукта. В случае снижения показателей необходимо проводить изменения в торговой политике, перенимая опыт ведущих организаций, внося собственные корректировки. Рассматриваются новые векторы развития деятельности, категории клиентов, их возможность привлечения в будущем [3].

Изменения в общей системе реализации продукции являются наиболее рациональными при своевременном выявлении изменений в общей рыночной ситуации.

Распределение сотрудников отдела продаж их обязанностей и функционала наиболее рационально при определении индивидуальных качеств работника. На управление человеческими ресурсами в значительной мере влияет контроль. На общую и персональную результативность влияет назначение грамотного специалиста в каждый сектор работ.

Активно практикуется внедрение точных, регламентированных норм времени на совершение операций. Это позволяет настроить правильный трудовой процесс, позволяя персоналу анализировать свой трудовой процесс, планировать места роста.

Система мотивации – фактор формирования взаимосвязи между решением поставленных задач и желанием персонала на его выполнение. Для любого специалиста не секрет, что размер заработной платы имеет прямую взаимосвязь с планкой трудовой эффективности. Осознанность этой закономерности и является основой фактора мотивации. Разработка эффективных мотивационных методик позволит в полной мере реализовать профессиональные качества персонала.

Анализ воронки продаж [2, с. 123] – метод анализа, позволяющий проследить за динамикой изменения возможных клиентов при совершении операции продажи. Возможные и фактические клиенты, при покупке однотипного товара на всех уровнях торговой операции ведут себя по-разному. Достижению плановых показателей способ-

стствует владение именно этой информацией. В торговой деятельности очень высок уровень конкуренции, это обуславливает важность получения разного рода информации. Оперативно и с высокой точностью достигнуть поставленных высот, при реализации вино-водочной продукции и поможет анализ воронки продаж.

### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Абрятина М. С. Экономический анализ товарного рынка и торговой деятельности : учеб. пособ. М. : Дело и Сервис, 2019. 464 с.
2. Бердникова Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебное пособие. М. : ЮНИТИ, 2018. 391 с.
3. Григорук С. С. Стохастический подход к моделированию управления товарными запасами // Информационные ресурсы в образовании. Нижегородский государственный университет. 2013 г. С. 258–260.
4. Адуков Р. Х. Вывод экономики региона из тени: актуальность, проблемы, опыт // Вестник НГИЭИ. 2019. № 10 (101). С. 5–18.

УДК 615.1

**А. В. Балакина**

*обучающаяся 2-го курса, 38.04.02 Менеджмент*

**И. В. Волков**

*к.э.н., доцент кафедры «Организация и менеджмент»*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, г. Княгинино*



## **АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ**

В настоящее время разработка и активное внедрение инноваций повышает эффективность деятельности хозяйствующих субъектов, становится залогом их конкурентных преимуществ. При этом фармацевтические компании, являясь организациями высокотехнологичной экономической деятельности, могут сыграть важную роль в цифровой революции в здравоохранении.

В широком смысле инновационная деятельность определяется как «совокупность мероприятий по разработке и внедрению нового продукта (услуги) или технологии» [1, с. 154].

На наш взгляд, инновационную деятельность фармацевтических компаний можно определить как комплекс научных, технологических, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий, позволяющих вести разработку, производство и эффективное доведение до конечного потребителя лекарственных средств.

«Характерной особенностью инновационной деятельности предприятия является инновационная активность, определяемая степенью интенсивности осуществления инновационных мероприятий» [2, с. 101].

По мнению Быковой Е. А., фармацевтические организации – «широкая платформа для ведения инновационной деятельности, ключевым в которой является вклад в здравоохранение» [3, с. 59].

Инновационную деятельность организаций характеризуют такие показатели, как величина затрат на внедрение инноваций и инновационная активность.

Проведем аналитическую группировку областей России по показателю «общие затраты на инновационную деятельность», чтобы определить позицию Нижегородской области (таблица 1).

Для построения вариационного ряда с равными интервалами определим величину интервала  $h$ :

$$h = (185\,958 - 1\,402) : 4 = 46\,139.$$

Таблица 1 – Статистическая группировка показателя «общие затраты на инновационную деятельность в организациях» по областям в 2020 году\*

Интервалы значений общих затрат на инновационную деятельность, млн руб.**	Число областей**	Накопленная частота**	Средняя арифметическая взвешенная, млн руб.**
1 402–47 541	16	16	42 928
47 541–93 680	2	18	
93 680–139 819	0	18	
139 819–185 958	2	20	
Итого	20	-	

\*Составлено автором на основании данных Росстата

\*\*Авторские расчеты

Анализируя данную таблицу, необходимо отметить, что наибольшее число областей находится в интервале значений общих затрат на инновационную деятельность в организациях от 1 402 до 47 541 млн руб. Нижегородская область находится в интервале значений общих затрат на инновационную деятельность в организациях от 139 819 до 185 958 млн руб. – данный показатель составил 181 801 млн руб., уступая лишь Московской области.

Фармацевтические компании Нижегородской области отличаются большими затратами на внедрение инноваций. Так, удельный вес затрат на инновационную деятельность в общем объеме отгруженных товаров в 2020 году составил 1,7 %, в денежном выражении – 206,6 млн руб.

При этом уровень инновационной активности фармацевтических компаний региона довольно высокий и составляет 60 % или 0,6. Это на 6,7 % ниже, чем на предприятиях по производству компьютеров и электронных устройств, которые на сегодняшний момент являются самыми инновационно активными в промышленности области.

SWOT-анализ позволил определить основные причины, затрудняющие совершенствование инновационной деятельности в фармацевтических компаниях Нижегородской области, а именно: низкие темпы обновления научно-технической базы, преобладание импортозамещения над собственными инновационными разработками лекарственных средств, несовершенство регионального законодательства в части регулирования процессов реализации инноваций.

Для совершенствования инновационной деятельности фармацевтических компаний Нижегородской области нами был предложен комплекс мероприятий. Проведенная экспертная оценка позволила сделать вывод, что первостепенным мероприятием должна стать разработка программы производства инновационных импортозамещающих лекарств.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Кремин А. Е., Конева А. А. Сущность и содержание инновационной деятельности // Вестник Владимирского государственного университета имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых. Серия: Экономические науки. 2021. № 1 (27). С. 149–156.
2. Алексева М. Б., Ветренко П. П. Анализ инновационной деятельности: учебник и практикум для вузов. М. : Издательство Юрайт, 2021. 337 с.
3. Быкова Е. А. Инновационные процессы на российском фармацевтическом рынке // Вестник университета. 2020. № 8. С. 57–64.

**Н. А. Белоусова**

*ст. преподаватель кафедры*

*«Товароведение, сервис и управление качеством»*

**Е. А. Романова**

*обучающаяся 4 курса Института пищевых технологий и дизайна*

*ИПТД – филиал ГБОУ ВО НГИЭУ, Нижний Новгород*



## **ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА ОРГАНИЗАЦИЙ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

Актуальность исследования заключается в том, что текущее положение малого бизнеса объективно требует использования новых подходов к формированию системы менеджмента, современных инструментов в управлении ресурсами малых предприятий.

Целью исследовательской работы является изучение особенностей менеджмента в организациях малого предпринимательства на примере рекламного агентства «РОУ-НН».

Задачами научного исследования являются:

– анализ понятия малого предпринимательства;

– выявление особенностей менеджмента организация малого предпринимательства.

Предмет исследования: особенности менеджмента организации малого предпринимательства на примере рекламного агентства ООО «РОУ-НН».

Объект исследования: рекламное агентство «РОУ-НН».

Малое предпринимательство – деятельность, опирающаяся на работу небольших фирм, малых предприятий, формально не входящих в объединения. Критерии отнесения к субъектам малого предпринимательства в 2021 году устанавливает государство. Основные требования, при соблюдении которых возможно отнесение бизнесмена к субъектам малого и среднего предпринимательства, касаются численности работников и размера получаемого дохода [1].

Формируя организационную структуру в отличие от крупных предприятий, в сфере малого предпринимательства чаще всего встречается такая система, при которой во главе стоит один руководитель –

директор, чаще всего он же является собственником предприятия в целом [2].

В развитии малого бизнеса большую роль играют личные качества его владельцев: умение быстро принимать решения, искать нужных людей, контролировать производственные процессы и мотивировать сотрудников.

Менеджер-организатор – самый продуктивный тип менеджера, учитывающий нужды производства, а также потребности и интересы людей [3].

Фабрика рекламы «РОУ-НН» работает на рынке рекламных услуг с 2003 года, является агентством полного цикла.

В рекламном агентстве линейно-функциональная структура управления, включающая функциональные подразделения такие, как: отдел дизайна, финансовый отдел, отдел кадров, производственный отдел, отдел заказов и отдел продаж, а также линейные подразделения. Согласно данной структуре, формируются отделения по видам деятельности, в рамках которых выделяются ещё более мелкие со своим набором функций. При этом управление подчинёнными осуществляется посредством вертикальных связей, «сверху вниз»: линейный руководитель ставит задачи и назначает исполнителей [4].

Организация работы рекламного агентства построена таким образом, что руководитель включается в работу практически над каждым проектом, а многие работники совмещают различные должности. Можно выделить основные особенности управления рекламного агентства «РОУ-НН»:

- высокий контроль производственного процесса;
- руководитель высококвалифицированный и умеет быстро принимать решения, что влияет на степень ответственности его подчиненных;
- многофункциональность персонала, характеризующаяся быстротой коммуникации на фирме, передача распоряжений происходит оперативно и быстро;
- упрощенное взаимодействие между руководителем и другими сотрудниками.

Основываясь на важнейших качествах, характерных для хорошего менеджера, можно оценить руководителя рекламного агентства «РОУ-НН» следующим образом:

- при возникновении проблемы руководитель: принимает решения сам в течение двадцати-тридцати минут, советуется с сотрудниками;
- творческое мышление в основном возлагается на коммерческого директора, управляющего отделом дизайна, но руководитель

может давать советы или участвовать в разработке особо сложного или особо важного проекта; после окончания разработки дизайна проект утверждается руководителем;

– руководитель следит за работой в каждом отделе и старается оказывать влияние на обстановку и сплоченность в коллективе;

– руководитель строг к себе и справедливо относится ко всем работникам в вопросе дисциплины;

– лидерство-самое сильное качество руководителя «РОУ-НН»: он конструктивно оценивает своих работников и поддерживает их в моменты сложностей и успехов;

– организует учебу своих сотрудников; направляет руководящих работников на курсы повышения квалификации, руководитель непрерывно повышает профессиональную квалификацию, изучает передовой опыт ведущих рекламных агентств, участвует в выставках и семинарах;

– умело и грамотно разрешает все сложные и конфликтные ситуации.

Таким образом, анализ деятельности менеджера в рекламном агентстве «РОУ-НН» показал, что в развитии малого бизнеса большую роль играют личные качества его владельцев: умение быстро принимать решения, подбирать квалифицированных специалистов, контролировать производственные процессы и мотивировать сотрудников.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Критерии отнесения к субъектам малого предпринимательства в 2021 году [Электронный ресурс]. URL: <https://www.regberry.ru/malyu-biznes/subekty-malogo-predprinimatelstva-kriterii-otneseniya> (Дата обращения 01.10.2021).

2. Особенности менеджмента в малом предпринимательстве [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/170/8836/> (Дата обращения 01.10.2021).

3. Особенности управления малым бизнесом [Электронный ресурс]. URL: <https://invest.yanao.ru/support/useful-tips/obuchayushchie-materialy/1607/> (Дата обращения 01.10.2021).

4. Официальный сайт рекламного агентства «РОУ-НН» [Электронный ресурс]. URL: <https://rou-nn.ru/> (Дата обращения: 01.10.2021).

УДК 331.1

**Н. А. Белоусова**

*ст. преподаватель кафедры*

*«Товароведение, сервис и управление качеством»*

**А. С. Широкова**

*обучающаяся 4 курса Института пищевых технологий и дизайна*

*ИПТД – филиал ГБОУ ВО НГИЭУ Нижний Новгород*



## КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К ПОИСКУ И ПОДБОРУ ПЕРСОНАЛА НА ПРИМЕРЕ РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА «NEW PEOPLE»

**Аннотация.** В данной работе изучены основные подходы к поиску и подбору персонала, определены цели, а также методы отбора нового сотрудника в компании рекламного агентства «New People».

**Ключевые слова:** методы подбора, отбор сотрудника, персонал, поиск, рекламное агентство.

В настоящее время каждая организация сталкивается с необходимостью привлечения заинтересованных в работе сотрудников. Актуальность темы заключается в том, что способность организации эффективно управлять своими сотрудниками, включая поиск и подбор персонала, является главным источником её долговременного процветания.

Целью данной работы является изучение комплексного подхода к поиску и подбору персонала в рекламном агентстве «New People».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи: изучение методов подбора персонала и анализ комплексного подхода к поиску и подбору персонала в рекламном агентстве «New People».

Предмет исследования: методы подхода к поиску и подбору персонала на примере рекламного агентства «New People».

Объект исследования: рекламное агентство «New People».

Однажды Марк Бениофф сказал: «Секрет успешного подбора персонала заключается вот в чем: ищите людей, которые хотят изменить мир» [1].

Подбор персонала – важный этап в работе с кадрами, включающий расчет потребности в персонале, построение модели рабочих мест, профессиональный отбор кадров и формирование резерва [2].

Методы подбора персонала – это способы поиска и привлечения соискателей. Правильный выбор тактики позволяет экономить бюджет компании, затрачивать минимум времени на закрытие вакансии [3].

Таким образом, существует четыре метода подбора персонала:

– метод Preliminarying (прелиминаринг) – привлечение молодых специалистов через прохождение производственной практики и стажировки на предприятии;

– метод подбора персонала Headhunting (хедхантинг) – метод прямого подбора высококвалифицированных специалистов с определёнными навыками, кандидатов на должности менеджеров среднего и высшего руководящего звена;

– метод Exclusive search – организации нужен руководитель высшего звена, участвующий в формировании и реализации политики компании, то вышестоящее руководство поручает поиск претендентов на вакансию частным агентствам;

– метод рекрутинга – поиска сотрудников низшего и среднего звена на рабочие позиции. Технология подбора отличается простотой и доступностью, отбор ведется среди свободных соискателей.

Для рассмотрения темы и понимания теории необходимо проанализировать комплексный подход к поиску и подбору персонала на примере рекламного агентства «New People».

«New People» – это рекламное агентство полного цикла, которое занимается разработкой эффективных решений для любого бизнеса по решению маркетинговых задач и задач по привлечению персонала. Одним из преимуществ агентства является то, что оно работает с любыми маркетинговыми бюджетами и различными сегментами бизнеса.

Рекламное агентство зарегистрировано 14 апреля 2016 года, основными направлениями деятельности в «New People» является: Digital-маркетинг, прямой маркетинг, печать любых материалов, Off-line реклама, Online реклама [4].

Деятельность рекламного агентства – это творческий и аналитический процесс, где необходимо разрабатывать мероприятия для продвижения товара или услуг, проводить исследования рынка и потребителей, как следствие, найти сотрудников, удовлетворяющих этим критериям, весьма трудно.

«New People» с пониманием подходят к претендентам, не делая акцент на опыте, поскольку в компании понимают, что в современном мире трудно найти сотрудников, способных креативно мыслить и од-

новременно анализировать. Агентство «New People» в данном вопросе руководствуется принципом посмотреть на кандидата на этапе прохождения производственной практики и обучить кандидата с нуля требованиям, предъявляемым к сотрудникам.

Подбор персонала рекламным агентством «New People» включает методы:

1. Метод Preliminaring. Агентство приглашает студентов для прохождения производственной практики на данном предприятии, выдает студентам задания в соответствии с темой практики и с учетом интересов рекламного агентства, оценивает креативность и качество выполненного задания, выявляет интерес студентов к заданию и работе предприятия в целом. Студентов при выполнении заданий консультируют специалисты агентства. По окончании прохождения практики директор рекламного агентства «New People» проводит собеседование со студентами, оценивая их способности, предлагает варианты дальнейшего сотрудничества или выдвигает предложение о приеме на работу.

2. Метод Рекрутинг. В основном рекламное агентство использует устоявшийся данный метод, для этого выкладываются вакансии на такую площадку, как HeadHunter, где указываются основные требования к кандидатуре, а также условия работы и выполнение обязанностей. Для того, чтобы в рекламном агентстве не было «текучести кадров», компания использует конкурсный отбор, который способствует поиску нужных специалистов.

Решая вопрос о комплексном подходе к поиску и подбору персонала, генеральному директору задан вопрос: «Верит ли он в то, что именно сотрудник способствует процветанию компании»? Ответ не заставил себя долго ждать, поскольку он был отрицательным. Генеральный директор аргументировал это тем, что в рекламном агентстве «New People» нет выделения сотрудника с позиционированием «вождя». Процветание организации может сделать лишь команда, которая имеется в компании.

Таким образом, можно сделать вывод, что вопрос комплексного подбора и поиска персонала в рекламном агентстве «New People» является немаловажным элементом работы всего коллектива. От того, кто работает и кто еще придет в рекламное агентство, какими навыками, знаниями и качествами он будет обладать, будет зависеть успех и процветание организации в целом. Поэтому компания не просто занимается поиском и наймом работников, а работает над созданием команды.

## ЛИТЕРАТУРА

1. 17 цитат известных людей о поисках «"правильных" людей» [Электронный ресурс]. URL: <https://ubr.ua/business-practice/own-business/17-citat-izvestnyh-ludei-o-poiskah-pravilnyh-ludei-356229> (Дата обращения 01.10.2021).
2. Методы подбора персонала и их характеристика // Электронный журнал «Директор по персоналу» [Электронный ресурс] URL: <https://www.hr-director.ru/article/66605-metody-podbora-personala-19-m3> (Дата обращения 14.10.2021).
3. Рекрутер: нюансы популярной профессии [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nur.kz/family/self-realization/1902194-rekruter-nuansy-populyarnoi-professii/> (Дата обращения 14.10.2021).
4. Официальный сайт рекламного агентства «New People» [Электронный ресурс]. URL: <https://newpeople-nn.ru/> (Дата обращения: 07.10.2021).

**А. И. Беляева**

*обучающаяся 4-го курса Института экономики и управления*

**А. В. Дорошкевич**

*обучающаяся 2-го курса Института экономики и управления*

**Е. Н. Зубенко**

*к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

**Т. Н. Кутаева**

*к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, Княгинино*



## **ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ОПИСАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОБЛАСТИ КИНОИНДУСТРИИ**

Одна из ведущих тенденций развития муниципальных образований связана с усилением роли досуга в духовной жизни общества и сохранении здоровья его членов. Создание многофункциональных общественных центров и комплексов в последнее время получило широкое развитие в России, составной частью которых являются здания и сооружения зрелищного назначения (кинотеатры, концертные залы, клубы, театры, цирки, музеи, выставки и т. п.).

Не последнее место среди зрелищных зданий занимают кинотеатры и кинозалы, зачастую видоизменившиеся в силу своих разросшихся функций в кинотеатры с залами универсального использования или киноконцертные залы, а также кинотеатры под открытым небом.

Деятельность кинотеатра в первую очередь направлена на удовлетворение развлекательной и культурно-просветительной потребности населения. Следовательно, основной целью деятельности кинотеатра является максимально большее привлечение кинозрителей к просмотру максимально большего количества фильмов разнообразных жанров и тематик, для развлечения кинозрителей и оказания на них культурно-научно-просветительского воздействия. Таким образом, можно судить о том, что ключевой идеей ведения предпринимательской деятельности в форме оказания услуг кинотеатра под открытым

небом в г. Княгинино является не только возможностью насладиться фильмом на свежем воздухе, но и хорошим способом роста социально-культурного влияния на общество и значимости досуга.

Перед каждой организацией стоит вопрос выбора организационно-правовой формы хозяйствующего субъекта. При этом под организационно-правовой формой понимается способ закрепления (формирования) и использования организацией имущества и вытекающее из этого ее правовое положение и цели предпринимательской деятельности [1].

Наиболее подходящей организационно-правовой формой деятельности кинотеатра под открытым небом является общество с ограниченной ответственностью. Выбор данной формы объясняется такими факторами, как: возможность привлечения инвесторов; минимальный уставный капитал; возможность выбора упрощенной системы налогообложения; потенциал для роста организации; престиж и репутация при работе с крупными игроками рынка и др.

Общероссийским классификатором видов экономической деятельности в качестве основного вида деятельности кинотеатра под открытым небом считается деятельность в области демонстрации кинофильмов (код по ОКВЭД 59.14), которая предусматривает:

- деятельность по показу кинофильмов или видеороликов в кинотеатрах, на открытых площадках или в прочих местах, предназначенных для просмотра фильмов;
- деятельность кинематографических клубов.

В соответствии с действующим законодательством общества с ограниченной ответственностью в качестве режима налогообложения могут выбрать общий режим налогообложения (ОРН) или специальные налоговые режимы (например, упрощенная система налогообложения).

Структура управления любой организации предполагает из себя упорядоченную совокупность связей между звеньями и работниками, занимающимися решением административных задач организации. Правильно подобранная система управления влияет на успех организации. Выбор организационной структуры зависит от целей и вида деятельности бизнеса.

Рассмотрим отличительные характеристики данных видов налогообложения (таблица 1).

Таблица 1 – Сравнительная характеристика общей системы налогообложения (ОСНО) и упрощенной систем налогообложения (УСН) (фрагмент)\*

№ п/п	Параметр сравнения	ОСНО	УСН
1	Объект налогообложения	Прибыль	Доходы
2	Налоговая база	Денежное выражение прибыли	Денежное выражение доходов
3	Налоговая ставка	20 %	6 %
4	Налоговый период	Календарный год	
5	Представление налоговой декларации по итогам налогового периода	Представляется по итогам года	
6	Срок уплаты налога	Не позднее 28 марта года, следующего за истекшим налоговым периодом	Не позднее 31 марта года, следующего за истекшим налоговым периодом

\* Составлено автором на основании Налогового кодекса Российской Федерации [2]

Организационная структура управления современной организации должна обладать следующими свойствами: высокая гибкость; независимость от правил и норм; логичность рассуждений при принятии управленческих решений; создание необходимых условий для творческого подхода к работе и др. [3].

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод о том, что наиболее подходящей системой налогообложения для создания кинотеатра под открытым небом в г. Княгинино Нижегородской области является Упрощенная система налогообложения, так как данный вид налогообложения полностью соответствует выбранному виду предпринимательской деятельности. Цель введения этой системы – создать наиболее благоприятные экономические условия для деятельности организаций малого бизнеса [4]

Таким образом, нами были рассмотрены основные составляющие организационного описания бизнеса, которые включают в себя выбор организационно-правовой формы бизнеса, системы налогообложения, а также вид деятельности.

## ЛИТЕРАТУРА

1. «ОК 028–2012. Общероссийский классификатор организационно-правовых форм» (утв. Приказом Росстандарта от 16.10.2012 № 505-ст) (ред. от 24.10.2018) (вместе с «Пояснениями к позициям ОКОПФ»).

2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 04.06.2018) // Собрание законодательства РФ. 07.08.2000. № 32. ст. 3340.

3. Акифьева Л. В. Значение организационной структуры управления в современной организации // Современная наука: актуальные проблемы и перспективы развития. 2018. Княгинино : НГИЭУ. С. 61–62.

4. Сидорова Н. П., Сорокина С. П. Специальные налоговые режимы в 2014 году // Вестник НГИЭИ. 2014. № 7 (38). С. 219–227.

УДК 378.1

**М. О. Бобоева**

*магистрантка 2 курса обучения Института экономики и управления*

**Н. Г. Вожаева**

*к.э.н., доцент кафедры «Организация и менеджмент»*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, г. Княгинино*



## **SWOT-АНАЛИЗ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГБОУ ВО НГИЭУ**

Метод SWOT-анализа обычно применяется для определения влияния факторов внутренней и внешней среды на деятельность организации. Объединение их в единое целое позволит получить общую картину действительности. Этот анализ основывается на принципах оценки сильных и слабых сторон в образовательной деятельности, на определении возможностей, которые открываются перед организацией, и опасностей, возникающих в определенных условиях.

В целях обобщения значительного объема работ по диагностике позиции образовательного учреждения, а также получения содержательной и наглядной картины состояния и тенденций развития университета и образовательного рынка, в работе был использован метод SWOT-анализа (таблица 1).

Из таблицы 1 видно, что в Княгининском университете Нижегородской области слабые стороны преобладают над сильными и возможностей меньше, чем угроз. Таким образом, полученные данные позволяют определить дальнейшее стратегическое планирование университета с учетом полученной информации.

Положительные и слабые стороны образовательного учреждения, которые были обозначены в ходе проведенного анализа, дают возможность спланировать необходимые изменения, слабые стороны необходимо по возможности минимизировать, базируясь прежде всего на имеющихся сильных сторонах. Исходя из анализа можно сформировать долгосрочный план по достижению определенных целей в будущем.

Таблица 1 – SWOT-анализ ГБОУ ВО НГИЭУ  
г. Княгинино Нижегородской области\*

	Сильные стороны	Слабые стороны
	<p>1. Имеет статус государственного образовательного учреждения.</p> <p>2. Имеет все необходимые документы на право осуществления образовательной деятельности.</p> <p>3. Укомплектован высококвалифицированными научными сотрудниками</p>	<p>1. Расположение ВУЗа в сельской местности.</p> <p>2. Низкий размер стипендий обучающихся.</p> <p>3. Ограниченные возможности в получении дополнительных средств от внебюджетной деятельности.</p> <p>4. Ограниченные возможности в трудоустройстве обучающихся</p>
<p>Угрозы</p> <p>1. Недостаточное государственное финансирование.</p> <p>2. Нестабильное социально-экономическое состояние экономики.</p> <p>3. Неблагополучная демография</p>	<p>Поле СИУ</p> <p>1. Осуществляет профессиональную подготовку на дополнительных курсах обучения.</p> <p>2. Выполняет планы приема обучающихся по всем направлениям</p>	<p>Поле СЛУ</p> <p>1. Наличие большого числа конкурентов.</p> <p>2. Недостаточная публикационная активность научными сотрудниками</p>
<p>Возможности</p> <p>1. Повышение спроса на дополнительную профессиональную подготовку.</p> <p>2. Рост заинтересованности международных фондов в получении профессионального образования</p>	<p>Поле СИВ</p> <p>1. Предлагает новые услуги.</p> <p>2. Привлекает иностранных обучающихся.</p> <p>3. Организует зарубежные стажировки преподавателей и обучающихся</p>	<p>Поле СЛВ</p> <p>1. Недостаточно выстроенная система заказов от предприятий на выполнение научно-исследовательских работ</p>

\*Составлено автором на основе собственной разработки

Анализируя таблицу 1, можно сделать вывод, что сильными сторонами университета являются статус государственного образовательного учреждения, наличие необходимых лицензий и аккредитации, высококвалифицированных научных сотрудников. Слабыми сторонами учреждения являются местоположение ВУЗа, низкая стипендия обучающихся, недостаточное государственное финансирование и система помощи в трудоустройстве обучающихся.

К возможностям университета можно отнести рост заинтересованности международных фондов в получении профессионального образования, повышении спроса на дополнительную профессиональную подготовку [1].

Российский рынок высшего образования, хотя и имеет высокий авторитет во всем мире, в то же время он далек от насыщения. По примерным оценкам, мировой рынок образовательных услуг имеет следующую структуру: США – 40 %, Великобритания – 15 %, Германия и Франция – около 10 %, Россия – около 2 % и др. [2].

Для решения проблем привлечения иностранных обучающихся необходим комплексный подход, включающий помощь со стороны Правительства РФ и поддержку ректоров российских вузов. Только совместные действия органов власти и руководства университетов позволят привлечь зарубежных абитуриентов, ускорить процессы мировой интеграции вузов и повысить международную конкурентоспособность российских вузов.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Официальный сайт ГБОУ ВО НГИЭУ [Электронный ресурс]. URL: <http://ngie.u.ru/> (дата обращения: 02.11.2020).
2. Образование в Российской Федерации: 2014: статистический сборник (2015). М. : Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики».
3. Закиева Р. Р. Программное обеспечение «Instant testing for training» для экспресс-тестирования студентов // Инновации в образовании. 2014. № 7. С. 144–151.
4. Яни А. В., Каминская И. А. Влияние малоподвижного образа жизни на здоровье студентов. Профилактика гиподинамии // Педагогика: традиции и инновации. 2018. С. 64–68.

УДК 331.1

**Н. Г. Вожаева**

*к.э.н., доцент кафедры «Организация и менеджмент»*

**С. В. Зубарев**

*обучающийся 4 курса Института экономики и управления*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, г. Княгинино*



## **ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ**

В современных условиях сфера образования пользуется огромной популярностью. Считается, что человек, не имеющий образования, не может устроиться на престижную высокооплачиваемую работу. Поэтому большинство молодых людей, окончивших среднюю школу, стремятся получить высшее образование. Выбор образовательных учреждений весьма многообразен. И надо отметить, что каждое из них борется за своего студента. Конкуренция на рынке образовательных услуг достаточно сильная, и она непосредственно связана с маркетинговой деятельностью.

Маркетинговая деятельность – это организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации [1].

Маркетинговая деятельность в сфере образования – особый вид рыночной деятельности, нацеленный на удовлетворение нужд и запросов населения в образовательных услугах [2].

Маркетинг в образовании – это совокупность работ, направленных в конечном счете на продвижение образовательных услуг, программ в интересах образовательного учреждения и потребителей [2].

На рынке образовательных услуг в осуществлении маркетинговой деятельности существуют определенные особенности:

- на них нельзя посмотреть или потрогать;
- их невозможно сохранить;
- покупателю заранее невозможно оценить услугу, поскольку периоды производства и потребления услуг совпадают;

- качество услуги зависит от сотрудника, оказывающего эти услуги;
- образовательные услуги можно купить и получить заветные дипломы или сертификаты;
- знания со временем устаревают и их требуется постоянно обновлять.

Таким образом, характер осуществления маркетинговой деятельности образовательных учреждений является не стандартным. Для проведения маркетинговых исследований требуется учитывать множество показателей и факторов.

Применительно к системе образования в организации маркетинга выделяют следующие функции.

Аналитическая функция предполагает изучение внутренней и внешней среды учреждения, структуры учебного заведения, структуры образовательных услуг, рынка потребителей.

Образовательная функция включает разработку и внедрение новых образовательных программ, учебно-методического обеспечения, управление конкурентоспособностью этих программ и повышение их качества.

Сбытовая функция предполагает реализацию образовательных программ, обучения, осуществление ценовой политики.

Формирующая функция предполагает формирование спроса и стимулирование реализации образовательных услуг.

Функция управления и контроля предполагает организацию стратегического и оперативного планирования, информационного обеспечения управления маркетингом.

Таким образом, в системе образования сложилась необходимость внедрения маркетинга. В конкурентной борьбе на рынке образовательных услуг побеждают только те образовательные учреждения, которые в своей работе опираются на инструменты маркетинга, и тем самым обеспечивают своё дальнейшее развитие. Маркетинг направлен на тщательное исследование рынка, продвижение образовательных услуг до конечного потребителя, финансовое обеспечение образования. Конкуренция на рынке образовательных услуг уже требует сегодня от организаций особых усилий, направленных на привлечение потребителей – реклама, профорientационная работа структурных подразделений образовательного учреждения, проведение дней «открытых дверей», олимпиад и др.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Тюдишев А. Е. Маркетинг образовательных услуг как один из инструментов достижения экономической безопасности образовательного учреждения // *Colloquium-journal*. 2019. № 21–7 (45). С. 26–27.
2. Вандрикова О. В., Попов М. Н. Современные подходы к пониманию роли и значения внутриорганизационного маркетинга образовательного учреждения высшего образования // *Евразийский союз ученых*. 2015. № 4–3 (13). С. 70–74.

УДК 631.15

**Н. Г. Вожаева**

*к.э.н., доцент кафедры «Организация и менеджмент»*

**С. Ю. Лимонова**

*магистрантка 2 курса обучения Института экономики и управления  
ГБОУ ВО НГИЭУ, г. Княгинино*



## **ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОТРАСЛИ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА КНЯГИНИНСКОГО РАЙОНА НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ**

Сельское хозяйство является одной из ведущих отраслей экономики, обеспечивающей продовольственную и экономическую безопасность страны. Оно является центральной сферой АПК, обеспечивающей сырьем перерабатывающие отрасли [1, с. 196].

Большое значение отрасль сельского хозяйства играет и в социально-экономическом развитии Княгининского муниципального района. На долю организаций сельского хозяйства приходится 8,73 % (354,5 млн руб.) отгруженных товаров собственного производства (выполненных работ, оказанных услуг) по полному кругу организаций (общая сумма 4 058,6 млн руб.), что составляет 104,9 % к текущему периоду 2019 года.

Основным направлением деятельности предприятий сельского хозяйства района в растениеводстве является производство зерна, а в животноводстве – производство молока.

По итогам 2020 года сельхозпредприятия и крестьянские фермерские хозяйства собрали более 56 тысяч тонн зерна в весе после доработки, что на 28 % выше предыдущего года. Это удалось достигнуть за счет роста урожайности, которая превысила 30 ц/га, что в 1,4 раза выше 2019 года. В отрасли животноводства по основным производственным показателям район находится на 20 месте из 48 районов. Одним из ключевых факторов повышения производства продукции сельского хозяйства является техническое перевооружение производства. В 2020 году сельскохозяйственными организациями Княгининского района было закуплено 5 зерноуборочных комбайнов, 3 трактора Джон-Дир, 3 телескопических погрузчика, современная прицепная и

навесная техника на общую сумму свыше 102 млн рублей, на следующий год планируется приобретение техники на 110 млн руб. [2].

Для объективной оценки результатов производственной деятельности отрасли сельского хозяйства были проанализированы основные показатели сельскохозяйственного производства во всех категориях хозяйств за период 2016–2020 г. (рисунки 1, 2).

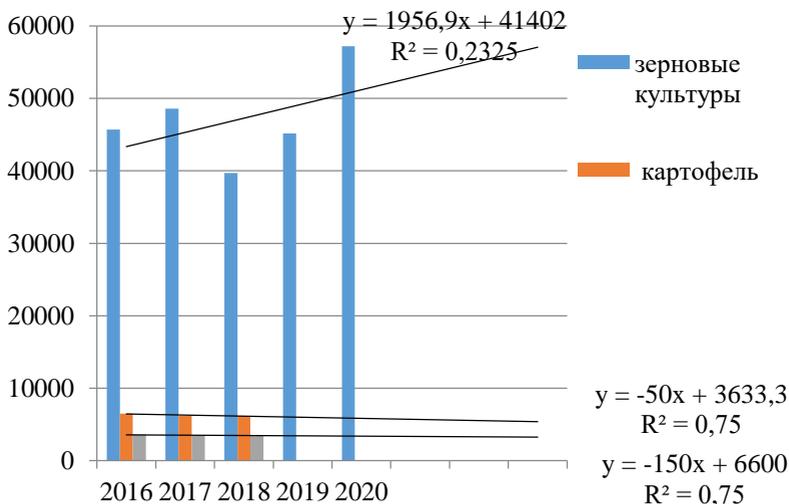


Рисунок 1 – Валовой сбор сельскохозяйственных культур по Княгининскому муниципальному району во всех категориях хозяйств, тонн  
\*составлено автором по данным [2]

Данные, приведенные на рисунках 1 и 2, позволяют сделать вывод, что в районе наблюдается положительная тенденция увеличения валового сбора зерна, картофеля и овощей и негативная тенденция снижения производства молока за счет его снижения в личных подсобных хозяйствах граждан.

Линия тренда по зерну показывает, что его производство в среднем увеличивалось на 1 956 тонн.

На территории Княгининского района функционирует 6 сельхозпредприятий, на их долю приходится 70,0 % сельскохозяйственного производства, 25 крестьянских (фермерских) хозяйств, которых занимают почти 18 % от общего объема сельскохозяйственного производства, и более 5000 личных подсобных хозяйств граждан с долей производства 12,2 %.

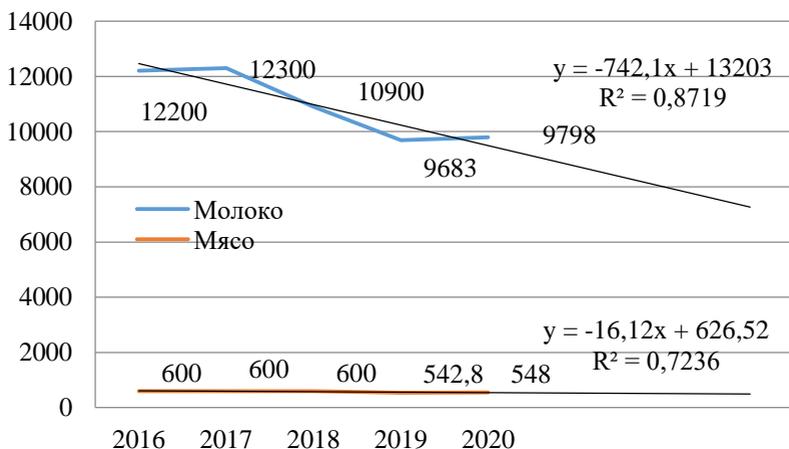


Рисунок 2 – Объемы производства продукции животноводства по Княгининскому муниципальному району во всех категориях хозяйств, тонн  
\*составлено автором по данным источника 2

Наиболее весомый вклад в развитие сельского хозяйства района вносят три самых крупных хозяйства, такие как ООО «АП Соловьевское», ЗАО «Покровская слобода» и СПК «Княгининский».

Для дальнейшего обеспечения устойчивого роста производства сельскохозяйственной продукции необходимо усиление государственной поддержки сельхозтоваропроизводителей в части реализации мероприятий государственных и муниципальных программ, в том числе путем технической модернизации сельскохозяйственного производства, привлечения в отрасль молодых специалистов, проведения работ по улучшению качества жизни сельского населения, сохранению учреждений социальной сферы на селе.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Кабаненко М. Н., Угрюмова С. Н., Андреева Н. А. Состояние и перспективы развития агрохолдингов в России // Экономические отношения. 2019. № 3. С. 196.
2. Официальный сайт администрации Княгининского муниципального района Нижегородской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://admkneginino.ru/> (дата обращения: 10.11.2021).

УДК 331.108.

**Н. Г. Вожаева**

*к.э.н., доцент кафедры «Организация и менеджмент»*

**А. Д. Леонтьева**

*обучающаяся 4 курса обучения Института экономики и управления*

*ГБОУ ВО НГИЭУ г. Княгинино*



## **АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ В ООО «УНИДОРСТРОЙ» ЧЕРНУШИНСКОГО РАЙОНА, ПЕРМСКОГО КРАЯ**

Структура управления человеческими ресурсами организации определяется характером ее деятельности, размерами, стратегией развития, кадровой политикой, финансовыми возможностями [1, с. 35]. Возникает необходимость в постоянном управленческом воздействии на структуру рабочих мест, на численность и состав работников. В малых организациях управление человеческими ресурсами является функцией общего руководства.

От обеспеченности организации трудовыми ресурсами и эффективности их использования зависят объем производства и качество продукции, ее себестоимость, прибыль, рентабельность и ряд других экономических показателей [2, с. 1].

Состав рабочей силы изменяется под действием как объективных, так и субъективных факторов (смена состава работников под влиянием текучести кадров, естественный и непрерывный процесс квалификационного роста, мотивационные посылки в отношении к труду и т. д.). Вследствие чего происходит движение трудовых ресурсов, которое можно описать с помощью показателей оборота: оборот по приему – число принятых работников, оборот по увольнению – число уволенных работников [3, с. 6].

Численность персонала предприятия планируется в зависимости от того, насколько компания оснащена технически, от её производительности, от количества услуг или количества продукции, произведенной ею. Состав персонала также во многом зависит от этих факторов и должен быть запланирован в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

Именно поэтому перед организацией каждый раз стоят задачи перепланировки или замены кадров, повышение их квалификации, чтобы обеспечить должный уровень функционирования предприятия. Также необходимым является и периодический учет персонала организации, анализ его численности и состава, и тех изменений, что происходят за время её работы.

В ООО «Унидорстрой» Пермского края наблюдается положительная тенденция увеличения численности работников, за последние 3 года она выросла на 104 человека или более чем в 2 раза (табл. 1).

Таблица 1 – Численность работников в ООО «Унидорстрой», чел. \*

Наименование подразделения	2018	2019	2020	Отклонение**, +/-
Управление	2	15	18	+16
Транспортный участок	1	33	42	+41
Дорожно-строительный участок	1	17	35	+34
Асфальтобетонный завод	1	10	9	+8
Строительная лаборатория	0	1	5	+5
Всего	5	76	109	+104

\* Составлено автором на основе данных бухгалтерской отчетности

\*\* Расчеты автора

Как видно из таблицы, увеличение численности наблюдается по всем подразделениям, самое большое увеличение отмечается по транспортному участку – 41 человек и дорожно-строительному – 34 человека. Принятие новых сотрудников связано с подбором качественного персонала, корректировкой штатного расписания, а также расширением производства.

Для изучения движения трудовых ресурсов в организации рассмотрим таблицу 2.

Анализируя данные, можно заметить, что большинство сотрудников было подвержено перемещению (98 чел.). Из них основную массу составили работники транспортного участка, а наименьшее количество пришлось на подразделение управления и строительную лабораторию (2 чел.). За период 2020 года было принято 70 человек, из них наибольший удельный вес пришелся на транспортный участок – 41,4 %, чуть меньше – 35,7 % – на дорожно-строительный. Количество уволенных составило 37 человек, из них наименьшее сокращение пришлось на строительную лабораторию – 3 человека.

Таблица 2 – Изменения численности сотрудников  
в ООО «Унидорстрой» за 2020 год

Наименование подразделения	Принято		Уволено		Перемещено	
	количество, чел.	удельный вес, %**	количество, чел.	удельный вес, %**	количество, чел.	удельный вес, %**
Управление	5	7,1	5	13,5	2	2,04
Транспортный участок	29	41,4	22	59,4	69	70,4
Дорожно-строительный участок	25	35,7	0	0	18	18,4
Асфальтобетонный завод	9	12,6	7	18,9	7	7,1
Строительная лаборатория	2	2,8	3	8,1	2	2,04
Итого**	70	100	37	100	98	100

\* Составлено автором на основе данных бухгалтерской отчетности

\*\* Расчеты автора

Большая текучесть кадров говорят о том, что в организации не все в порядке с подбором и расстановкой кадров и не все работники согласны с теми условиями, которые предложило руководство. Следует отметить, что организация новая и решить главную проблему обеспеченности кадрами не совсем получается.

Важным показателем, по которому оценивается эффективность использования трудовых ресурсов, является производительность труда, как фактор, влияющий на эффективность производства. Высокая производительность труда – это залог развития организации и эффективность деятельности её сотрудников. В таблице 3 представлены расчеты по изменению производительности труда в организации за последние 3 года.

Таблица 3 – Производительность труда в ООО «Унидорстрой», чел.\*

Наименование показателя	2018	2019	2020	Отклонение**, +, -
Численность работников, чел.	5	76	109	104
Выручка, тыс. руб.	23 093	379 534	437 930	414 837
Производительность труда**, руб./чел.	4 618,6	4 993,9	4 017,7	-601

\* Составлено автором на основе данных бухгалтерской отчетности

\*\* Расчеты автора

По данным таблицы видно, что за счет увеличения численности работников на 104 человека, относительно 2018 года, выручка от продаж в отчетном году возросла на 414 837 тыс. руб. Однако увеличение числа сотрудников отрицательно сказалось на производительности труда, которая снизилась за изучаемый период на 601 руб./чел., что является негативным моментом в деятельности организации.

Таким образом, эффективность производства прямо зависит от уровня распределения производительных сил в организации или учреждении и степени использования производственного и трудового потенциала персонала. Каждый работодатель обязан задуматься о том, чтобы распределить производительные силы таким образом, чтобы обеспечить эффективность деятельности сотрудников. Набор персонала, планируемые или внеплановые изменения дают множество возможностей для грамотной расстановки кадров. Они способствуют введению корректировок в будущие задачи организации и улучшению совместной работы команды.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Максимцев И. А. Управление человеческими ресурсами : учебник для вузов / Под редакцией И. А. Максимцева, Н. А. Горелова. 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2021. 467 с.
2. Ведерникова А. А. Анализ обеспеченности трудовыми ресурсами и качественного состава организации на примере ООО «Востсибтранс» // Инновации. Наука. Образование. № 41. 2021. С. 66–70.
3. Кеткина О. С. , Турыгин О. М. , Шорохова И. С. , Жуков А. Н. Статистика: руководство к решению задач : учеб. пособие / Под общ. ред. О. С. Кеткиной. М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. 152 с.
4. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности : учебник. 2-е изд., испр. и доп. Минск: РИГТО, 2012. 367 с.

**Н. Г. Вожаева**

*к.э.н., доцент кафедры «Организация и менеджмент»*

**Р. А. Меньков**

*обучающийся 4 курса Института экономики и управления*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, г. Княгинино*



## **ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

В современных условиях развития экономики, которые можно охарактеризовать как кризисные и неустойчивые, одним из важных факторов успешной работы предприятий является обеспечение конкурентоспособности. В рыночных условиях главным участником рыночных отношений является потребитель и каждое предприятие стремится удовлетворить все его пожелания и потребности. Производство продукции и услуг с высокой степенью конкурентоспособности обеспечивает предприятию явные преимущества по сравнению с конкурентами. Эффективное управление конкурентоспособностью предполагает проведение анализа и оценки всех внутренних и внешних факторов, оказывающих свое влияние на нее, и способствует обеспечению устойчивого функционирования организации.

Условия рыночной экономики таковы, что каждая организация вынуждена вести ожесточенную борьбу за своего потребителя. Поэтому управленческому персоналу всех видов предпринимательства постоянно необходимо разрабатывать и применять в практической деятельности комплекс мер, направленных на усовершенствование внутренней и внешней политики организации, учитывающих все факторы, влияющие на конкурентоспособность и устойчивость организации [1].

Конкурентоспособность продукции – это ее способность быть более востребованной по сравнению с другими идентичными видами товаров и услуг, выпускающихся на других предприятиях [2].

Существует множество различных групп факторов, влияющих на конкурентоспособность организации. Фактор конкурентоспособности – это не что иное, как непосредственная причина, которая необхо-

дима и достаточна для того, чтобы изменить хотя бы один критерий оценки конкурентоспособности [3].

Система причин конкурентоспособности предприятия включает в себя как внешние, так и внутренние факторы. К внешней среде относятся все условия и факторы, которые появляются извне конкретной организации и не зависят от его деятельности. К внутренним факторам следует отнести все составляющие, влияющие на результаты деятельности организации и определяющиеся руководством предприятия.

К числу главных внутренних факторов конкурентоспособности предприятия относятся:

- стратегия предприятия по вопросам конкуренции;
- параметры эффективности использования производственного потенциала, финансовых ресурсов, которые обеспечивают конкурентные преимущества продукции и услуг.

Ученые-экономисты сформулировали основные направления повышения конкурентоспособности организации, которые заключаются в:

- увеличении объемов и расширении ассортимента продукции, направляемой на продажу;
- повышении качества производимой продукции;
- бенчмаркинге;
- совершенствовании рекламной деятельности;
- формировании имиджа организации;
- жестком контроле за расходами на производство и реализацию продукции и др.

Увеличение объемов реализации и ассортимента продукции и услуг является одним из главных направлений, от которого непосредственно зависит повышение конкурентоспособности организации. Основная задача данного направления заключается в определении оптимального объема и ассортимента реализации продукции и обеспечении их взаимосвязи с безубыточной производственной деятельностью.

Хорошее качество продукции, как правило, поднимает имидж организации, дает возможность выйти с этой продукцией на внешний рынок с целью увеличения суммы прибыли.

Сокращение и оптимизация расходов – это наиболее важное преимущество перед конкурентами. Выигрывают те организации, которые за счет проведения определенного комплекса мер смогут обеспечить наименьшие затраты по сравнению с конкурентами. А это можно достичь за счет внедрения современных усовершенствованных технологий, основанных на автоматизации и роботизации производ-

ственных процессов, дающих возможность повысить степень использования оборудования и производительность труда.

Таким образом, для повышения эффективности деятельности организации необходимо умело управлять конкурентоспособностью, учитывать все факторы, оказывающие влияние на нее. Постоянно проводить анализ и оценку их влияния на конечный результат и на этой основе сформировать конкурентную стратегию развития организации.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Лытнева Н. А., Сысоева О. Н. Развитие инновационных методов в управлении результативностью хозяйственных систем // вестник Орловского государственного аграрного университета. 2012. Т. 38. № 5. С. 118–122.
2. Лытнева Н. А., Семенов С. Г. Методика определения вероятности банкротства организаций в российской и зарубежной практике // Вестник ОрелГИЭТ. 2010. № 2 (12). С. 52–57.
3. Лытнева Н. А. Современные методы и модели управления эффективностью промышленных предприятий // Вестник ОрелГИЭТ. 2014. № 1 (27). С. 43–48.
4. Мерзликина О. В. Испанский для юристов. 2021. 234 с.

**И. В. Волков**

*к.э.н., доцент кафедры «Организация и менеджмент»*

**Д. Н. Загребалова**

*обучающаяся 2 курса Института экономики и управления*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, г. Княгинино*



## **АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КНЯГИНИНСКОГО РАЙОНА НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ**

Анализ внешней среды является инструментом, с помощью которого разработчики стратегии осуществляют контроль внешних факторов по отношению к организации для того, чтобы заранее выявить потенциальные угрозы и вновь открывающиеся возможности. Данный анализ позволяет организации вовремя спрогнозировать появление угроз и возможностей, разработать ситуационные планы на случай возникновения непредвиденных обстоятельств, разработать стратегию, которая позволит организации достигнуть целей и превратить потенциальные угрозы в выгодные возможности.

Выбор стратегии, направленной на долговременное развитие предприятия, логически начинается с внешнего анализа, то есть непосредственно с анализа факторов, которые руководитель предприятия не в силах контролировать и которые могут повлиять на дальнейшее развитие стратегии.

«PEST-анализ – это метод, дающий возможность провести оценку макросреды предприятия, оказывающей наибольшее влияние на производство и реализацию товара либо предоставление услуг. Осуществление анализа внешней среды должно проводиться достаточно грамотно, поскольку каждое предприятие имеет свои нюансы при организации своей деятельности. Для этого и служит PEST-анализ» [1, с. 51].

«Использование PEST-анализа основывается на анализе политических, экономических, социальных, технологических факторов, влияющих на развитие муниципальных образований как в краткосрочном, так и долгосрочном периоде» [2, с. 124].

«При проведении PEST-анализа необходимо осуществлять исследование каждого фактора на ближайшие 3–5 лет, а не их текущее

состояние. Ведь именно анализ всех факторов внешней среды в долгосрочной перспективе, непосредственно влияющих на прибыль компании и эффективность её деятельности, дает возможность использовать полученные данные для формирования стратегии» [3, с. 91].

Таблица 1 – PEST-анализ малого предпринимательства  
Княгининского района\*

Политические факторы	Экономические факторы
1. Политическая ситуация в стране.	1. Темпы роста отраслей.
2. Наличие административных барьеров.	2. Динамика развития рынка и его насыщенность.
3. Наличие муниципальных программ по развитию малого предпринимательства.	3. Уровень инфляции (май 2021 г. – 6,01 %, 2020 г. – 4,91 %, 2019 г. – 3,05 %).
4. Государственная, грантовая поддержка.	4. Уровень безработицы (май 2021 г. – 5,2 %, 2020 г. – 5,9 %, 2019 г. – 4,6 %).
5. Изменения в законодательстве (налоговом, трудовом, регулирующем работу в отрасли).	5. Процентные ставки за кредит.
6. Уровень коррупции, свобода информации.	6. Инвестиционная и налоговая политика.
7. Регулирование конкуренции на государственном уровне.	7. Политика в области цен.
8. Обеспечение благоприятных условия для развития малого предпринимательства.	8. Уровень заработной платы (май 2021 г. – 34 580 руб., 2020 г. – 36 223 руб., 2019 г. – 30 734 руб. – по Нижегородской области).
9. Внутренняя политика на региональном и муниципальном уровне	9. Покупательская способность населения

\*Авторские расчеты

Проведя анализ, можно сделать вывод, что наибольшее влияние на деятельность малого бизнеса оказывают следующие факторы:

– наличие административных барьеров – немаловажную роль для развития малого и среднего предпринимательства играет снятие административных барьеров, которые препятствуют занятию рыночных ниш на региональных и муниципальных рынках товаров, работ, услуг. В связи с этим в субъектах Российской Федерации предусматривается внедрение стандарта развития конкуренции;

– государственная, грантовая поддержка – при рассмотрении поддержки субъектам малого предпринимательства, осуществляемых в форме грантов, стоит отметить, что ИП и малые предприятия, только

начинающие вести свою деятельность, имеют возможность получить гранты на сумму до 500 тыс. рублей. В том числе государство может компенсировать определенную часть расходов на открытие бизнеса. Данные средства предприниматели имеют право направить на приобретение сырья, материалов, оборудования, уплату аренды, за исключением выдачи заработной платы работникам организации. В связи с этим все затраты должны носить строго целевой характер;

- уровень инфляции – наблюдается рост инфляции за последние 3 года, что связано с ослаблением национальной валюты;

- покупательская способность населения – «во время пандемического кризиса, который пришелся на второй квартал 2020 года, покупательная способность населения России сократилась до минимума с 2011 года по 12 из 24 продуктов питания, являющихся основными в рационе человека (сюда относят: рис, белый и ржаной хлеб, сливочное масло, говядина, яблоки, черный чай, молоко, рыба и многое другое)» [4].

- социальная мобильность населения – повышение мобильности населения ведет к нехватке работников на предприятии;

- доступ к технологиям – недостаток инвестиций ведет к нехватке разработки новых технологий.

Таким образом можно сделать вывод, что методика PEST-анализа позволяет наиболее точно оценить влияние внешних факторов на развитие малого предпринимательства. Данный анализ необходим для того, чтобы вовремя среагировать на возникшие изменения, а также позволяет более эффективно проводить SWOT-анализ, так как дает более полное представление о факторах внешней среды.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Нефедов С. Д., Климова Н. В. Применение PEST-анализа в управлении предприятием // Стратегия социально-экономического развития общества: управленческие, правовые, хозяйственные аспекты. 2018. С. 51–55.

2. Комаревцева О. О., Лытнева Н. А. Применение PEST-анализа как инструмента управления изменениями в экономике муниципального образования // Проблемы и перспективы социально-экономического развития регионов. 2015. С. 124–127.

3. Кугубаева И. Э. PEST-анализ окружающей среды и SWOT-анализ компании // Молодежь и наука. 2016. № 7. С. 91.

4. Газета.ru. Рекордный спад: что не так с покупательной способностью россиян [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gazeta.ru/business/2020/09/04/13236512.shtml>

УДК 65.01

**И. В. Волков**

*к.э.н., доцент кафедры «Организация и менеджмент»*

**Н. М. Зинченко**

*обучающийся 2-го курса, 38.04.02 Менеджмент*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, г. Княгинино*



## **АНАЛИЗ ОПРЕДЕЛЕНИЯ «УПРАВЛЕНИЕ» В СОВРЕМЕННЫХ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ**

Сельскохозяйственный комплекс страны играет огромную роль в развитии страны, ее экологическом, экономическом, природном потенциале. Проблемы в сельском хозяйстве копятся и остаются не решенными по сей день. Уровень жизни в сельской местности сильно отстает от городского.

Многие ученые рассматривали различные аспекты проблем в сельском хозяйстве. Однако следует заметить, что малоизученной проблемой остается управление сельскохозяйственными организациями.

В настоящее время наиболее часто стали проявляться проблемы в управлении организациями сельского хозяйства. Они поставлены крайне остро не только в сельскохозяйственных организациях, но и в других.

Вопросы управления привлекают внимание с давних времен, со времен Платона и Аристотеля. Тем не менее до сих пор нет однозначного определения термина «управление». Исследователи расходятся во мнениях, что же такое управление – деятельность, процесс, способ или что-то иное. Более того, существуют и различные мнения по вопросу эквивалентности понятий «менеджмент» и «управление» в русской интерпретации. Нет единственного, рекомендуемого всем определения менеджмента [1, с. 1].

Рассмотрим само определение «управление» с разных сторон, от разных авторов, дающих это определение.

Таблица 1 – Определение «управления»\*

Автор	Определение	Характерная особенность
Б. В. Прыкина	– это сложный многогранный процесс, связанный с взаимодействием трех начал: научного подхода, опыта и искусства	совокупность трех подходов
Н. П. Масленникова	– это управление в социально-экономической системе, в производственно-хозяйственной сфере (в коммерческой организации) с целью извлечения и приумножения прибыли	подход с экономической стороны
Е. Е. Вершигора	– профессионально осуществляемое управление предприятием в условиях рыночных отношений в любой сфере хозяйственной деятельности, направленное на получение прибыли путем рационального использования ресурсов	использование ресурсов

\*составлено автором

Рассмотрев различные определения слова «управление» и выявив их особенности, можно дать свое определение: управление – это обособленная деятельность, которая представляет собой организацию основной деятельности, способствующей достижению поставленных целей.

Итак, данная статья показывает, насколько многогранное определение термина «управление».

## ЛИТЕРАТУРА

1. Дрезинский К. С. Терминологическое исследование понятий «Менеджмент» и «Управление» // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2013. № 1–1 (163). С. 22–25.

**И. В. Волков**

*к.э.н., доцент кафедры «Организация и менеджмент»*

**Д. В. Носова**

*студентка 4-го курса Института экономики и управления*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, Княгинино*



## **СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К КОЛЛЕКТИВНОМУ ПРИНЯТИЮ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ**

Управленческие решения в сельскохозяйственных предприятиях во многом зависят от факторов времени и риска, действующих в противоположных направлениях. Принятие решения с минимальной долей риска приводит к увеличению затрат времени на его подготовку. Исходя из этого появляется угроза несвоевременных операций, что способно причинить огромный вред.

Пиличев Н. А. отмечает, что в сельскохозяйственных предприятиях процесс принятия решения в основном находится на эмпирически-интуитивном уровне. Из общего числа решений 32–35 % принимаются на основе опыта, 25–27 % – по интуиции, 3–5 % – исходя из общей позиции руководителя и лишь 30–35 % – на основе анализа фактов. Поэтому эффективность принимаемых управленческих решений зависит от уровня владения руководителем и специалиста АПК определенными знаниями в области подготовки, принятия и реализации управленческих решений [1, с. 61].

Очевидно, что руководитель сегодня должен владеть эффективными методами выработки, принятия и реализации управленческих решений во избежание подобных угроз, но во многих случаях ему не стоит полагаться только на себя и для более эффективного достижения цели следует привлекать работников и различных специалистов к принятию решений с использованием коллективных методов, среди которых можно выделить наиболее распространенные на сегодняшний день: метод «мозговой атаки», метод «Делфи», дискуссионное совещание, метод построения сценариев, японская кольцевая система принятия решений «кингисё», метод комиссий, метод ключевых вопросов,

метод морфологического анализа. В таблице 1 представлен анализ наиболее распространенных методов коллективных экспертных оценок для разработки и принятия управленческих решений.

Таблица 1 – Анализ методов коллективных экспертных оценок

Название метода	Автор метода	Суть метода	Особенность метода
Метод «мозговой атаки»	Алекс Осборн	Творческий спор специалистов относительно определённой проблемы	Непрерывное генерирование идей для решения определенной задачи, где упор делается на количество предлагаемых вариантов
Метод «Дельфи»	Олаф Хелмер, Норман Дэлкей, Николас Ресчер	Нахождение решения проблемы, опираясь на мнение экспертов	Анонимность, заочность и многоуровневость
Метод комиссий		Проведение открытых групповых дискуссий по обсуждаемой проблеме и выработке согласованного решения	Рост информативности экспертов
Метод морфологического анализа	Фриц Цвикки	Сравнение аналогичных объектов и определение их существенных составляющих	Использование сравнений и аналогий
Метод построения сценариев	Герман Кан	Оценка развития ситуации в будущем	Многовариантность, т. е. рассмотрение нескольких альтернативных вариантов

Методы коллективных экспертных оценок, представленные в таблице, наиболее точно подходят для принятия управленческих решений в сельскохозяйственных организациях.

Также стоит отметить метод дискуссионного совещания, который складывается из рабочих проблем фирмы, которые обсуждаются с разных сторон и в ходе обсуждения вовремя обнаруживаются ве-

роятные недочёты и ошибки. Дальнейший план организовывается в условиях мысленного эксперимента, происходит моделирование ситуации, которая произойдет в будущем.

Руководителям и работникам важно не смешивать главные, необходимые и второстепенные проблемы, иначе глупо надеяться на успешное достижение конечной цели.

Действенное руководство и продуманные управленческие решения – это необходимое условие стабильного финансового положения сельскохозяйственных предприятий. Сейчас для аграрного хозяйства появилась потребность в постановке систематического процесса принятия управленческих решений. Поэтому нужно образовывать критерии, принципы, способы и направления принятия управленческих решений. Именно толковые управленческие решения помогают любой компании адаптироваться во внешней среде. Ход подготовки и принятия решения в аграрных предприятиях складывается из нескольких этапов: определения цели (решаемой проблемы) с учетом определенной ситуации; сбора и изучения нужной информации; разработки вероятных вариантов действия; обоснования и формулировки рационального решения.

Данная тема актуальна, так как в настоящее время аграрное хозяйство испытывает нехватку современных методов принятия решений посредством информативных систем.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Поштаев А. В., Беспалов В. А. Управление сельскохозяйственным производством. М. : Колос, 1995. 272 с.
2. Редько В. В. Метод мозговой атаки // Преступность в СНГ: проблемы предупреждения и раскрытия преступлений. 2017. С. 28–29.
3. Острик В. Ю., Радьков И. В. Основные направления повышения эффективности управленческих решений в предприятиях АПК // Евразийский Союз Ученых. № 4–9 (61). 2019. С. 44–50.

УДК 316.422

**И. В. Волков**

*к.э.н., доцент кафедры «Организация и менеджмент»*

**А. А. Овчинникова**

*обучающаяся 2-го курса Института экономики и управления*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, Княгинино*



## **ОПРЕДЕЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ МЕР ПО РАЗВИТИЮ ЗЕРНОПРОДУКТОВОГО ПОДКОМПЛЕКСА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕТОДА SWOT-АНАЛИЗ**

Основу растениеводства составляет зерновая подотрасль, что определяется многосторонними связями зернового производства с другими отраслями как сельского хозяйства, так и промышленности. Из всей совокупности отраслей зерновое хозяйство считается наиболее прибыльным, а также от отрасли растениеводства в прямой зависимости находятся и другие сферы АПК, другими словами, данная отрасль является «донором».

Основными проблемами зернопродуктового подкомплекса являются:

1. Снижение уровня урожайности.
2. Рост логистических издержек.
3. Затяжной поиск рынка сбыта.
4. Прямая зависимость от импорта.
5. Ухудшение качества зерна.

Для определения стратегических мер по развитию рассматриваемого подкомплекса и выявления взаимосвязи между факторами внешней и внутренней среды нами предлагается использование метода SWOT-анализа, который является в настоящее время одним из наиболее распространенных видов анализа в стратегическом управлении.

Перед тем как составить SWOT-анализ, нами были изучены различные взгляды ученых-экономистов, изучающих условия развития деятельности по производству зерна.

В своей научной работе Горпинченко К. Н. выделил основные слабые и сильные стороны зернопродуктового подкомплекса.

«Слабыми сторонами развития зернового производства являются: отсутствие на государственном уровне поддержки ученых, неготовность большинства научных разработок технологий и продуктов к выходу на рынок, недостаточное развитие инфраструктурных элементов и т. д. Сильные стороны: большие размеры сельхозугодий. Выгодное географическое положение» [1, с. 106].

Зюкин Д. А. предлагает реализацию следующих возможностей: развитие инфраструктуры и логистического обеспечения является неотъемлемым элементом повышения конкурентоспособности экспорта российского зерна и улучшения процессов межрегионального объема [2, с. 170].

Ключевые угрозы выделил Алтухов А. И., из-за нарушений взаимодействия внутренних и внешних факторов проявилась тенденция к снижению полезной отдачи в зерновом хозяйстве производственных ресурсов, неуклонному удорожанию производства зерна и ухудшению его качества [3, с. 10].

После рассмотрения мнений ученых нами был составлен SWOT-анализ зерно продуктового подкомплекса Нижегородской области, который представлен в таблице 1.

Таблица 1 – SWOT-анализ зернопродуктового подкомплекса Нижегородской области \*

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Природно-климатические условия и ландшафт. 2. Развитая инфраструктура. 3. Расширение ассортимента производства продукции растениеводства. 4. Увеличение уровня прибыли организации. 5. Высокий ресурсный потенциал	1. Выбытие значительных земельных площадей. 2. Неэффективный маркетинг. 3. Большие транспортные расходы. 4. Проблематичность реализации продукции через крупные розничные сети. 5. Низкий уровень использованных технологий. 6. Высокий уровень себестоимости продукции

\*Составлено автором

Для устранения выявленных слабых сторон и угроз предлагается ряд мер по инновационному развитию зернопродуктового подкомплекса:

1. Освоение и внедрение ресурсосберегающих технологий.
2. Выведение новых высокоурожайных сортов зерна.

3. Оптимизация посевных площадей.
4. Совершенствование каналов сбыта зерновой продукции.
5. Реализация зерна на зарубежные рынки.

На функционирование и развитие зерновой подотрасли оказывают влияние множество факторов. Чтобы ей устойчиво функционировать при жестких экономических, природно-климатических и прочих условиях, необходимо учитывать предложенные нами меры с учетом государственного регулирования и поддержки производителей зерна.

Таким образом, приоритетные направления позволят отраслям зернопродуктового подкомплекса находиться на пике своего развития, создавая наилучшие условия для производства, хранения, переработки и реализации зерна, увеличения экспортного потенциала зерна и привлечение в отрасли зернопродуктового подкомплекса дополнительные инвестиции.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Горпинченко К. Н. SWOT-анализ развития инновационного процесса в зерновом хозяйстве // АВУ. 2013. № 9 (115). С. 103–107.
2. Зюкин Д. А. Направления стратегического развития зернопродуктового подкомплекса // АНИ: экономика и управление. 2019. № 4 (29). С. 167–171.
3. Алтухов А. И. Экономические проблемы развития зернопродуктового подкомплекса России // Образование, наука и производство. 2014. № 2 (7). С. 17–25.
4. Ефимова З. В. Совершенствование организационно-экономических основ функционирования зернового рынка // Вестник Российского государственного аграрного заочного университета. 2010. № 9 (14). С. 176–179.

УДК 334.02

**И. В. Волков**

*к.э.н., доцент кафедры «Организация и менеджмент»*

**А. С. Паньшина**

*обучающаяся 2-го курса, 38.04.02 Менеджмент*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, г. Княгинино*



## **ФОРМИРОВАНИЕ БЛАГОПРИЯТНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЕ**

Среда формирует инновационный успех, возможные риски, условия для использования и развития инновационного потенциала, потому что высокотехнологичные, наукоемкие компании обладают всеми характерными чертами открытой системы, подверженной различным воздействиям.

Проведём метод стратегического планирования, используя SWOT-анализ, который позволит собрать и проанализировать развитие инновационной деятельности в Княгининском муниципальном районе (рисунок 1).

Большой вклад в развитие инновационной деятельности вносят: государственная политика (определяет цели, основы инновационной работы, формы и механизмы инновационной защищённости государства); налоговые условия (считаются итогом использования денежных инструментов регулирования инновационной деятельности; нормативно-правовое обеспечение.

Проведя анализ внешней среды, можно отметить, что для развития инновационной деятельности в муниципальном районе угрозой является эффективность рынка. К данному показателю можно отнести неэффективность рыночных механизмов, высокую степень монополизации рынков.



Рисунок 1 – Влияние факторов на развитие инновационной деятельности в муниципальном районе

Развитию инновационной деятельности на муниципальном уровне препятствует ряд факторов. К данному показателю можно отнести: отсутствие интереса со стороны органов местного самоуправления; недостаток ресурсов муниципальных образований для внедрения инноваций; высокая стоимость инноваций и длительные сроки окупаемости; недостаток информации о новых технологиях.

SWOT-анализ позволил определить возможности и угрозы, а так же сильные и слабые стороны развития инновационного потенциала муниципалитета, что, в свою очередь, обеспечивает дифференциацию

ключевых проблем и координацию конкурентных преимуществ муниципалитета. Эти результаты актуальны и востребованы для разработки долгосрочного социально-экономического развития муниципального образования.

Данный анализ позволяет сделать вывод о том, что текущая стратегия развития инновационной деятельности Княгининского муниципального района развивается успешно, но стоит решить вопрос недостаточной инвестиционной привлекательности муниципального образования.

Предложенные мероприятия как организационные, нормативно-правовые, информационные и инвестиционные должны быть направлены на повышение привлекательности муниципального образования для инвестирования.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Виленский П. Л., Лившиц В. Н., Смоляк С. А. Оценка эффективности инвестиционных проектов: теория и практика : Учебно-практическое пособие. М. : Дело, 2019. 832 с.
2. Гитман Л., Джонк М. Д., Основы инвестирования : Учебник / Пер. с англ. О. В. Буклимишев и др. М. : Дело, 2020. 1008 с.
3. Глазунов В. Н. Финансовый анализ и оценка риска реальных инвестиций. М. : Финанс. Тат. Информ, 2021. 235 с.
4. Батьковский М. А., Кравчук П. В., Стяжкин А. Н. Основные показатели оценки качества инновационного развития предприятий радиоэлектронной промышленности // Экономические исследования и разработки. 2019. № 1. С. 93–100.

**И. В. Волков**

*к.э.н., доцент кафедры «Организация и менеджмент»*

**Т. Ю. Рыженкова**

*обучающаяся 2-го курса Института экономики и управления*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, г. Княгинино*



## **УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ ПРОИЗВОДСТВА ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ В Г. НИЖНИЙ НОВГОРОД**

В современном обществе темпы научно-технического развития значительно ускоряются, что приводит к увеличению скорости обновления товаров (услуг), у потребителей возникает зависимость от новых продуктов. Исследования показывают, что инновации являются важным условием увеличения конкурентоспособности компании, ее продукции и интенсификации общественного производства. Следовательно, решение вопросов, объединенных с их разработкой и внедрением, является значительной задачей для многих современных компаний. Создание новых подходов и методов управления и организации инновационных процессов в компании становится предпосылкой для решения определенной задачи.

Хлебопекарное производство – социально важная отрасль экономики нашей страны и один из основных сегментов агропромышленного комплекса. Обеспечение продуктами питания всех слоев населения зависит от того, насколько продуктивно действует и развивается отрасль. В настоящее время выделяется обширное развитие хлебопекарной отрасли по различным направлениям. Огромный вклад вносят ученые из химических и биологических лабораторий, разработчики устройств, производители ингредиентов и иные.

Нынешний рынок инновационных технологий в производстве хлеба и хлебобулочных изделий имеет широкий спектр технологий от ингредиентов для улучшения особенностей продукции до механизмов более высокого уровня для автоматизации процессов выпечки. Проблема качества хлеба и выпечки становится все больше актуальной в последние годы. Усовершенствование качества продукции зависит от

мер по улучшению сохранности, увеличения контроля научно-технологических процессов, введения нового оборудования, использования современных упаковочных материалов и т. д.

«Инновации в производстве хлебобулочных изделий в основном обусловлены процессом производства и распространения продуктов, а также попытками создать эксклюзивные продукты, отвечающие производственным и общественным потребностям.

Инновационные технологии должны в первую очередь быть ориентированы на улучшение свойства продукции, усовершенствование потребительских свойств, совершенствование оборудования и технологий для производства хлеба и хлебобулочных изделий» [2, с. 221].

Исследования покупательского рынка показывают, что наиболее важными критериями при покупке хлеба являются: свежесть (25 %), вкус (18 %), внешний вид (17 %), полезность (16 %), цена (15 %), упаковка (9 %) (рисунок 1).

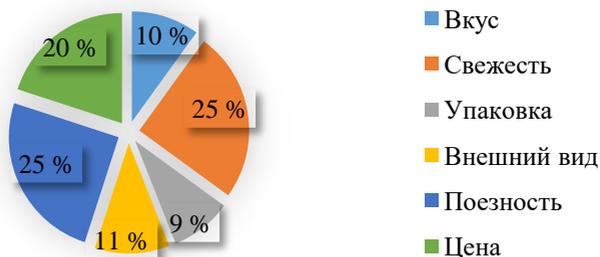


Рисунок 1 – Основные критерии при покупке хлеба\*

\*Составлено автором на основе сайта

«Федеральная служба государственной статистики»

В меньшей степени на выбор потребителей действует наличие упаковки. Многие покупатели выбирают хлеб без упаковки, наблюдая потерю вкусовых свойств и «хрустящей корочки».

Исследования показывают, что самым внушительным условием при покупке хлеба является его здоровье и свежесть. Большое значение полезности хлеба подтверждает об увеличении уровня жизни, внимания и заботы о здоровье, а также о повышенных требованиях к продукту.

Сегодня уже недостаточно просто широко производить хлеб и выпечку дабы выжить, производитель должен производить массовый ассортимент продукции.

На основе вышеизложенного предлагаются меры по созданию новых продуктов и их продвижение.

Таблица 1 – Предлагаемые меры продвижению продукта \*

Меры	Основной эффект
Совершенствование техники	<ul style="list-style-type: none"> <li>- снизить уровень брака;</li> <li>- повысить качество хлеба, что для конкурентоспособности является важным значением;</li> <li>- сократить время приготовления</li> </ul>
Технологии производства хлеба	<ul style="list-style-type: none"> <li>- исключение дрожжей из рецепта и снижение потерь сухого вещества на 5–10 %;</li> <li>- повышение выхода хлеба на 10–12 %;</li> <li>- рациональное использование цельнозерновой муки;</li> <li>- возможность получить конкурентоспособную и недорогую выпечку</li> </ul>
Улучшение потребительских свойств	<ul style="list-style-type: none"> <li>- повышение ценности продукта;</li> <li>- увеличить спрос на продукцию;</li> <li>- повышение узнаваемости</li> </ul>
Повышение качества продукции	<ul style="list-style-type: none"> <li>- увеличить объем производства;</li> <li>- улучшить пористую структуру и реологических свойств теста, упругая крошка;</li> <li>- снижение степени черствения</li> </ul>
Создание отдела маркетинга	<ul style="list-style-type: none"> <li>- создание или улучшение существующего сайта пекарни;</li> <li>- улучшение имиджа компании;</li> <li>- завоевывание клиентов и партнеров;</li> <li>- реклама</li> </ul>

\*Составлено автором

Любое предприятие когда-нибудь сталкивается с определёнными трудностями, для этого необходимо заниматься управлением инновационным развитием, для этого как раз потребуется создание отдела маркетинга и все вышепредложенные меры.

Учитывая быстро растущую конкуренцию на рынке сегодня, необходимо значительно быть в центре инновационного развития, следовательно, предпринимаемые меры могут служить наглядной методологией для формирования других районов Нижегородской области, что, в свою очередь, содействует увеличению эффективности бизнеса на уровне.

Благодаря активному формированию рынка инновационных технологий, производство современной выпечки сейчас располагается на высоком уровне. Разработаны усовершенствования и добавки, по-

вышающие срок хранения продукции как при производстве, так и при упаковке. Степень автоматизации и механизации технологических процессов на предприятиях усиливается с введением новых технологий и высокотехнологичных устройств.

Целенаправленное использование всех нововведений естественным образом ведет к правильно организованному инновационному производству, выпуску конкурентоспособной продукции и открытию новых сегментов рынка, а также к устойчивому развитию деятельности пекарен.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Казакова Е. В. Управленческие инновации, технологические инновации и стандартизация // Моя профессиональная карьера. 2019. Т. 2. № 7. С. 53–57
2. Мельник А. Р. Развитие инноваций в стратегическом управлении предприятиями // Образование. Наука. Производство. Белгород, 2019. С. 2211–2220.
3. Милютина И. Ю., Булахов В. А., Машкина Н. А. Внедрение инноваций как основа эффективного бизнеса // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2019. № 6 (40). С. 102–108.
4. Камбарова Ж. У., Люхудзаева А. Инновации и выбор стратегии компании // Ежеквартальный научно-информационный журнал «Экономический вестник». 2019. № 1. С. 9–11.
5. Богомолова И. П., Магомедов К. Г. Экономическая эффективность инновационных технологий хлебопекарной промышленности // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. 2014. № 4 (62). С. 237–240.

**Ю. С. Галактионова**

*студентка очной формы обучения, группа 17 МО*

**О. В. Ильичева**

*к.э.н., доцент кафедры «Организация и менеджмент»*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, г. Княгинино*



## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В ТОРГОВОЙ СЕТИ

Эффективное управление человеком зависит от понимания его мотивации, которая оказывает прямое влияние на производительность труда. Работодателю необходимо знать мотивы, которые движут сотрудником, понимать, какие мотивы лежат в основе его действий. Так как эффективное управление человеком дает эффективное управление организацией. Для этого необходимо изучать, в каких видах и как формируются мотивы; как замотивировать сотрудника и какие факторы при этом стоит учитывать.

В настоящее время в системе управления организацией важную роль играет мотивация персонала, которая прямо влияет на главные показатели эффективности производства. Также важно учитывать существенность применения методов управления мотивацией, которые объединяют все функции менеджмента [1, с. 99].

Мотивация персонала является способом управления поведением сотрудника, воздействия на него с помощью материальных и моральных стимулов. Помимо материальной мотивации, для стабильной работы и отсутствия текучести кадров работодателю очень важно учитывать и нематериальные мотивы человека, такие как:

- потребность в уважении;
- благоприятный психологический климат;
- трудовая функция, увлекающая сотрудника;
- возможность карьерного роста;
- престижность места работы.

Сегодня перед руководством предприятия стоит главная задача – построить грамотную систему мотивации персонала, включающую правильное соотношение материального и нематериального мотивиро-

вания персонала, что позволит организации уменьшить затраты на управление, быстрее достигнуть поставленных целей и положительно скажется как на производительности труда и заинтересованности работников в результатах труда, так и на личной удовлетворенности персонала условиями работы. Система мотивации персонала должна быть всесторонней, разнообразной и выстраиваться с учетом стратегических целей организации, особенностей корпоративной культуры и долгосрочных планов развития. От четко сформированной системы мотивации зависит не только социальная и творческая активность конкретного сотрудника, но и успешная и результативная деятельность торговых предприятий [2, с. 83].

В таблице ниже представлены виды материальной и нематериальной мотивации. Стоит отметить, что на нематериальную мотивацию работодателю все-таки придется организовать определенные затраты.

Таблица 1 – Виды мотивации персонала торговой сети\*

Прямая материальная мотивация	Нематериальная мотивация (соцпакет)	Моральная мотивация
<ul style="list-style-type: none"> <li>- премия за перевыполнение плана;</li> <li>- процент от продаж товаров и услуг;</li> <li>- премия за работу без нарушений;</li> <li>- премия за достижение определенных показателей</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- дополнительная медстраховка;</li> <li>- гибкий график;</li> <li>- возможность обучения и стажировки;</li> <li>- питание;</li> <li>- спецодежда;</li> <li>- оплата проездного или служебный транспорт;</li> <li>- дополнительные дни отпуска;</li> <li>- скидки на приобретение товаров магазина;</li> <li>- оплата личной связи</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- похвала руководителя;</li> <li>- письменная благодарность;</li> <li>- дополнительные отгулы;</li> <li>- сертификат лучшего работника;</li> <li>- доска почета;</li> <li>- тренинги;</li> <li>- корпоративы и праздники</li> </ul>

\*Составлено по статье «Менеджмент организации» [3]

То, как сотрудник мотивирован, во многом зависит от его психологического типа. Одной из самых популярных систем анализа психотипов среди кадровых работников является метод MBTI, ежегодно такой анализ проходит около 2 миллионов человек по всему миру. Метод основан на типологии личности по Юнгу и исходит из того факта,

что существует четыре основных критерия, которыми руководствуется поведение человека:

На что человек больше направляет свое внимание: интроверт или экстраверт.

Каким способом сотрудник воспринимает информацию: конкретика, факты, результат, интуиция.

Как сотрудник принимает решения: полагаясь на разум или на эмоции.

Таким образом, для разработки системы мотивации нужно продумать все виды мотивации, которые можно применить в торговой сети. Стоит учитывать, что размер дополнительных бонусов зависит от индивидуальных показателей работника. При этом работники одной категории при достижении схожих результатов должны получить примерно равные бонусы. Результаты финансовой хозяйственной деятельности должны быть объективны (объем продаж, прохождение курсов, получение квалификаций, качественное обслуживание клиентов и т. д.) При выборе должностных обязанностей и способов мотивации сотрудника стоит учитывать его психологические особенности.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Половинкина А. И. Влияние системы контролинга мотивации на эффективность деятельности персонала // Современные технологии в задачах управления, автоматизации и обработки информации. 2020 г. С. 99–103.

2. Никитин С. А. и др. Концепции и технологии менеджмента в отраслевом разрезе: теория и практика. Монография. Орел : ОГУ им. И. С. Тургенева, 2019 г. 222 с.

3. Бекирова М. Г, Давыдкина И. Б. Менеджмент организации. Волгоград : ООО «Сфера», 2020 г. 230 с.

**Ю. Н. Глушко**

*магистрант 2-го курса Института экономики и управления*

**О. А. Зубрёнкова**

*к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

**М. Л. Нечаева**

*к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, г. Княгинино*



## **ИЗУЧЕНИЕ ВЛИЯНИЯ РАЗЛИЧНЫХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ФАКТОРОВ НА КОЛИЧЕСТВО ДЕФЕКТНОЙ ПРОДУКЦИИ В АВТОМОБИЛЕСТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ МЕТОДАМИ МАТЕМАТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА**

Повышение конкурентоспособности автомобилестроительных предприятий строится непосредственно на качестве выпускаемой продукции [1, с. 5]. Богородский филиал ООО «Арзамасское ПО «Автопровод» является сильной и конкурентной организацией, ее специфика деятельности и уникальность определяется выпуском востребованной продукции для современного времени – жгутов для автомобилей. Несмотря на наличие всех этих преимуществ, невозможно избежать возникновения брака при производстве сложных электрических изделий (жгутов).

Для этого нам необходимо разделить исследование на следующие этапы:

1. Период проведения исследования – октябрь 2021 года. В качестве экспертов выступили работники машиностроительной организации ООО «Арзамасское ПО «Автопровод» (72 человека). Анкета для экспертного опроса представлена в приложении 1.

2. В основу исследования был взят фактор «невнимательность» в процентном соотношении, баллы по которым были расставлены с учетом каждой операции.

3. Результаты опроса подвергаются факторному анализу методом анализа главных компонентов, с целью выделения наиболее важ-

ных факторов, влияющих на совершение брака сотрудниками машиностроительной организации.

Нами была сформирована таблица исходных данных, которая включает в себя количество брака за 2020 г., и невнимательность, %.

Нами был проведен дисперсионный анализ и разработаны следующие этапы:

1. Формулируется нулевая гипотеза, которая утверждает, что групповые средние по дефектам не зависят от уровня «невнимательности», т. е. равны, но:  $\mu_1 = \mu_2 = \mu_3$ .

2. Для определения силы влияния переменной X на Y определяем показатель:

$$- \eta^2 = SSx / SSy = (SSy - SS \text{ ошибки}) / SSy;$$

-  $\eta^2 = 0$ , когда все групповые средние равны, т. е. переменная X не влияет на Y;

-  $\eta^2 = 1$ , когда внутри каждой из групп переменной X изменчивость отсутствует, но имеется некоторая изменчивость между группами.

3. Для проверки статистической значимости эффекта используем следующие критерии: F-критерий Фишера и графические тесты.

Для доказательства выделенных выше пунктов нами был проведен однофакторный дисперсионный анализ (таблица1).

Таблица 1 – Однофакторный дисперсионный анализ между количеством дефектов за 2020 год и невнимательностью в Богородском филиале ООО «Арзамасское ПО «Автопровод» \*

Регрессионная статистика	
Множественный R	0,609997
R-квадрат	0,372096
Нормированный R-квадрат	0,355572
Стандартная ошибка	59,94687
Наблюдения	40

\* составлено авторами

Из таблицы 1 видно, что парный коэффициент корреляции R составил 0,61, это свидетельствует о том, что между количеством брака за год и невнимательностью связь прямая и значимая. Так же нами был рассмотрен коэффициент детерминации R<sup>2</sup>, следовательно, расчетные параметры модели количества дефектов за год на 37 % объясняются невнимательностью. Остальные 63 % приходятся на факторы, не вошедшие в модель.

В таблице 2 рассмотрим значения коэффициентов а и b линейного уравнения регрессии и сделаем соответствующие выводы.

Таблица 2 – Коэффициенты линейного уравнения регрессии между факторами по количеству дефектов за 2020 год и невнимательностью\*

	Коэффициент	Стандартная ошибка	t-статистика	P-значение
Y-пересеч.	-34,3357	17,28829	-1,98607	0,054274
Переменная X1	1,368109	0,288302	4,745397	0,00

\* составлено авторами

Анализируя данные таблицы, можно сделать вывод, что коэффициент  $a$  – (-34,3) показывает, каким будет  $Y$ , если все переменные в рассматриваемой модели будут равны 0. Следовательно, при нулевых значениях невнимательности количество произведенного брака за год сократится на 34 штуки. Коэффициент  $b$  – 1,4 показывает весомость переменной  $X$  на  $Y$ . Следовательно, при увеличении невнимательности на 1 единицу количество брака за год увеличится на 1,4 штуки.

Для 12 и 30 степеней свободы табличное значение  $F = 2,09$ , что меньше расчетного значения, следовательно, нулевая гипотеза о равенстве фактора «невнимательность» отклоняется и эффект влияния количества дефектов на фактор «невнимательность» статистически значим.

Далее построим индивидуальный график значений для определения группировки предприятий в зависимости от уровня невнимательности ( $X$ ), с ним можно ознакомиться на рисунке 1.

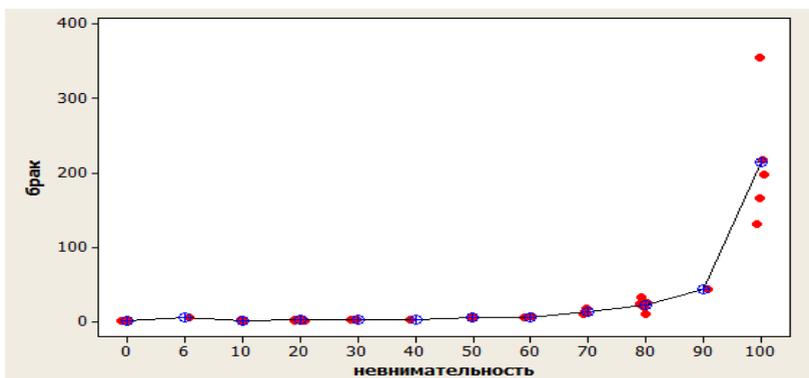


Рисунок 1 – Индивидуальный график значений количества дефектов и невнимательности в Богородском филиале ООО «Арзамасское ПО «Автопровод» за 2020 г.\*

\*составлено авторами

График показывает распределение количества дефектов в зависимости от уровня невнимательности, наблюдается линейная зависимость, чем выше невнимательность, тем больше количество дефектов. По данным графика можно сделать вывод, что точки направлены снизу вверх, это говорит нам о том, что прослеживается положительная зависимость между исследуемыми факторами.

Хочется отметить, что невнимательность, по мнению работников ООО «Арзамасское ПО «Автопровод», носит наиболее существенный характер, ведь чаще всего ошибки происходят непосредственно в легких операциях, в которых они ошибаются из-за спешки.

Следует заметить по графику, что брака в операциях, в которых, по мнению работников, они ошибаются на 100 % из-за невнимательности, больше всего по количеству. К таким операциям можно отнести:

- неправильная установка контакта в колодке (356 шт.);
- отсутствие вязок, бандажей (166 шт.);
- некачественная обмотка (218 шт.);
- отсутствие клипсы (132 шт.);
- не зафиксирован контакт в колодке (198 шт.).

Следовательно, руководству предприятия следует внимательно рассмотреть данные операции и предпринять соответствующие решения.

## **ЛИТЕРАТУРА**

1. Дорофеева В. В. Методика оценки уровня конкурентоспособности промышленных предприятий // Известия Байкальского государственного университета. 2011. № 4. С. 89–94.

2. Бузурная И. В., Егоров А. С. Построение модели оценки предпринимательского потенциала промышленных предприятий для обеспечения конкурентоспособности // Вестник Университета Российской академии образования. 2015. № 5. С. 134–139.

3. Мезенцева О. А. Поиск путей повышения конкурентоспособности предприятия на основании ее системной оценки // Приволжский научный вестник. 2013. № 6 (22). С. 68–76.

4. Сидорова Н. П., Фролова О. А. Экономико-математическая модель оптимизации структуры организационно-правовых форм собственности в Нижегородской области // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. 2011. № 9 (83). С. 109–112.

5. Федеральный орган государственной статистики «Росстат». Официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/statistic>(дата обращения: 22.10.21).

УДК 336.226.1

**А. Б. Голубев**

*студент 2 курса Института экономики и управления*

**Т. Н. Кутаева**

*к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, Княгинино*



## **ОСОБЕННОСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДОХОДОВ ГРАЖДАН: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ**

«Налог на доходы физических лиц (НДФЛ) – основной вид прямых налогов. Исчисляется в процентах от совокупного дохода физических лиц за вычетом документально подтверждённых расходов в соответствии с действующим законодательством» [1].

От состояния финансовых ресурсов страны зависит эффективное развитие страны в экономическом, а также социальном плане, качество услуг, которые предоставляются населению. Если рассматривать формирование бюджетов, налоги являются экономическим термином, они решают задачи, возлагаются на государство. Первой из таких задач является решение общественных потребностей. Второй – соблюдение безопасности путём обеспечения обороны, правопорядка. Такие задачи, как решение социальных проблем, проблем в экономической деятельности хозяйств, содержание аппарата управления также решаются налогами.

«Налоговые агенты представляют в налоговый орган по месту по формам, форматам и в порядке, которые утверждены федеральным и органами исполнительной власти, уполномоченным по контролю и надзору в области налогов и сборов. Документ, содержащий сведения о доходах физических лиц истекшего налогового периода и суммах налога, исчисленных, удержанных и перечисленных в бюджетную систему Российской Федерации за этот налоговый период по каждому физическому лицу – не позднее 1 марта года, следующего за истекшим налоговым периодом» [2].

Налоговый агент – организация России, в которой несколько отдельных сведений, если организация и ее отдельные сведения расположены в одном и том же муниципальном образовании, или отдель-

ные сведения расположены в одном и том же муниципальном образовании, представляют документы, содержащие информацию о доходах физических лиц за прошедший налоговый период и расчет налогов, удержание, перечисление в бюджетную систему Российской Федерации, а также расчет суммы налога на прибыль.

Все чаще обсуждается переход на прогрессивную шкалу налогообложения.

По нашему мнению, повышение налоговых ставок может иметь плохие последствия, и общество может не справиться с решительными изменениями, особенно в ситуациях, когда существующая стабильность находится под угрозой. Было бы разумно начать эту трансформацию с не облагаемой налогом минимальной заработной платы, эквивалентной прожиточному минимуму, установленному на федеральном уровне. Важно понимать, что реформа налоговой системы должна учитывать особенности российской экономики и ее социальной сферы. Новая система должна обеспечить высокие поступления в бюджет и способствовать перераспределению национального дохода в пользу граждан социально незащищенных слоев.

Давайте посмотрим на налоговую систему других стран и проведем аналогию.

Подоходный налог в США – это то, что должны платить все резиденты, независимо от их места жительства или страны, в которой они имеют доход. При расчете налоговой базы учитываются различные виды вычетов. Когда налоговая декларация заполнена, она выплачивается по 3 адресам: «Федеральный уровень» непосредственно в штат, в котором проживает налогоплательщик, в город или округ (местный налог). Налоговые ставки на каждом уровне различны и могут отсутствовать. Ставки федерального налога варьируются от 10 до 39,6 %, в зависимости от дохода.

В Германии в 1990 году была введена новая составная модель, которая упростила расчет налогов. Зона 1 (нулевая зона): доход в этой зоне не облагается налогом. Зона 2 (линейная): начальная налоговая ставка линейно повышается с 14 до 24 %. Зона 3 (линейная): эта зона разделена на 5 зон с общим годовым доходом следующим образом: Зона 4 (фиксированная): налоговая ставка в этой зоне повышается линейно, как и в предыдущей зоне, но не так резко с 24 до 42 % и Зона 5 (фиксированная): налоговая ставка в этой зоне фиксирована на уровне 45 %, равном -42 %.

Во Франции подоходный налог рассчитывается налоговой инспекцией. Все доходы во Франции делятся на 8 категорий, каждая из которых рассчитывается по-разному с учетом применимых льгот и

вычетов. Налоги рассчитываются при прогрессивном налогообложении. Эта шкала корректируется ежегодно. Особенностью расчета подоходного налога является то, что он рассчитывается по семейному принципу. Подоходный налог во Франции – это прогрессивный налог на доходы (от 5,5 до 75 %). Нижний предел составляет 6 011 евро в год, а максимальная ставка налога применяется в случае дохода домохозяйства в 1 миллион евро.

Таким образом Гуляева И. Г. и Невядомская А. И. делают предположение о том, что «в России существуют проблемы реализации НДСЛ для высокого уровня жизни населения – плоская шкала налогообложения, которая является предметом долгих споров и дискуссий [3].

Существует много разных законопроектов, которые предлагают вернуться к прогрессивной шкале, как в зарубежных странах. Но, несмотря на множество предложений, правительство отвергает данный вопрос, поэтому в ближайшем будущем не стоит ожидать смены налоговой системы.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 28.01.2020) [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_19671/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/).

2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117 ФЗ [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28165/7262accf6a3d67f9ced3a3dceb38c7bda15d539d/#dst5782](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/7262accf6a3d67f9ced3a3dceb38c7bda15d539d/#dst5782).

3. Гуляева И. Г., Невядомская А. И. Практика применения НДСЛ в России и за рубежом // Вестник Уральского института экономики, управления и права. № 2 (39). 2017. С. 41–47.

**Е. Н. Гришина**

*магистрант 2-го курса Института экономики и управления*

**О. А. Зубрёнкова**

*к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

**М. Л. Нечаева**

*к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, г. Княгинино, Россия*



## **ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ**

Тематикой исследования служат расчеты с поставщиками и заказчиками в сельскохозяйственных организациях Нижегородской области. Для того чтобы лучше разобраться в данном вопросе, нами было взято 30 сельскохозяйственных организаций, занимающихся схожей деятельностью с ЗАО «Покровская слобода» и находящихся в разных районах Нижегородской области.

В качестве сравниваемых показателей нами были выбраны следующие факторы:

1. Средняя заработная плата по району.
2. Расстояние от главного заказчика.

Регрессионный анализ представляет собой статистический метод исследования, изучающий воздействие одного или нескольких независимых факторов  $X_1, X_2, \dots, X_r$  на зависимую переменную  $Y$ . Переменные, которые не зависят от других факторов, иначе называют регрессорами, а зависимые переменные, в свою очередь, называются критериальными. Такой анализ может выявить определённые параметры взаимосвязи переменных.

Регрессионный анализ помимо определения силы и направления связи между переменными дает возможность прогнозировать (предсказывать) значения зависимой переменной (переменной отклика) по известным значениям независимой переменной (предиктора) [1, с. 5–6].

Приведем основные направления в определении данного понятия (таблица 1).

Таблица 1 – Определение понятия «регрессионный анализ» \*

Автор	Определение
Картель Н. А., Макеева Е. Н., Мезенко А. [2]	Раздел математической статистики, охватывающий построение и описание регрессионных зависимостей на базе статистических данных
Клепиков Н. П., Соколов С. Н. [3]	Раздел математической статистики, посвящённый методам анализа зависимости одной физической величины $Y$ от другой $X$
Л. И. Лопатников [4]	Раздел математической статистики, объединяющий практические методы исследования регрессионной зависимости между величинами по данным статистических наблюдений
ГОСТ 24026-80 [5]	Статистический метод анализа и обработки экспериментальных данных при воздействии на отклик только количественных факторов, основанный на сочетании аппарата метода наименьших квадратов и техники статистической проверки гипотез

\*составлено на основании отечественной литературы

Все определения сводятся к анализу и обработке входящих или же собранных данных для выведения определенных зависимостей между факторами.

Можно вывести свое определение, что регрессионный анализ – это практическое применение метода математической статистики для ряда факторов с целью выявления взаимосвязей между ними.

Использование регрессионного анализа в терминах прикладной статистики возможно со следующими целями: выяснение наличия статистической связи между случайными переменными (раньше называлось нелинейной корреляцией); аппроксимация; построение математических моделей [3].

Такой анализ может иметь как определенный ряд достоинств, так и недостатков. К достоинствам данного метода можно отнести:

1. Легкость в проведении вычислительных алгоритмов.
2. Графическое представление и интерпретируемость результатов анализа.

К недостаткам регрессионного анализа можно отнести:

1. Недостаточная точность в прогнозах.
2. Субъективный характер выбора вида конкретной зависимости (формальная подгонка модели под эмпирический материал).
3. Отсутствие объяснения причин возникновения причинно-следственных связей.

Для начала построим графики рассеивания и уравнения регрессии, которые позволяют оценить зависимости между различными переменными. По данному графику можно определить, имеет ли смысл исследовать зависимость между тем или иным параметром.

Далее построим график рассеивания между расстоянием от главного заказчика, км и средней заработной платой в районе, с ним можно ознакомиться на рисунке 1.

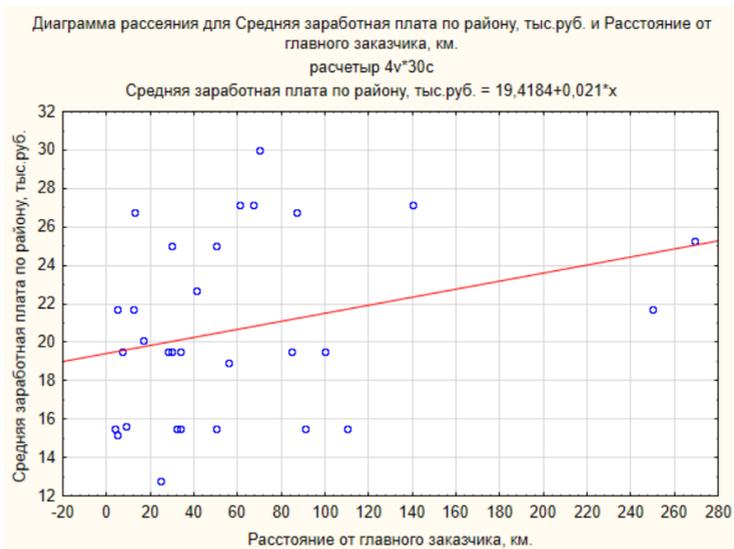


Рисунок 1– Диаграмма рассеивания между расстоянием от главного заказчика, км и средней заработной платой в районе, тыс. руб. за 2020 г.\*

\* составлено авторами

По данному графику видно, что точки рассеяны, иными словами, разбросаны по всей области определения. Следовательно, между расстоянием от заказчика и средней заработной платой по району связь отсутствует, данные показатели можно в дальнейшем не сравнивать. Подобная ситуация складывается между численностью населения места, в котором располагается организация, и расстоянием до главного заказчика.

Самой крупной и конкурентоспособной организацией, по нашему исследованию, является ООО ПЗ «Большемурашкинский» Большемурашкинского района, обогнав по чистой прибыли ЗАО «Покровская слобода» Княгининского района на 90 257 тыс. руб. Следовательно,

сельскохозяйственной организации ЗАО «Покровская слобода» необходимо совершенствовать производство, повышать свои сильные стороны и устранять внешние угрозы.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Сидорова Н. П., Фролова О. А. Экономико-математическая модель оптимизации структуры организационно-правовых форм собственности в Нижегородской области // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. 2011. № 9 (83). С. 109–112.

2. Дорофеева В. В. Методика оценки уровня конкурентоспособности промышленных предприятий // Известия Байкальского государственного университета. 2011. № 4. С. 89–94.

3. Бузурная И. В., Егоров А. С. Построение модели оценки предпринимательского потенциала промышленных предприятий для обеспечения конкурентоспособности // Вестник Университета Российской академии образования. 2015. № 5. С. 134–139.

4. Федеральный закон от 29.12.2006 № 264-ФЗ (ред. от 30.12.2020) «О развитии сельского хозяйства» [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_64930/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64930/) (дата обращения: 15.10.2021).

5. Федеральный закон «О бухгалтерском учёте» от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. От 26.07.2019) [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_122855/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/) (дата обращения: 15.10.2021).

*Д. С. Замятина*

*обучающаяся 1-го курса Института экономики и управления*

*М. Л. Нечаева*

*к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, Княгинино*



## **СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ**

В настоящее время существует множество точек зрения на то, что представляет собой конечную цель любой коммерческой организации. С эволюцией экономического развития ответ на этот вопрос трансформировался. Появление и развитие рынка ценных бумаг, кредитного рынка и постепенное вовлечение в него практически всех хозяйствующих субъектов привело к тому, что важнейшим индикатором успешности, конкурентоспособности и устойчивости бизнеса стал показатель рыночной стоимости компании.

Российский сегмент услуг телекоммуникации в современном мире обладает высокими темпами роста относительно других отраслей и преобразованием структуры предоставляемых услуг. Однако, несмотря на это, часть изучаемой отрасли по сей день свидетельствует о спаде и снижении показателей телекоммуникационных компаний. Развитие российского рынка телекоммуникаций происходит по сценарию развития мирового рынка – растет количество абонентов связи и пользователей Интернета. Увеличиваются финансовые показатели наиболее крупных компаний отрасли.

Обратившись к показателям 2020 года, мы видим, что объем телекоммуникационного рынка в России равен 1,73 трлн рублей, вместе с тем в мире установлено около 7,9 млрд действующих абонентов мобильной связи. Растет и количество пользователей широкополосного доступа в Интернет (на 2,1 %, до 36,1 млн человек), а мировая абонентская база за последние пять лет выросла на 32 % [1, с. 104].

Пандемия COVID-19 оказала глубокое влияние на мировую и российскую экономику. Из-за карантина многие компании были вынуждены временно закрыться, наблюдалось снижение совокупного спроса и

увеличение доли безработных. Последствия коронавируса для экономики России носят долгосрочный характер, поэтому перед компаниями по-прежнему стоит проблема принятия решений в условиях кризиса.

Отчеты ведущих мировых телекоммуникационных компаний России отражают негативный финансовый эффект, непосредственно связанный с пандемией COVID-19, в среднем он составил 4–8 % от объема выручки. Самый большой ущерб был нанесен роуминговому бизнесу, поскольку произошло снижение количества поездок клиентами, одновременно произошло сокращение и покупок продвинутых моделей смартфонов. Это обусловлено тем, что в период карантина ряду розничных магазинов и сетей необходимо было прекратить свою деятельность. При этом вынужденная удаленная работа в совокупности с повышенным спросом на домашние развлечения в условиях самоизоляции привела к устойчивому росту трафика данных, в основном по оптоволокну, а также по мобильной связи.

Динамика доходов телекоммуникационных компаний РФ отражена на рисунке 1.

Проанализировав данные рисунка, мы можем сделать вывод о том, что в 2020 году объем рынка телекоммуникаций в России составил 1,73 трлн рублей.

Годовая динамика рынка была отрицательной и составила 0,7 %.

С начала марта 2020 года оценочная деятельность осуществляется в условиях новой реальности, обусловленной пандемией:

1. Падение, волатильность рынков, государственное регулирование экономики.
2. Значительная неопределенность будущего и связанная с ней неработоспособность большинства методик прогноза.
3. Рост рисков профессиональной оценочной деятельности [1, с. 105].

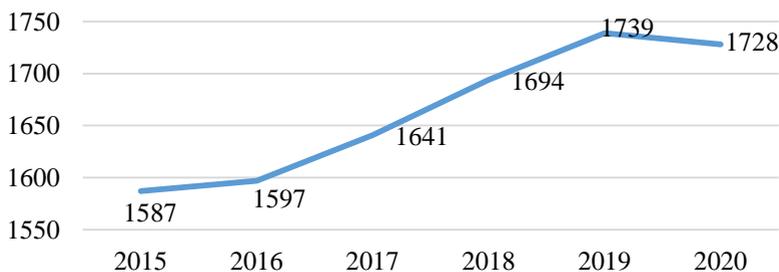


Рисунок 1 – Динамика доходов телекоммуникационного рынка РФ, млрд руб.\*

\* составлено автором на основе статистических данных [2]

Существенные изменения происходят каждый день. Фиксируются события, наступление которых ранее оценивалось как маловероятное, например: выдаются Заключения об обстоятельствах непреодолимой силы и Сертификаты о форс-мажоре, закрываются границы. Все это в полной мере определяет проблематику поставленной темы.

В связи с ростом проблем в оценке стоимости телекоммуникационных компаний России в условиях пандемии Правительство приняло решение о разработке методических рекомендаций для оценивания стоимости бизнеса [2, с. 63].

Таким образом, период, включающий в себя последние несколько лет, был достаточно тяжелым для мировой телекоммуникационной отрасли. Рынки беспроводной связи достигли насыщения, а для сегмента фиксированной связи настали непростые времена из-за постепенного отказа от традиционных услуг. Но во многих регионах страны по показателям обоих сегментов наблюдается тенденция к коммодитизации. В то же время во многих регионах наблюдается тенденция коммодификации в обоих сегментах. Конкуренция усиливается из-за агрессивной политики операторов связи и игроков из смежных отраслей. Предвидеть изменения в законодательной базе становится все труднее. Потребители все активнее сопротивляются росту цен. Телекоммуникационным компаниям предстоит принять важные инвестиционные решения в ближайшие годы [3, с. 50].

Руководители телекоммуникационных компаний прекрасно понимают, что их инвестиционная привлекательность снижается. В надежде переломить эту тенденцию за счет увеличения акционерной стоимости многие операторы ищут более эффективные стратегии. В основном у них есть два варианта. Первый – это диверсификация, то есть увеличение продаж и прибыли за счет выхода в новые области бизнеса. Примером такой стратегии является покупка активов Time Warner компанией AT&T и присутствие Orange на рынке финансовых услуг. Другой вариант связан с инфраструктурными стратегиями в телекоммуникационном сегменте: значительное увеличение или реструктуризация активов компании с одновременным улучшением результатов за счет смещения фокуса менеджмента и большей прозрачности для инвесторов. Благодаря этой стратегии компания может генерировать новые источники дохода, ориентированные на сетевые услуги.

С точки зрения акционеров и инвесторов для каждого варианта есть разумная логика. Те акционеры и инвесторы, которые стремятся к росту, будут заинтересованы в компаниях, ориентированных на диверсификацию. Те, кто предпочитает стабильные дивиденды, обратятся к игрокам с инфраструктурной стратегией. Понятно, что стремление

иметь всех клиентов одновременно не оправдывает ожиданий большинства телекоммуникационных компаний и их инвесторов. Пришло время операторам оценить свое положение и принять стратегические решения, чтобы оживить интерес инвесторов. Некоторые инвесторы найдут ответ на четкую стратегию диверсификации, основанную на сильной компетенции, которая может привести к фундаментальным изменениям на рынке, в то время как других инвесторов привлекает создание эффективной и действенной инфраструктуры, которая обеспечивает реальные выгоды с эффектом масштаба и создает высокие барьеры для конкурентов [4, с. 1411].

У этой дилеммы нет единого правильного решения. Автор не утверждает, что необходимо выбрать одну стратегию и исключить другую, даже если любая из них сама по себе является жизнеспособным подходом в долгосрочной перспективе.

Ведущие телекоммуникационные компании могут извлечь выгоду из принятия обоснованных решений и создания понятных историй для акционеров и других лиц. Это поможет определить необходимые и недостающие компетенции для дальнейшей реализации выбранной стратегии. Это также повысит привлекательность компании для инвесторов, которые могут в итоге выбрать из большого количества вариантов, куда вложить свои деньги.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Дробышевская Л. Н., Чурбанова А. С. Влияние пандемии на финансовые результаты деятельности телекоммуникационных компаний // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. № 10–1. С. 104–108.
2. Курилов К. Ю. К вопросу об оценке стоимости крупнейших российских телекоммуникационных компаний // Карельский научный журнал. 2017. № 1. С. 62–66.
3. Егоров С. Р. Использование мультипликаторов при оценке стоимости компаний различных отраслей // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. № 5–2. С. 48–51.
4. Матяш И. В. Инвестиционная привлекательность и устойчивый рост телекоммуникационных компаний: ценностно ориентированный подход и интересы стейкхолдеров // Экономика региона. 2018. № 3–17. С. 1411–1423.

УДК 330.322.5

**Е. А. Золотарева**

*студентка 3 курса экономического отделения*

**Т. В. Мамзолова**

*преподаватель спецдисциплин*

*ГБПОУ «Шахунский колледж аграрной индустрии», Шахунья*



## **ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ НА ПРИМЕРЕ ООО «ШАХУНСКОЕ УПП»**

Инвестиционный проект – обоснование экономической целесообразности, объема и сроков осуществления капитальных вложений, в том числе необходимая проектно-сметная документация, разработанная в соответствии с законодательством РФ и установленными в установленном порядке стандартами (нормами), а также описание практических действий по осуществлению инвестиций (бизнес-план).

Актуальность моего исследования состоит в том, что реализация инвестиционных проектов и повышение их эффективности является одним из важных факторов повышения конкурентоспособности предприятий. Оценка эффективности позволяет в первую очередь предпринимательской фирме, а затем и внешнему инвестору оценить ожидаемую эффективность и целесообразность осуществления конкретных реальных инвестиций, а также насколько эффективным будет вложение инвестиций в данное предприятие.

Одним из основных показателей, характеризующих деятельность предприятия, являются финансовые результаты предприятия. Его состояние за период с 2019 по 2020 гг. представлено в таблице 1, основные финансовые результаты деятельности ООО «Шахунское УПП» за два года.

На основании проведенного анализа можно сказать, что годовая выручка за 2020 год равнялась 26 890 тыс. руб. За два последних года годовая выручка практически не изменилась, увеличившись всего на 157 тыс. руб., или на 0,6 %. Значение убытка от продаж за 2020 год составило -2 001 тыс. руб. В течение анализируемого периода наблю-

далось сильное снижение финансового результата от продаж – на 585 тыс. руб.

Таблица 1 – Результаты деятельности ООО «Шахунское УПП»

Показатель	Значение показателя, тыс. руб.		Изменение показателя		Средне-годовая величина, тыс. руб.
	2019 г.	2020 г.	тыс. руб.	±%	
1. Выручка	26 733	26 890	+157	+0,6	26 812
2. Расходы по обычным видам деятельности	28 149	28 891	+742	+2,6	28 520
3. Прибыль (убыток) от продаж	-1 416	-2 001	-585	↓	-1 709
4. Прочие доходы и расходы, кроме процентов к уплате	807	1 217	+410	+50,8	1 012

В настоящее время главной стратегией развития предприятия ООО «Шахунское УПП» является увеличение доли рынка в городах Нижегородской области и в городе Заволжье. Исходя из этого предприятию необходимы инвестиции для расширения производственных мощностей и приобретения нового оборудования. Известно, что банки предоставляют кредиты на очень невыгодных условиях, поэтому источником инвестиционных средств будут собственные средства.

Таблица 2 – Динамика объема инвестиций ООО «Шахунское УПП» в 2018–2020 гг.

Год	Объем инвестирования, млн руб.
2018	10
2019	6
2020	2
Итого	18

Из представленной таблицы видно, что в ООО «Шахунское УПП» самый низкий объем инвестиций был в 2020 году и составлял всего 2 млн руб. Это было связано с экономическим кризисом в стране и ростом доллара. Уровень инфляция, по данным Росстата, в 2018 году составил 5,5 %. Наибольший же объем инвестиций в развитие производства наблюдался в 2018 году и составлял 10 млн руб. Данное количество инвестиций в производство в 2018 году в ООО «Шахунское УПП» было связано с приобретением нового необходимого деревооб-

рабатывающего оборудования. Уровень инфляция по данным Росстата, в 2018 году составил 2,5 %.

Далее проанализировав динамику структуры инвестиций ООО «Шахунское УПП» за 2018–2020 гг., можно сказать, что за последние 3 года в ООО «Шахунское УПП» осуществлялись только реальные инвестиции, которые были вложены в новое оборудование. Данное оборудование приобреталось как взамен физически изношенных основных фондов, так и для производства новых видов деревообрабатывающих работ.

Таким образом, подводя итог, можно сказать, что ООО «Шахунское УПП» осуществляет только реальные инвестиции, которые вкладываются в приобретение оборудования для осуществления деревообрабатывающих работ. За анализируемый период 5 лет объем инвестиций предприятия составил 18 млн руб.

Эффективность проекта в целом оценивается с целью выявления потенциальной привлекательности проекта для возможных участников и поисков источников финансирования.

Важнейшими критериями при оценке инвестиционных проектов являются чистая приведенная стоимость, которая показывает, останутся ли деньги у компании после реализации проекта, то есть получит она доход или убыток.

$$PBP = 4 \text{ года.}$$

Дисконтированный период окупаемости денежного потока:

$$D\hat{D}\hat{D} = A + \frac{|B|}{C},$$

где  $A$  – обозначается период с последним отрицательным кумулятивным дисконтированным чистым результатом;  $B$  – последний отрицательный кумулятивный дисконтированный чистый результат;  $C$  – дисконтированный чистый результат, который изменил знак кумулятивно дисконтированного чистого результата с – на +.

$$D\hat{D}\hat{D} = 4 + \frac{|-2,77|}{3,10} = 4,89 \text{ лет.}$$

Анализируя результирующие показатели, можно сделать следующие вывод – проект можно считать эффективным, так как через 4,89 лет покроет все инвестиции.

В целом все рассчитанные экономические показатели доказывают, что этот проект весьма привлекателен с инвестиционной точки зрения и может быть реализован.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Федеральный закон «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» от 25.02.1999 № 39-ФЗ (ред. от 02.08.2019 № 259-ФЗ).
2. Борисова О. В., Малых Н. И., Овешникова Л. В. Инвестиции в 2 т. Т. 1. Инвестиционный анализ : учебник и практикум. М. : Юрайт, 2019. 218 с.
3. Боровикова Е. В. Совершенствование методики отбора регионально значимых инвестиционных проектов на основе подходов к оценке экономической эффективности проектов // Финансовый бизнес. 2015. № 4 (177). С. 17–25.

УДК 657.633.5

**Е. Н. Зубенко**

*к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

**О. Э. Кузьминцева**

*обучающаяся 4-го курса Института экономики и управления*

**Т. Н. Кутаева**

*к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

**Д. С. Сухова**

*обучающаяся 4-го курса Института экономики и управления*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, Княгинино*



## ВНУТРЕННЯЯ СИСТЕМА КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА В СФЕРЕ УСЛУГ

С каждым годом в России возрастает количество платных услуг, оказываемых населению, чему свидетельствует статистика (таблица 1). Если в 2015 г. общая стоимость услуг составила 8 050 808 млн руб., то в 2019 г. уже 10 239 713 млн руб. [1] Увеличение данных показателей способствует развитию сферы услуг и экономики в целом, но, к огромному сожалению, с ростом количества не всегда повышается качество. Основным решением данной проблемы может служить развитие системы контроля качества оказываемых услуг.

Таблица 1 – Объем платных услуг, предоставляемых населению в России за 2015–2020 гг.\*

Год	Сумма, млн руб.	В процентах к предыдущему году (в сопоставимых ценах)
2017	9 211 441	101,4
2018	9 703 358	101,4
2019	10 239 713	100,5
2020	8 759 871	82,9

\*составлено автором на основании полученных данных

Контроль качества – это практика проверки товаров в процессе их производства на предмет соответствия действующим стандартам [2]. Контроль качества оказываемых услуг могут выполнять как аут-

© Зубенко Е. Н., Кузьминцева О. Э., Кутаева Т. Н., Сухова Д. С., 2021

сорсинговые (сторонние) организации, так и компания самостоятельно.

Есть несколько причин, почему стоит вести внутренний контроль в организациях, связанных со сферой услуг:

1. Необходимо постоянно наблюдать за тем, чем заняты сотрудники с целью убеждения, что они понимают суть своих обязанностей и выполняют их корректно.

2. Как внутри компании, так и в ее окружении постоянно происходят какие-либо изменения, влияющие на деятельность организации и требующие соответствующей реакции, поэтому все более значительной становится связь между планированием и контролем.

3. Структура организаций вследствие роста производства обычно усложняется, появляются новые направления деятельности, новые бизнес-процессы, за которыми менеджеры физически утрачивают возможность наблюдать персонально. В таких случаях компании необходима формальная система контроля процессами, чтобы отслеживать все условия и решать, какие изменения нужны в том или ином случае [3].

В связи с этим, перед внутренним контролем стоят следующие задачи:

1. Обнаружение новых факторов внутренней и внешней среды, способных оказать значительное влияние на деятельность компании и своевременное реагирование на подобные изменения. К тому же контроль позволяет выявить незначительно выраженные тенденции развития организации, их направление и т. д., что позволяет составить реальные планы развития.

2. Обнаружение ошибок в деятельности предприятия и принятие своевременных мер по их устранению.

3. Оценка деятельности компании по ключевым показателям и направлениям за определенный период, эффективности управления, а также для сравнительного анализа с показателями конкурентов на рынке [4].

Стоит заметить, что внутренняя система контроля качества услуг является действенным инструментом, который можно использовать в различных сферах бизнеса, в том числе и:

- в прачечных – для определения уровня качества обслуживания, оценки деятельности хозяйственных работников и проверки ассортимента и стоимости предоставляемых услуг;

- в фотостудиях – для анализа профессиональных навыков работников, отслеживания своевременного выполнения заказов и контроля за ежедневной деятельностью персонала.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что внутренний контроль позволяет не допускать получения неудовлетворительных результатов деятельности в перспективе и создавать предпосылки для стимулирования персонала компании.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Малков П. В. Россия в цифрах. 2020: Крат стат. сборник. Росстат. М., 2020. 550 с.
2. Пашеева Т. Ю., Попов Л. В. Технический контроль как один из способов управления качеством судоремонта // Вестник Государственного университета морского и речного флота им. адмирала С. О. Макарова. 2021 г. Т. 13. № 2. С. 232–243.
3. Чернов В. Д., Поддубная М. Н. Особенности управленческого контроля в организациях сферы услуг // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021 г. № 5–3. С. 174–176.
4. Зубенко Е. Н., Зубренкова О. А. Учет затрат по текущим нормам на пивоваренных предприятиях // Вестник НГИЭИ. 2014. № 9 (40). С. 31–38.

**Е. Н. Зубенко**

*к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

**Т. Е. Пахомова**

*обучающаяся 1-го курса Института экономики и управления*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, Княгинино*



## **ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ВЗГЛЯД НА ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО КОНТРАКТА**

Эффективный контракт – это трудовой договор с работником, в котором конкретизируются не только его должностные обязанности, но и условия оплаты труда с учетом показателей производительности. В документе прописаны все критерии эффективности, основанные на стимулирующих выплатах и мерах социальной поддержки, предоставляемых работнику работодателем, в том числе – денежных компенсациях.

Можно судить о том, что целью применения данной формы контракта является повышение производительности за счет четкого понимания задач и критериев эффективности, прозрачности оценки труда и системы стимулирования, тем самым повышая престиж и привлекательность профессий в бюджетном секторе экономики.

Применение «эффективного контракта» призвано повысить конкурентоспособность государства как работодателя на региональных рынках труда и сопоставимость стоимости труда в государственном, муниципальном и частном секторах экономики [1].

Этапы перехода к «эффективному контракту» должны были быть увязаны с конкретными структурными и институциональными изменениями в отраслях социальной сферы, направленными на повышение эффективности образования, науки, культуры, здравоохранения; «установить более тесную связь оплаты труда с результатами деятельности конкретного специалиста, в том числе путем увеличения дифференциации в уровнях оплаты труда [2, с. 87].

Среди всех положительных сторон в системе применения эффективного контракта существует также ряд проблем. Как отмечает Саликова Н. М., самой главной проблемой стало неправильное прочтение трактовки новых нормативных актов. К примеру:

Проведенные исследования экономической литературы позволили обобщить основные (наиболее часто встречающиеся) проблемы внедрения эффективных контрактов (таблица 1).

Таблица 1 – Проблемы внедрения эффективного контракта\*

Проблема	Комментарий
Множество критериев эффективности и качества работы	При формировании реальных показателей их количество измеряется сотнями, а расчетные комбинации – тысячами или десятками тысяч. Чем больше работников работает в учреждении, тем сложнее реализация эффективного контракта, а без средств автоматизации невозможна
Отсутствие методологии	Нормативные документы описывают концепцию, программу и дают общие рекомендации, но сама методология отсутствует. Это исключает создание прозрачных механизмов расчета стимулирующих выплат, а следовательно, выполнение задач эффективного контракта в учреждениях. Отсутствие осознанности
Отсутствие осознанности	Когда удается установить понятные и прозрачные критерии для стимулирующих выплат по Рекомендациям, учет показателей эффективности без средств автоматизации приводит к большим трудозатратам и росту количества ошибок. Это означает, что задача прозрачности начислений выплат не решается, нет гарантий отсутствия социальных конфликтов

\* Составлено автором по данным источника [6]

Первой юридической «странностью» явилось заключение «эффективного контракта» наряду с действующим трудовым договором. Полагаем, что это было вызвано непониманием употребления термина «эффективный контракт» в нормативных актах.

Результаты исследования нормативно-правовых актов в области трудовых отношений свидетельствуют о том, что термин «эффективный» имеет значение качественного и количественного показателя оценки труда работника. Введение категории «эффективный контракт» означает не что иное, как переход на систему дифференцированной оплаты труда в зависимости от конкретного вклада работника и полученного результата. Причем особое значение будет придаваться полученному конечному качественному результату [3].

В Программе поэтапного совершенствования системы оплаты труда в государственных (муниципальных) учреждениях на

2012–2018 гг., утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 26 ноября 2012 г. № 2190-р [4].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что внедрение «Эффективного контракта» является позитивным исходом для работников бюджетной сферы, так как предполагает под собой увеличение заработной платы сотрудникам. В свою очередь, данный вопрос в первую очередь требует большой доработки в плане нормативного регулирования.

## ЛИТЕРАТУРА

1. О бюджетной политике в 2013–2015 годах: бюджетное послание Президента Рос. Федерации Федеральному Собранию Рос. Федерации от 28 июня 2012 г. // Рос. газ. 2012. 28 июня.

2. Филатов В. Н., Кадыров Ф. Н., Югай М.Т. Проблемы введения эффективного контракта в сфере здравоохранения: возможности и риски // Вестник Северо-Западного государственного медицинского университета им. И. И. Мечникова. СПб., 2014. Т. 6. № 1. С. 87–97.

3. Саликова Н. М. Эффективный контракт: проблемы внедрения и практика применения // Юридический вестник Дагестанского государственного университета. 2018. № 1. С. 99–104.

4. Программа поэтапного совершенствования системы оплаты труда в государственных (муниципальных) учреждениях на 2012–2018 годы: утв. распоряжением Правительства Рос. Федерации от 26 нояб. 2012 г. № 2190-р // Рос. газ. 2012. 30 ноября.

5. Примерная форма трудового договора с работником государственного (муниципального) учреждения: утв. приказом Минтруда от 26 апр. 2013 г. № 167н «Об утверждении рекомендаций по оформлению трудовых отношений с работником государственного (муниципального) учреждения при введении эффективного контракта» // Бюллетень трудового и социального законодательства. 2013. № 8.

6. Макаров А. Эффективный контракт: проблемы внедрения и опыт автоматизации // Портал Госучетник. 2020. URL: <https://gosuchetnik.ru/kadry/effektivnyy-kontrakt-problemy-vnedreniya-i-opyt-avtomatizatsii> (дата обращения: 29.10.2021).

7. Шавандина И. В., Кутаева Т. Н., Кутаева Е. А. Генезис социально-экономической сущности услуг // Вестник НГИЭИ. 2013. № 3 (22). С. 186–195.

8. Курмашева Н. Е., Фролова О. А. Анализ эффективности научной деятельности ППС ИЭИУ НГИЭУ // Современная наука: актуальные проблемы и перспективы развития. 2019. С. 111–118.

**Е. Н. Зубенко**

*к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

**Д. А. Пичугина**

*обучающаяся 4-го курса Института экономики и управления*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, Княгинино*



## **АКТУАЛЬНОСТЬ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ПРОКАТА И АРЕНДЫ ТОВАРОВ ДЛЯ ОТДЫХА**

Актуальность спортивного бизнеса определяется временем. Отказ от вредных привычек, постоянные физические нагрузки, здоровое питание – это то, чем сегодня пытаются заниматься граждане всех возрастов. Интерес к здоровому образу жизни только растет. Спорт и физкультура вошли в моду, и не только среди молодежи. По этой вполне понятной причине все больше людей готовы вкладывать деньги в спорт и приобретать спортивные товары. Среди популярных покупок значатся не только повседневные товары, спортивная одежда, атрибутика, но и дорогостоящее оборудование, снаряжение. Количество занимающихся в спортивных залах растет, но, чтобы найти какой-либо инвентарь, приходится постараться [1, с. 272].

В спортивных магазинах г. Нижнего Тагила недостаточно инвентаря по многим видам спорта. Магазины спортивной одежды есть, но товары в них либо в небольшом ассортименте, либо цены завышены по отношению к уровню жизни населения, покупать спортивное снаряжение по карману далеко не всем. В настоящее время услуги проката спортивного инвентаря в г. Нижний Тагиле не существуют. Многие люди целое лето находятся в городе, не выезжая в отпуск, и многочисленная молодежь гуляет по улицам города, не зная, чем же им заняться. Пункт проката товаров отдыха поможет решить эту проблему [3].

Основным видом деятельности ООО «ДОМ-Строй» является жилищное домостроение. В настоящее время компания осуществляет строительство жилого района «Запрудный» в г. Нижний Тагил. Район «Запрудный» обладает закрытой территорией, на которой располагаются площадки для парковки автомобилей, большие спортивные и

детские площадки. Вдоль Уральского проспекта проходит велодорожка, которая дает начало недавно созданному экологическому парку, идеей которого является также приобщение жителей г. Нижний Тагил, а в частности спального района города. Данный парк динамично вписан в природный ландшафт города, а именно близлежащий водоем и лесополосу.

Так же в 2019 году построена и открыта инновационная школа № 100, её направлением является развитие физической культуры и спорта среди детей школьного возраста, учитывая специфику нашего стартапа, он окажется также актуальным при проведении школьных и внешних спортивных мероприятий.

Для того, чтобы в полной мере охарактеризовать сегмент рынка продаж по типу предлагаемых услуг, был проведен опрос жителей города, в частности района «Запрудный» [2].

Опрос показал, что потенциальными клиентами являются как мужчины, так и женщины, особенно молодые люди в возрасте до 35 лет, а также пожилые люди (до 60 лет), которые хотят воспользоваться этой услугой аренды. Это люди со средним достатком, которые отдадут предпочтение активному отдыху, нежели пассивному. Те люди, которые предпочитают отдыхать дома, не задумываются, достаточно ли в нашем городе спортивных развлечений. Люди желают, чтобы в нашем городе открылся клуб проката спортивного инвентаря.

Результаты проведенного опроса свидетельствуют о том, что в городе не хватает спортивных развлечений, а наше исследование показало, что в этом секторе нет конкуренции (рисунок 1).

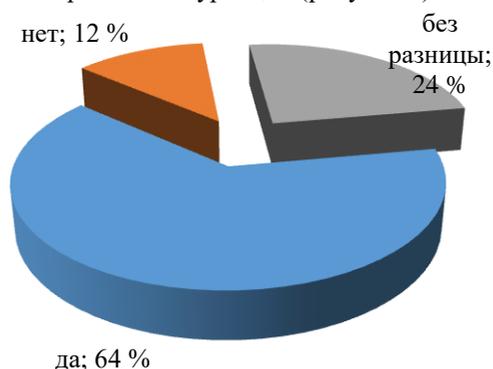


Рисунок 1 – Результаты ответа на вопрос «Хотели бы Вы, чтобы в городе открылся клуб проката спортивного оборудования?»

\*составлено автором на основании проведенного опроса

Реклама – неотъемлемая часть продвижения различных услуг на рынке. Сам стиль рекламы должен быть разработан таким образом, чтобы покупатель обращал внимание на наши услуги, самое сложное привлечь людей, заставить их приходить к нам снова и снова [4]. Исходя из этого, была выбрана следующие ценовые стратегии – стратегия низких цен, а также стратегия льготных цен. Например, для привлечения первоначальных клиентов будет действовать скидка 50 % от двух часов проката любого инвентаря, а также постоянная скидка студентам, школьникам и пенсионерам по подтверждающим документам.

Подводя итог, можно сказать о перспективности стартапа, предлагающего аренду товаров для занятий спортом и иные предметы спортивного направления, она обусловлена, прежде всего, тем, что интерес к спорту возрастает с каждым днем, следовательно, растёт объём продаж. В условиях нынешней конкуренции, потребительского спроса, доходов потенциальных покупателей именно это бизнес-направление будет иметь наибольший коммерческий и социальный успех.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Басова Т. Ф., Иванов В. И., Кожевников Н. Н. и др. Основы экономики и управления : Уч. пособие для студ. ср. проф. учеб. заведений. 2 изд. М. : Издательский центр «Академия», 2004. 272 с.
2. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия / Под ред. П. П. Табурчак. Ростов н/Д. : Феникс, 2003 г. 286 с.
3. Горфинкель В. Я. Экономика предприятия : Учебник для вузов / Под ред. проф В. А. Швандар. 3-е изд., перераб, и доп. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 718 с.
4. Шавандина И. В., Кутаева Т. Н., Кутаева Е. А. Генезис социально-экономической сущности услуг // Вестник НГИЭИ. 2013. № 3 (22). С. 186–195.

**Е. Н. Зубенко**

*к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

**И. Н. Шабанова**

*обучающаяся 1-го курса Института экономики и управления*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, Княгинино*



## **СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ В СФЕРЕ КОНТРАКТНОЙ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ ЗАКУПОК**

В настоящее время система государственных закупок, представляя собой ключевой механизм, обеспечивающий и отражающий качество реализации отношений между государством, бизнесом и обществом, играет основополагающую системообразующую роль.

Необходимость создания эффективной контрактной системы продиктовано современными экономическими потрясениями. Россия в последнее время довольно часто испытывает экономическую и финансовую блокаду со стороны мирового сообщества. В данных условиях государству следует полагаться на свои силы, поднимать отрасли, находящиеся в упадке, организовывать новое производство и т. д. Естественно, что все эти реформы реализовываются через федеральную контрактную систему, и то, насколько эффективно данная система будет работать, зависит скорость создания независимого, экономически сильного государства.

Также необходимо отметить, что на данном этапе развития рыночной системы хозяйствования в России значимость контрактной системы повысилась, по причине проведения через нее большей части финансовых ресурсов государства (муниципальных образований), направленных на регулирование социально-экономических процессов, поддержания обороноспособности и безопасности Российской Федерации, а также обеспечение функционирования всех органов государственной и муниципальной власти [3].

Главная задача контрактной системы заключается в обеспечении выполнения функций и полномочий государства и муниципальных образований с соблюдением принципов целесообразности, про-

дуктивности и эффективности в расходовании публичных денежных фондов.

Исследование нормативно-правовых актов и экономической литературы по вопросам организации контрактной службы позволило сделать вывод о том, что практика реализации государственных (муниципальных) закупок имеет некоторые недостатки, а именно:

- отсутствие необходимых дефиниций либо чрезмерно сложное содержание нормативно закрепленных понятий;

- неопределенность правового регулирования и отсутствие единой практики применения процедур планирования закупок;

- отсутствие достаточного правового регулирования стадии проверки качества и принятия товара или услуги заказчиком;

- ошибки в подготовке документов для организации закупок;

- установление обязательного участия субъектов малого предпринимательства и социально ориентированных некоммерческих организаций в объеме не менее чем 15 % совокупного годового объема закупок;

- неотлаженная система контроля за соблюдением законодательства о контрактной системе и финансового контроля за эффективностью использования публичных денежных фондов, расходуемых через контрактную систему, а также за качеством снабжения публичных потребностей и др. [1; 2; 4].

В заключение отметим, что, несмотря на значительный ряд отрицательных моментов в данной сфере, также отмечается и их устранение, и совершенствование контрактного законодательства в целом путем внесения законодателем различных новелл и нововведений. Думается, что в ближайшем будущем указанные проблемы будут устранены. Решение названных выше проблем не предоставляется возможным без последующего развития финансово-правового урегулирования отношений в области контрактной системы.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» // «Российская газета». № 80. 12.04.2013.

2. Здановская Л. Б., Ткаченко В. В., Ткаченко Н. А. Анализ системы государственных закупок и рассмотрение практических вопросов контрактной системы по Федеральному закону № 44-ФЗ // Вестник Академии знаний. 2020. № 37 (2). С. 117–123.

3. Лысков Е. А. Система государственных закупок в России и направления повышения ее эффективности // Аллея науки. 2021. № 7. С. 307–315.

4. Макарычев В. А., Мишина З. А., Фролова Н. С. Сложности и проблемы применения Федерального закона от 05.04.2014 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ и услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» // Материалы и доклады VIII Всероссийской научно-практической конференции. 2017. С. 175–178.

**О. А. Зубренкова**

*к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

**И. К. Изергина**

*студентка 3 курса Института экономики и управления*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, Княгинино*



## **ЗАТРАТЫ НА ПРОИЗВОДСТВО ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ФИНАНСОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

Любое коммерческое предприятие ведёт свою деятельность с целью получения прибыли. Прибыль является положительным финансовым результатом его работы.

Выбранная тема актуальна для изучения, так как своевременный и правильный учёт затрат на производство и их сокращение помогает улучшить финансовое положение организации. Чем меньше организация затратит на производство, тем больше прибыли она получит.

Рассмотрим тему на примере Открытого Акционерного Общества «Янтарь». Основным видом деятельности предприятия является производство натуральных и плавленых сыров.

К основным задачам учёта затрат на производство готовой продукции ОАО «Янтарь» относятся:

1. Своевременное и полное ведение учёта фактических затрат.
2. Учёт объёмов производства и качества изготавливаемой продукции.
3. Выявление возможности снижения себестоимости продукции [1, с. 1].

Затраты на производство готовой продукции ОАО «Янтарь» состоят из основных и накладных расходов. Основные расходы связаны с процессом изготовления сыров. Эти затраты входят в себестоимость изготавливаемой продукции. К ним относятся материальные затраты, расходы на оплату труда рабочим, отчисления на социальные нужды. Наибольший объём имеют материальные затраты, которые включают в себя расходы на сырьё, тару и упаковку продукции, топливо, электроэнергию.

Накладные расходы состоят из общехозяйственных и коммерческих расходов [1, с. 2]. Их используют в ОАО «Янтарь», чтобы обеспечить процесс продажи сыров.

Для учёта затрат на производство сыров в ОАО «Янтарь» используют счета: 20 «Основное производство», 23 «Вспомогательные производства», 25 «Общепроизводственные расходы», 26 «Общехозяйственные расходы». Коммерческие расходы готовой продукции списываются с кредита счёта 44 «Расходы на продажу в дебет счёта 90 «Продажи» [2, с. 4].

Рассмотрим в таблице 1 затраты на производство готовой продукции.

Таблица 1 – Затраты на производство готовой продукции ОАО «Янтарь», тыс. руб. \*

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	Отклонение (+,-)**	Темп роста, % **
Материальные затраты	659 440	690 513	676 436	16 996	102,58
Расходы на оплату труда	50 305	62 435	56 070	5 765	111,46
Отчисления на социальные нужды	14 605	18 580	16 681	2 076	114,21
Амортизация	14 329	13 415	10 802	-3 527	75,39
Прочие затраты	9 438	26 123	11 810	2 372	125,13
Итого	748 117	808 453	774 412	26 295	103,51

\* Составлено автором на основании бухгалтерской отчётности ОАО «Янтарь»

\*\*авторские расчёты

Из таблицы мы видим, что в 2020 году затраты на производство сыров увеличились по сравнению с 2018 годом на 26295 тыс. руб. или на 3,51 %. Это связано с увеличением материальных затрат, расходов на оплату труда.

Для анализа влияния затрат на производство готовой продукции проанализируем динамику финансовых показателей деятельности ОАО «Янтарь» за 2018–2020 гг. Они представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Основные финансовые показатели  
деятельности ОАО «Янтарь», тыс. руб. \*

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	Отклонение (+,-)**	Темп роста, %**
Выручка от продажи	816 526	837 634	793 533	-22 993	97,18
Себестоимость проданной продукции	759 432	788 399	758 560	-872	99,89
Валовая прибыль	57 094	49 235	34 973	-22 121	61,26
Коммерческие расходы	18 089	20 054	19 529	1 440	107,96
Прибыль от продаж	39 005	29 181	15 444	-23 561	39,59
Прочие доходы	290 686	502 508	298 117	7 431	102,56
Прочие расходы	310 350	514 284	308 417	-1 933	99,38
Прибыль до налого- обложения	16 435	20 062	4 770	-11 665	29,02
Чистая прибыль	11 845	14 074	2 604	-9 241	21,98

\*Составлено автором на основании бухгалтерской отчётности ОАО «Янтарь»

\*\*авторские расчёты

По результатам исследования можно сделать вывод о том, что увеличение объёма затрат на производство готовой продукции негативно повлияло на финансовый результат деятельности ОАО «Янтарь». Можно заметить, что многие показатели имеют отрицательную динамику за рассматриваемый период.

Выручка от продажи в 2020 году составила 793 533 тыс. руб. и уменьшилась по сравнению с 2018 годом на 22 993 тыс. руб. или на 2,82 %.

Из-за увеличения затрат на производство увеличилась себестоимость готовой продукции ОАО «Янтарь», поэтому валовая прибыль уменьшилась в 2020 году по сравнению с 2018 на 22 121 тыс. руб. или на 38,74 %.

Чистая прибыль организации за 3 года уменьшилась на 9 241 тыс. руб. или на 78,02 %.

Таким образом, рассмотрев финансовые показатели деятельности предприятия, можно сделать вывод, что затраты на производство оказывают большое влияние на прибыль ОАО «Янтарь».

Так как значительное влияние на финансовый результат организации имеет себестоимость готовой продукции, необходимо её умень-

шать либо сокращением материальных затрат на производство, либо увеличением производительности труда.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Дернова С. С., Никулина С. Н. Учёт затрат на производство и порядок расчёта себестоимости готовой продукции // Актуальные вопросы современной экономики. 2021. № 6. С. 378–387.

2. Каташевич Я. А., Гейбо Л. А. Учёт затрат на производство и продажу готовой продукции // Вестник молодежной науки. 2017. № 2. С. 3.

3. Фролова О. А., Зимина Е. В. Значение профессионального бухгалтерского суждения при списании материально-производственных запасов // Вестник Поволжского государственного технологического университета. Серия: экономика и управление. 2019. С 68–80.

**О. А. Зубренкова**

*к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

**О. В. Сенькина**

*магистрант 2-го курса Института экономики и управления*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, г. Княгинино, Россия*



## **ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ И ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА ОРГАНИЗАЦИИ**

В настоящее время особо актуальным является анализ финансового состояния, осуществляющийся в режиме «реального времени». Анализ факторов, которые приводят организации к банкротству, показывает, что одним из важнейших факторов является управление организацией, в структуре которого причинами несостоятельности являются непринятие мер по своевременному взысканию дебиторской задолженности и неразборчивость в выборе контрагентов.

Действующие в наше время подходы к оценке финансового состояния организаций развивают коэффициентный метод диагностики банкротства, которому свойственно большое количество недочетов. Он не учитывает жизненный цикл организации, динамику её развития.

Основные методы комплексной оценки вероятности банкротства были рассмотрены Э. Альтманом, Р. Таффлером, Р. Лисом и др.

Для ОАО «Плодопитомник» значение z-счета на 2018 г. составило 3,54. Это означает, что вероятность банкротства предприятия низкая. Для организации значение z-счета на 2019 г. составило 3,57. Это означает, что вероятность банкротства предприятия низкая. Значение z-счета Альтмана на 2020 г. составило 3,41. Это означает, что вероятность банкротства предприятия низкая.

Для ОА «Нива» значение z-счета на 2018 г. составило 12,83. Это означает, что вероятность банкротства предприятия низкая. Значение z-счета Альтмана на 2019 г. составило 13,11. Это означает, что вероятность банкротства предприятия низкая. Для организации значение z-счета на 2020 г. составило 17,94. Это означает, что вероятность банкротства предприятия низкая.

Значение z-счета Альтмана для ООО «Агрофирма Мяском» на 2018 г. составило 2,36. Это означает, что вероятность банкротства

предприятия средняя. Для организации значение z-счета на 2019 г. составило 2,56. Это означает, что вероятность банкротства предприятия средняя. В 2020 году значение z-счета Альтмана составило 2,70. Это означает, что вероятность банкротства предприятия низкая.

Сводная оценка вероятности банкротства сельскохозяйственных предприятий Лысковского муниципального округа по совокупности результатов использования 4-факторной модели Альтмана за 2018–2020 гг. представлена в таблице.

Таблица 1 – Сводная оценка вероятности банкротства сельскохозяйственных предприятий Лысковского муниципального округа\*

Коэф-т	ОАО «Плодопитомник»			АО «Нива»			ООО «Агрофирма Мяском»		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Z-счет Альтмана	низкая	низкая	низкая	низкая	низкая	низкая	средняя	средняя	низкая

\*составлено автором на основании полученных данных

Обобщив результаты оценки вероятности банкротства сельскохозяйственных предприятий Лысковского муниципального округа на основе 4-факторной модели Альтмана, можно заключить, что в 2018–2020 гг. по совокупности оценок организации имели низкую степень вероятности банкротства.

По данной таблице можно сделать вывод, что в мире существует много методик, но они не являются универсальными, зарубежные авторы игнорируют отраслевые особенности.

Проведенный анализ показал, что единого подхода не существует. Различия проявляются не только в количестве используемых показателей и структуре анализа, но и в рассчитываемых коэффициентах.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Гражданский кодекс Российской Федерации часть первая от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ, часть вторая от 26 января 1996 г. № 14-ФЗ, часть третья от 26 ноября 2001 г. № 146-ФЗ и часть четвертая от 18 декабря 2006 г. № 230-ФЗ (с изменениями от 26 января 2016 г.) // «Российская газета» от 22 февраля 2016 г.

2. Федеральный закон от 26 октября 2002 г. № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» // Собрание законодательства Российской Федерации.

3. Анущенко К. А., Анущенко В. Ю. Финансово-экономический анализ: учебно-практическое пособие. М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2012. 404 с.
4. Бабанов А. В., Мартыненко А. А. Сравнение методик определения вероятности банкротства предприятия // Вестник ИЭАУ. 2016. № 12. С. 2.
5. Бочаров В. В. Б86 Комплексный финансовый анализ. СПб. : Питер, 2005. 432 с.
6. Васильева Л. С., Петровская М. В. Финансовый анализ : учебник. М. : КНОРУС, 2010. 880 с.
7. Жданов В. Ю., Жданов И. Ю. Финансовый анализ предприятия с помощью коэффициентов и моделей. Учебное пособие. М. : ООО «Перспект», 2019. 105 с.
8. Ковалев В. В., Ковалев В. В. Финансовая отчетность и ее анализ (основы балансоведения) : учеб. пособие. М. : ТК Велби Изд-во Проспект, 2014. 432 с.
9. Коротков Э. М. Антикризисное управление : Учебник. М. : ИНФРА-М, 2005. 620 с.
10. Любушин Н. П. Экономический анализ : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» и «Финансы и кредит». 3-е изд. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. 575 с.
11. Мосина А. А. Оценка и прогнозирование финансовой несостоятельности хозяйствующих субъектов // Экономика и менеджмент: от вопросов к решениям. 2016. С. 39–42.
12. Тютюкина Е. Б. Финансы организаций (предприятий) : учебник. М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2014. 544 с.
13. Фридман А. М. Финансы организации (предприятия) : учебник. М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2014. 488 с.
14. Шеремет А. Д., Негашев Е. В. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций : учебное пособие. М. : ИНФРА-М, 2012. 208 с.

**К. Р. Ибрагимова**

магистр

*Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань*

## ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ

**Аннотация.** В статье рассмотрена методика экономико-математического моделирования кредиторской задолженности в организации. Экономико-математические методы используются для прогнозирования деятельности предприятия, для определения взаимосвязей между статьями бухгалтерского баланса и определения целесообразности и эффективности управления данными статьями.

**Ключевые слова:** корреляция, кредиторская задолженность, прогнозирование, регрессия, экономико-математическое моделирование.

Прогнозирование кредиторской задолженности можно провести на основе корреляционно-регрессионного анализа ее величины от иных факторов, которые напрямую с ней не связаны, но имеют ощутимое косвенное воздействие.

Таблица 1 – Исходные данные для проведения  
корреляционно-регрессионного анализа

Период	Кредиторская задолженность, млн руб.	Остатки денежных средств, млн руб.	Запасы, млн руб.	Собственный капитал, млн руб.
Обозначение	У	X1	X2	X3
2016	566	8	814	1 468
2017	664	126	841	988
2018	666	16	871	1 297
2019	1 197	333	885	1 373
2020	1 316	86	710	799

Проведем экономико-математический анализ влияния на величину кредиторской задолженности ООО «Алтын-Агро» ряда показателей:

- остатки денежных средств;
- наличие запасов;
- наличие собственного капитала.

Для вычисления зависимости между величиной кредиторской задолженности и перечисленными факторными признаками выведем корреляционную таблицу зависимости (табл. 2).

Таблица 2 – Корреляция зависимости между факторными и результативным признаками

	У	X1	X2	X3
У	1			
X1	0,595362	1		
X2	-0,42703	0,357257	1	
X3	-0,45887	0,058004	0,70068	1

Таким образом, наибольшее влияние на величину кредиторской задолженности оказывает величина остатков денежных средств предприятия, поскольку коэффициент корреляции составляет 0,595, то есть стремится к 1. При этом их связь является прямой, если остатки денежных средств предприятия растут, то и кредиторская задолженность также будет увеличиваться.

Среднее влияние оказывает и показатели остатков запасов и собственного капитала, поскольку значение коэффициентов корреляции составляет около 0,5, но их влияние на величину кредиторской задолженности является обратным.

Исходя из этого, особую актуальность приобретает построение модели зависимости или уравнения регрессии, так как модель позволит прогнозировать величину кредиторской задолженности и регулировать некоторые показатели деятельности ООО «Алтын-Агро».

Согласно полученным данным проведем качественную оценку модели.

Таблица 3 – Качественная оценка модели

Критерии оценки	Факт	Норма
Коэффициент детерминации R-квадрат	0,824	→ 1
Коэффициент Фишера	19,56	≥ 18,5
P-значение	0,02	≤ 0,05

R-квадрат равен 0,824 и стремится к 1. Это означает, насколько теоретические значения расходов будут приближаться к фактическому

их размеру, что демонстрирует адекватность модели. Значимость F характеризует соответствие критерию Фишера. В нашем случае он составляет 19,52 и соответствует показателю нормы. Р-значение также имеет нормальный показатель, что говорит об адекватности полученной модели.

Уравнение регрессии примет вид:

$$y = 3\,666,555 + 2,260 \cdot X_1 - 3,72 \cdot X_2 + 0,014 \cdot X_3.$$

Далее рассчитаем оценку эффективности полученной модели.

Для расчета эффективности воспользуемся формулой:

$$\mathcal{E} = \frac{Y(\text{факт.})}{Y(\text{расчит.})} \cdot 100. \quad (1)$$

Таблица 4 – Вывод остатка

Наблюдение	Предсказанное значение (Y)	Остатки
1	683,04	-117,44
2	843,66	-179,30
3	489,13	176,84
4	1 154,94	42,20
5	1 238,71	77,70

Вследствие получаем таблицу потенциально возможных значений.

Таблица 5 – Потенциально возможное значение

Год	Y	Предсказанное Y	Э, %
2016	566	683	82,8
2017	664	844	78,7
2018	666	489	136,2
2019	1 197	1155	103,7
2020	1 316	1239	106,3

Потенциально возможное значение позволяет судить о наличии (отсутствии) резервов снижения показателя Y при одновременном влиянии на него показателей X. Если,  $\mathcal{E} < 100\%$ , тогда отсутствуют резервы роста этого показателя. Данные таблицы показывают, что в 2018–2020 гг. наблюдались резервы для снижения величины кредиторской задолженности предприятия. На основе полученной функции зависимости проведем прогнозирование величины кредиторской задолженности на 01.01.2023 г. на основе плановых показателей предприятия об остатках денежных средств, запасов и собственного капитала.

Таблица 6 – Прогноз величины кредиторской задолженности на 01.01.2023 г.

Период	Кредиторская задолженность, млн руб.	Остатки денежных средств, млн руб.	Запасы, млн руб.	Собственный капитал, млн руб.
Обозначение	У	X1	X2	X3
2022 год прогноз	882	114	824	1 185

Таким образом, при планируемом уровне остатков денежных средств, запасов и собственного капитала организации величина кредиторской задолженности на 01.01.2023 г. составит 882 млн руб.

Следовательно, полученная модель может быть использована ООО «Алтын-Агро» для прогнозирования величины кредиторской задолженности, а следовательно, ее также можно применять в целях управления платежеспособностью и финансовой устойчивостью организации.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации: Приказ Минфина России от 29.07.1998 № 34н [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».

2. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» ПБУ 4/99: Приказ Минфина РФ от 06.07.1999 № 43н [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».

3. Об утверждении положений по бухгалтерскому учету «Положение по бухгалтерскому учету "Изменения оценочных значений"» ПБУ 21/2008: Приказ Минфина России от 06.10.2008 № 106н [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».

4. Кателикова Т. И., Кателиков А. Н. Развитие системы пояснений данных бухгалтерского баланса // Вестник Воронежского государственного аграрного университета. 2017. № 3 (54). С. 226–232.

5. Кателикова Т. И. Роль бухгалтерской (финансовой) отчетности в оценке эффективности деятельности снабженческо-сбытовых сельскохозяйственных потребительских кооперативов // Экономика и предпринимательство. 2017. № 2 (ч. 2). С. 367–370.

**О. В. Ильичёва**

*к.э.н., доцент кафедры «Организация и менеджмент»*

**А. С. Калин**

*обучающийся 2-го курса Института экономики и управления*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, Княгинино*



## **СОВРЕМЕННАЯ ТОРГОВАЯ СРЕДА НА ЗАРУБЕЖНЫХ РЫНКАХ**

В настоящее время зарубежные рынки становятся все более привлекательными для российских компаний и предприятий. Если та или иная компания планирует осуществлять выход на внешние рынки, то важную роль сыграет целенаправленное планирование и практическая продуманность предпочтительного направления.

Для современного этапа развития рыночных отношений в России характерной особенностью является ее интеграция в мировую экономику на основе взаимодействия стран – участников международного рынка. Это обязывает российских предпринимателей вести свой бизнес с учетом современных тенденций развития международного маркетинга [1, с. 7].

Любая фирма действует не в вакууме, а в условиях определённой окружающей среды, в конкретных объективных условиях, складывающихся под влиянием большого числа разнородных факторов. Каждая фирма должна внимательно следить за всеми изменениями среды, используя для этого маркетинговые исследования и имеющиеся в её распоряжении возможности сбора текущей маркетинговой информации. В противном случае изменение среды может обернуться для фирмы негативными и даже катастрофическими последствиями [2, с. 30].

Множество компаний со всего мира терпят неудачи на международных рынках и только лишь малая часть, проводя грамотную политику в исследовании рынков сбыта и прочих маркетинговых операций, достигает успеха за рубежом.

Исследование рынка является ключевым пунктом маркетинга и включает в себя анализ всех условий, имеющих значение для успешной реализации продукта. Программа комплексного исследования за-

висит от уникальных характеристик товара, вида деятельности предприятия, масштабов производства экспортных товаров и др.

Как отмечает Стровский Л. Е., первым шагом при выходе на внешний рынок является определение стратегических параметров предприятия. Определяющими можно считать три параметра:

Первый. Необходимо проанализировать внешнее окружение предприятия. В рамках этого анализа рассматриваются макроэкономические показатели (экономические, политические, технологические, социокультурные факторы) и микроэкономические факторы, такие как состояние рынка и конкурентная среда. Эффективный анализ внешней среды предприятия должен включать анализ всего мирового рынка, чтобы не упустить из внимания новые тенденции, новых конкурентов или новые возможности рынка.

Второй. Проанализировать сильные и слабые стороны предприятия. Это необходимо для того, чтобы выявить возможности и трудности, а также глобальные тенденции. Помимо этого, предприятие должно определить свое конкурентное преимущество. Руководители предприятия должны знать, что они предлагают на рынке и какие рынки они обслуживают. Они должны быть в курсе технологических и ресурсных возможностей предприятия, его потенциальных продаж и прибыли.

Третий. Необходимо учитывать интересы и ожидания всех заинтересованных лиц (акционеров, менеджеров, работников и покупателей) при разработке целей предприятия. Часто разные группы заинтересованных лиц имеют противоположные интересы и ожидания относительно размера предприятия, его прибыльности и стратегии [3, с. 99].

Следовательно, прежде чем разрабатывать стратегию развития системы сбыта, менеджеры должны удостовериться, что цели, достигаемые с помощью этой стратегии, конгруэнтны с реальным состоянием внешней среды, возможностями предприятия, а также желаниями и ожиданиями всех заинтересованных лиц.

До того, как начинать анализ внешнего рынка, предприятию следует установить свои международные маркетинговые цели.

Цели международного маркетинга представляют собой ориентир, четко сформулированное выражение того состояния, в котором компания хочет оказаться на внешнем рынке. Таким образом, цели международного маркетинга являются конкретными заявлениями о желаемом положении в будущем, о результатах, которые должны быть достигнуты при помощи мероприятий, проводимых компанией на выбранном внешнем рынке.

Сюда можно отнести:

1. Рыночные цели. Они могут включать показатели, характеризующие позиции компании на рынке отдельных стран.

2. Цели, связанные с издержками. Например, при экспорте постоянные издержки могут быть распределены на большой объём сбыта.

3. Цели, связанные с рентабельностью. Они включают анализ таких показателей, как прибыль, рентабельность продаж и коэффициент окупаемости инвестиций.

4. Финансовые цели. Сюда входят кредитоспособность, ликвидность, структура капитала, уровень самофинансирования, уровень задолженности и другие показатели.

5. Цели безопасности. Они включают распределение риска и доступ к источникам сырья.

6. Социальные цели. Они содержат такие целевые установки, как удовлетворённость работой, мотивацию и социальную обеспеченность работников компании.

7. Цели влияния на рынке и имидже. Эти цели направлены на достижение и закрепление влиятельного положения по отношению к поставщикам, конкурентам, потребителям и общественности [4, с. 99].

Данные цели являются определяющими для той или иной компании, которая собирается выходить на международный рынок. Все их нужно обязательно учитывать при формировании дальнейшей маркетинговой стратегии, чтобы достичь максимального объёма реализуемой продукции при всех имеющихся средствах и сохранить рентабельность. В ином случае желаемая выгода будет практически недостижимой.

Таким образом, реализация международного маркетинга предполагает анализ как микро, так и макросреды маркетинга, т. е. всего того, что так или иначе способно воздействовать на предпринимательскую деятельность на зарубежных рынках. Такое влияние способны оказывать как отдельные факторы, воздействующие на деятельность международной компании на внутреннем рынке, так и факторы, присутствующие тем странам, на рынках которых международная компания осуществляет свою деятельность.

Для демонстрации влияния международного маркетинга на внешнюю торговую деятельность необходимо провести анализ статистических данных Нижегородской области касаясь внешнеэкономической деятельности. Для этого рассмотрим динамику экспорта в страны СНГ и дальнего зарубежья за последние 5 лет в таблице 1.

Таблица 1 – Экспорт товаров Нижегородской области\*

	2016	2017	2018	2019	2020	Темп прироста, %**
Страны СНГ	1 108,2	1 736,7	2 042,8	1 834,3	1 568,9	41,6
Страны дальнего зарубежья	1 653,6	2 182,9	3 443,3	3 062,0	3 329,1	101,3
Всего	2 761,8	3 919,6	5 486,0	4 896,4	4 897,9	77,3

\* составлено автором на основе источника «Нижегородстат» [Электрон. ресурс]. URL: <https://nizhstat.gks.ru/folder/33483>

\*\* авторские расчёты

Как видно из таблицы 1, с 2016 по 2020 гг. экспорт товаров в страны СНГ и страны дальнего зарубежья увеличился на 41,6 и 101,3 процента соответственно. Общий процент по итогу составил 77,3, что составляет значительный рост, и можно смело заявить, что именно грамотные маркетинговые операции при выходе на международный рынок оказали значительное влияние на экспорт, ведь для достижения подобных показателей необходимо было осуществить все вышеперечисленные цели и разработать грамотную маркетинговую стратегию, которые помогли компаниям интегрироваться на зарубежный рынок посредством его анализа, наладить взаимодействие с посредниками и поставщиками, а также наладить контакты с потребителями и каналами сбыта. В 2019 и 2020 гг. наблюдался спад общего экспорта, но ситуацию удалось стабилизировать, несмотря на пандемию.

Но, несмотря на это, до сих пор существует ряд общих факторов, влияющих на развитие внешнеторговой деятельности. К ним относятся:

1. Неравномерность экономического развития различных стран мира.
2. Различие в людских, сырьевых, финансовых ресурсах.
3. Характер политических отношений.
4. Различный уровень научно-технического развития.
5. Особенности географического положения, природных и климатических условий [5, с. 29].

В связи с этим, предлагается активно использовать формы внешнеэкономических связей, а именно:

- торговые отношения. С их помощью производится купля-продажа товаров массового потребления, а также осуществляется торговый обмен продукцией для промышленного потребления. Сюда же относится купля-продажа продукции интеллектуального труда, таких как ноу-хау и лицензии;

- совместное предпринимательство. Эта форма внешнеэкономических связей может быть реализована в промышленности, т. е. на заводах, фабриках, предприятиях и, что тоже важно, в сельском хозяйстве;
- оказание услуг. Огромную роль здесь играют посреднические, банковские, биржевые услуги, международные перевозки грузов и пр.;
- сотрудничество и содействие. Во внешнеэкономических связях сейчас развивается научное, техническое и экономическое сотрудничество. Развиваются и распространяются научный и культурный обмен;
- валютно-финансовые и кредитные взаимоотношения. Сюда относится взаимодействие курса валют и ссудных капиталов разных стран при осуществлении внешних торговых операций.

Правильная и грамотная реализация данных форм внешнеэкономических связей позволит не только успешно интегрироваться на зарубежный рынок, но и в дальнейшем закрепиться на нём, не претерпев значительных потерь. Если фирма ими будет пренебрегать, то рискует быть вытесненной с того или иного рынка из-за увеличения себестоимости продукции и экспортных издержек.

Таким образом, можно сделать вывод, что маркетинговая деятельность во внешней торговой политике является крайне важным элементом для дальнейшего успешного и эффективного функционирования той или фирмы на зарубежных рынках. Маркетинговая деятельность позволяет грамотно разработать стратегию, поставить цели и успешно реализовать различные формы внешнеэкономических связей, тем самым расширив своё влияние на международной арене, не понеся существенных финансовых потерь.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Абаев А. Л. и др. Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов / Под редакцией В. А. Алексунина. Москва : Издательство Юрайт, 2021. 362 с.
2. Гриненко Г. П. Международный маркетинг : учебное пособие. Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2018. 178 с.
3. Стровский Л. Е. Внешнеэкономическая деятельность предприятия : учебник. М. : ЮНИТИ, 2017. 822 с.
4. Воробьева И. В. и др. Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов / Под редакцией И. В. Воробьевой, К. Пецольдт, С. Ф. Сутырина. Москва : Издательство Юрайт, 2020. 398 с.
5. Прокушев Е. Ф., Костин А. А. Внешнеэкономическая деятельность : учебник и практикум для вузов / Под редакцией Е. Ф. Прокушева. 11-е изд., перераб. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2021. 471 с.

УДК 331.1

**О. В. Ильичева**

*к.э.н., доцент, зав. кафедрой «Организация и менеджмент»*

**О. В. Кузнецова**

*обучающаяся 1-го курса Института экономики и управления*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, Княгинино*



## **МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА НА ПРИМЕРЕ ГБУЗ НО «СЕРГАЧСКАЯ ЦРБ»**

Сегодня в обстоятельствах развития рынка медицинских услуг на фоне осуществляющихся реформ в России изменяются запросы к системе управления в учреждениях здравоохранения. В настоящее время проблема, связанная с кадровым обеспечением в сфере здравоохранения, является особо актуальной. Медицинские организации осуществляют хозяйственную деятельность в условиях конкуренции. Эффективная работа и конкурентоспособность медицинского учреждения зависят от заинтересованности работников в успешной деятельности.

Медицинские работники являются более ценным и более важным компонентом внутренних ресурсов лечебно-профилактических организаций.

Определенно данный коллектив работников гарантирует эффективность деятельности медицинских организаций, которые на данный момент времени четко направлены на увеличение качества и эффективности.

Это объясняет необходимость создания условий, при которых будет гарантироваться мотивация работников к высокопроизводительной работе, единство и преданность, это допустимо при формировании эффективной культуры.

На сегодняшний день в медицинских учреждениях России преобладает бюрократия.

Данная культура отображает догматические стандарты управленческих целей медицинских организаций, которые ориентируют персонал на достижение формальных количественных показателей деятельности.

Дефицит кадров обусловлен некоторыми причинами, опубликованными в докладе ВОЗ под названием «A Universal Truth: No health

without a workforce» («Всеобщая реальность: без трудовых ресурсов нет здоровья») [1].

Решение проблемы обеспеченности медицинскими кадрами связаны с механизмами формирования трудовой мотивации.

Мотивацию трудовой деятельности персонала организации необходимо рассматривать как систему комплексного воздействия внешних и внутренних факторов на сотрудников для достижения целей предприятия. Несмотря на очевидную заинтересованность предприятия в высокой мотивации персонала, это еще процесс побуждения работников для достижения личных целей, для удовлетворения собственных потребностей с помощью трудовой деятельности. Таким образом мотивация персонала имеет двусторонний эффект и напрямую связана с повышением уровня социального благополучия [3].

Понятие «мотивация» следует рассматривать с точки зрения психологии и менеджмента. С точки зрения психологии мотивация – «это влечение или потребность, побуждающая людей действовать с определенной целью; это внутреннее состояние, которое заряжает энергией человека, направляет и поддерживает его поведение». С позиции менеджмента мотивация – «это процесс стимулирования самого себя и других на деятельность, направленную на достижение индивидуальных и общих целей организации». По мнению С. Ю. Трапицына, существуют следующие основные мотивы [2]:

1. Самореализация и уважение. Для медицинского персонала важную роль играет уровень профессиональной подготовки, так как квалификация специалиста должна не только соответствовать требованиям законодательства, но и быть в качестве конкурентного преимущества, тем самым повышая уровень доверия пациентов.

Создание условий для самореализации персонала, организация процесса переподготовки и повышения квалификации кадров: создание условий и формирование материально-технической базы для работы с платформами, работающими на мобильных устройствах; применение в образовательном процессе интерактивных онлайн-курсов, предоставляющих теоретические материалы по различным направлениям профессиональной деятельности [3].

2. Благоприятный социально-психологический климат в коллективе – один из факторов, влияющих на эффективность взаимодействия в организации. Поскольку деятельность медицинского работника регламентируется кодексом профессиональной этики, определяющим совокупность норм и принципов поведения, формирование адекватной психологической среды в коллективе является необходимым условием для качественного выполнения должностных обязанностей.

3. Безопасность и физиологические факторы. Высокий уровень ответственности медицинских работников за результаты своего труда часто является причиной постоянного стресса, желания прекратить профессиональную деятельность.

Повышение мотивации работников является одним из основных направлений развития предприятия. Чем выше мотивация сотрудников, тем лучше они работают и тем более высокую прибыль получает предприятие.

По результатам исследования, проводимым в ГБУЗ НО «Сергачская ЦРБ» удовлетворенности персонала условиями труда, можно сделать выводы, что большинство сотрудников недоволено психологическим климатом в коллективе, взаимоотношением с руководством, уровнем профессионального обучения и в целом уровнем организации труда.

Это подтверждается тем, что около 20 % персонала в ближайшие годы планируют покинуть организацию без смены специальности, и 15 % не боятся потерять свою работу.

В исследовании были проанализированы причины ротации кадров в организации (табл. 1).

Наибольшую недовольность вызывает низкая заработная плата работников (43 %), отсутствие перспектив карьерного роста (24 %).

Остальные причины текучести связаны с конфликтами (11 %) и неудобным режимом и расположением организации от места жительства.

Изначально проблема мотивации сотрудников ГБУЗ НО «Сергачская ЦРБ» объяснялась недостаточным финансированием. В зависимости от типа мотивации будут эффективными различные виды стимулирования.

Соотношение между видами мотивации и стимулами показано в таблице 1.

Таблица 1 – Стимулирование работников с разными типами мотивации

Тип мотивации	Поощрение	Наказание
Инструментальный (22 %)	Увеличение з/п, начисление премий за высокие результаты	Лишать материальных бенефитов
Профессиональный (13 %)	Предоставлять возможность обучаться за счет компании, повышать в должности, признавать достижения, не контролировать каждый шаг	Игнорировать личные достижения самого сотрудника и его подчиненных, ухудшить условия труда и лишить возможности учиться и развиваться

## Окончание таблицы 1

Избирательный (57 %)	Заботиться о сотруднике как родная мать – изменять методы кнута и пряника	Пригрозить, что возможно лишение единственного дохода, не помогать решать материальные проблемы, лишить доплат и бонусов
Патриотический тип (2 %)	Благодарить такого сотрудника на глазах у всего коллектива, отмечать его заслуги визуально (доска почета, звание «лучший сотрудник»)	Благодарить других сотрудников организации так, чтобы патриот это видел. При этом его не поощрять

Так, имея представление о собственных коллегах, то, что на самом деле помогает, руководство ГБУЗ НО «Сергачская ЦРБ» может уверенно мотивировать всех работников, чаще всего, не прибегая к дополнительным расходам.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Сайт Всемирной организации здравоохранения [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.who.int/>
2. Трапицын С. Ю. и др. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебник и практикум для вузов / Под общей редакцией С. Ю. Трапицына. М. : Изд-во Юрайт, 2020. 314 с.
3. Токарева Ю. А., Глухенькая Н. М., Токарев А. Г. Мотивация трудовой деятельности персонала: комплексный подход : монография / Урал. федер. ун-т им. Б. Н. Ельцина, Шадр. гос. пед. ун-т. Шадринск : ШГПУ, 2021. 216 с.
4. Новые подходы к обучению персонала от Deloitte // HR-portal [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://hr-portal.ru/article/novyepodhody-k-obucheniyu-personala-ot-deloite>
5. Акифьева Л. В., Гусева О. В. Мотивация и стимулирование труда в системе управления персоналом // Инновационное развитие экономики. Будущее России. Нижегородский государственный инженерно-экономический институт (Княгинино) 2018. С. 16–19.

УДК 330.3

**О. В. Ильичева**

*зав. кафедрой, к.э.н., доцент кафедры «Организация и менеджмент»*

**С. В. Питеркина**

*магистрантка 1 курса Института экономики и управления*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, Княгинино*



## **АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ КНЯГИНИНСКОГО РАЙОНА**

Под производственным потенциалом следует понимать совокупность имеющихся видов ресурсов, сопряженных между собой, рациональное использование которых позволяет увеличить экономический эффект. Ресурсный потенциал реализуется в процессе осуществления деятельности предприятий. Эта деятельность заключается в активном и целенаправленном воздействии персонала предприятий на средства и предметы труда, результатом которого являются новые товары и услуги.

Земля является основным элементом национального богатства и главным средством производства в сельском хозяйстве. Поэтому рациональное использование земельных ресурсов имеет большое значение для развития национальной экономики. С ним тесно связаны объём производства сельскохозяйственной продукции и продовольственная проблема. Каждое предприятие должно эффективно использовать землю, бережно относиться к ней, повышать её плодородие, не допускать эрозии почв, заболачивания, зарастания её сорняками. Княгининский муниципальный район имеет в своём владении следующую земельную площадь, представленную на рисунках 1, 2.

Из анализа в графике 1 видно, что общая земельная площадь сельскохозяйственных организаций Княгининского муниципального района за последние пять лет увеличилась на 1 272,06 га или 0,08 %. Общая площадь составила в 2020 году 28 620,06 га, при этом уменьшилась площадь сельскохозяйственных угодий на 878 га, но площадь крестьянских фермерских хозяйств увеличилась на 613 га.

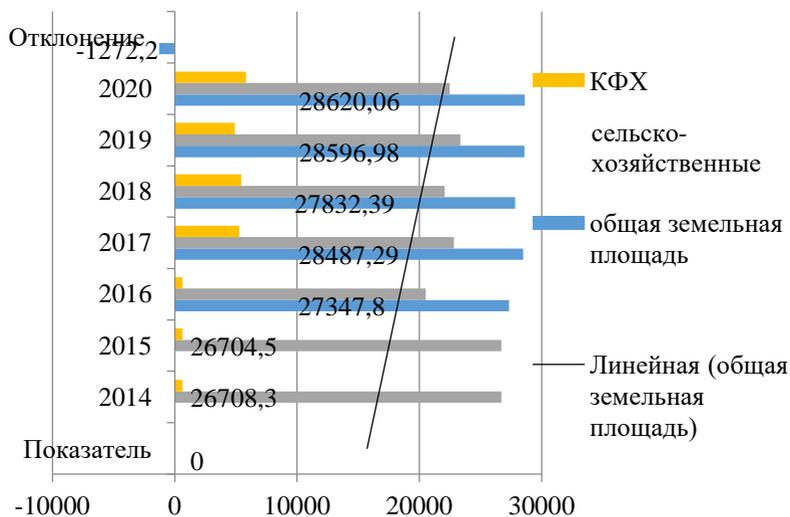


Рисунок 1 – Земельная площадь сельскохозяйственных организаций Княгининского муниципального района

Рассмотрим структуру посевных площадей в сельскохозяйственных организациях Княгининского муниципального района за отчётный год (таблица 1).

Таблица 1 – Структура и динамика посевных площадей в Княгининском муниципальном районе за 2020 г.

Культура	Зерновые и зернобобовые		Кормовые культуры		Рапс		Овощи		Технические культуры		Всего, га
	га	%	га	%	га	%	га	%	га	%	
ЗАО «Покровская слобода»	5 280	18,45	-	-	500	-	-	-	400	1,40	5 280
ООО «АП Соловьёвское»	2 211	7,73	1 176	4,11	-	-	-	-	360	1,26	2 211
ООО «АП Княгининское»	1 250	4,36	-	-	-	-	-	-	700	2,45	1 250
ООО «Ананье»	920	3,21	-	-	-	-	-	-	368	1,29	920
СПК «Большеандревский»	200	0,7	255	0,90	-	-	-	-	158	0,55	200
ООО «Новый век»	2 700	9,43	-	-	-	-	-	-	-	-	2 700
В целом по району	12 561	43,88	1 431	5,01	500	1,29	-	-	1 986	9,95	16 478

Как видно из таблицы 1, общая посевная площадь в отчётном году составила 28 620,06 га. При этом посевная площадь зерновых и

зернобобовых, кормовых культур, рапса и технических культур (горчица, лен-кудряш), выращиваемых в Княгининском муниципальном районе, составила соответственно 12 561, 1 431, 500, и 1 986 га. Наибольший удельный вес в структуре посевных площадей занимают, конечно же, зерновые и зернобобовые – 43,88 %, а наименьший рапс – чуть более 1 % (1,29 %).

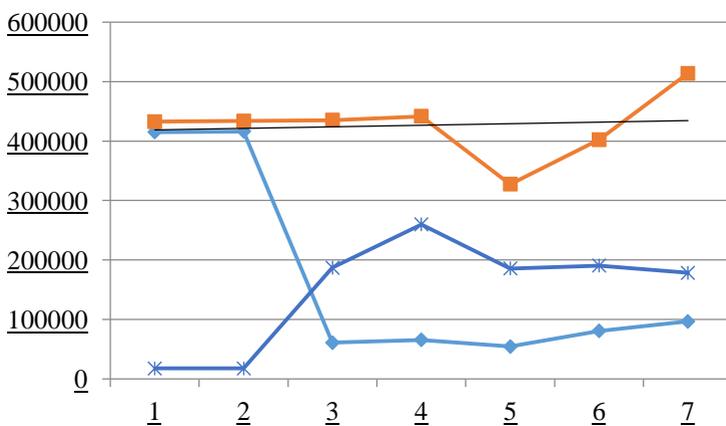


Рисунок 2 – Производство валовой продукции растениеводства в Княгининском муниципальном районе

Анализ показывает, что производство валовой продукции растениеводства в районе в 2020 году по сравнению с 2016 годом по большинству видов увеличилось. Производство зерновых увеличилось на 18,15 %, по селу увеличилось на половину, а вот по силосу уменьшилось на 3,62 %, все эти показатели благоприятно отражаются на отрасли животноводства.

На объём производства продукции животноводства непосредственное влияние оказывает поголовье и продуктивность животных, представленные в таблице 2.

Как видно из таблицы, поголовье крупного рогатого скота в отчётном году по сравнению с базисным уменьшилось на 2,9 %, в том числе численность коров снизилась на 1 138 головы или 33,19 % и составила 2 291 голову, прослеживается прямая связь сокращения поголовья КРС, что сказалось на валовом надое молока, который снизился значительно – на 16,73 %, составив в отчётном году 103 000 ц при среднегодовой продуктивности 1 коровы 359,89 кг, которая уменьшилась по сравнению с 2016 годом на 20,44 %.

Таблица 2 – поголовье и продуктивность животных  
в Княгининском муниципальном районе

Показатель	2016	2017	2018	2019	2020	Темп роста, %
Крупный рогатый скот, гол.	6 521	5 704	4 970	4 416	4 547	69,72
в том числе коровы	3 429	2 997	2 488	2 308	2 291	66,81
Поголовье свиней, гол.	607	469	332	422	-	69,52
Валовой надой молока, ц	123 700	122 780	112 660	101 930	103 000	83,27
Валовое производство мяса, ц	824	928	991	691	630	76,46
Надой молока от 1 коровы, кг	452,32	431,00	404,78	356,44	359,89	79,56

Производство мяса сократилось в отчётном году с 824 до 630 ц или на 23,54 %. Но если взять базисный 2019 год, то наблюдается увеличение крупного рогатого скота на 131 голову, также увеличился надой молока на 1,1 %. Анализ динамики поголовья свиней Княгининского муниципального района показывает, что с 2020 года статистика по данному виду не ведется в связи с открытием свиноводческих агропромышленных холдингов.

Таким образом, рассмотрев ресурсный потенциал Княгининского муниципального района, определили, что использование производственных ресурсов происходит недостаточно эффективно. Часть земель остаётся неиспользуемой, необходимо повышать продуктивность в животноводстве и урожайность в растениеводстве. Из анализа приведенного выше видно, что руководители сельскохозяйственных организаций грамотно относятся к производству своей продукции, но можно отметить, что производство картофеля и овощей способствовало урегулированию ценообразования на рынке данной культуры.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Концепция устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2020 года.
2. Распоряжение Правительства РФ от 17 ноября 2008 г. № 1662-р «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 года».
3. Распоряжение Правительства РФ от 30 ноября 2010 г. № 2136-р «Об утверждении Концепции устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2020 года».
4. Нижегородская область, статистический ежегодник. 2020: Стат. сб. Нижегородстат. Нижний Новгород, 2020. 383 с.
5. Ильичева О. И., Фролова О. А. Экономический механизм хозяйствования в разных организационно-правовых формах : монография. Княгинино : НГИЭИ, 2011. 113 с.

6. Волков И. В., Ванькова Н. А. Проблема рационального использования рабочей силы в АПК Нижегородской области // Вестник НГИЭИ. 2012. № 11 (18). С. 18–23.

7. Бюджетное послание Президента РФ Федеральному собранию от 28.06.2012 «О бюджетной политике в 2013–2015 годах».

8. Программа развития производительных сил Княгининского муниципального района на 2013–2020 годы.

9. Шамин А. Е., Шуварин М. В., Шамина О. В., Суслов С. А. Повышение экономической эффективности производства молока и оценка технологических характеристик пород скота. 2012. 132 с.

УДК 339.37

**М. В. Кириллова**

*студентка 4 курса Института экономики и управления*

**Т. Н. Кутаева**

*к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, г. Княгинино*



## **ФОРМИРОВАНИЕ УСЛОВИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ УСЛУГ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В КНЯГИНИНСКОМ МУНИЦИПАЛИТЕТЕ**

Из-за того, что чаще и чаще люди предпочитают есть вне дома, область общественного питания занимает особенное место в нашем мире. Необходимо отметить, что потребность человека в питании является одной из самых важных повседневных потребностей. На протяжении всего нашего существования она удовлетворялась самыми разнообразными методами.

«На сегодняшний день индустрия общественного питания в России представлена огромным количеством предприятий с различным уровнем обслуживания, качеством продукции, разнообразием используемого оборудования» (таблица 1) [1].

«Общественное питание – самостоятельная отрасль экономики, состоящая из предприятий различных форм собственности и организационно-управленческой структуры, организующая питание населения, а также производство и реализацию готовой продукции и полуфабрикатов как на предприятии общественного питания, так и вне его, с возможностью оказания широкого перечня услуг по организации досуга и других дополнительных услуг» [2].

Княгинино – маленький город в Нижегородской области, расположенный на реке Имза, в 107 км к юго-востоку от областного центра. Площадь населенного пункта составляет 10,9 квадратных километров. В нём проживает около 7 тысяч жителей.

В Княгининском муниципалитете общественное питание имеет широкую популяризацию. Оно дает возможность реализовывать самые всевозможные потребности: потребность в отдыхе, общении, развлечении и многое другое. Услуги по проведению досуга гарантируют населению проведение свободного времени.

---

© Кириллова М. В., Кутаева Т. Н., 2021

Таблица 1 – Число хозяйствующих субъектов общественного питания в России на конец года, тыс. единиц\*

	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания	69,9	65,5	61,9	59,1
Деятельность предприятий общественного питания по обслуживанию торжественных мероприятий и прочим видам организации питания	8,6	8,0	7,3	6,9
Подача напитков	6,3	5,7	5,2	4,8
Индивидуальные предприниматели в общественном питании, тыс. человек	87,5	96,1	103,3	105,0

\*Составлено автором на основании данных Росстата

При анализе показанных выше данных и других источников можно сделать вывод, что сфера общественного питания в России формируется не так сильно, как на зрелых рынках. Но, учитывая укрепление культуры питания за пределами дома, объемы рынка, население страны, российское общественное питание имеет потенциал к дальнейшему развитию.

Функционирование общественного питания находится в центре внимания региональных властей. Например, в Нижегородской области, где расположен анализируемый нами Княгининский муниципалитет, сфера общественного питания – одна из самых значимых в деятельности Нижегородского облпотребсоюза; количество объектов общественного питания представлено большим количеством организаций всех типов (таблица 2).

Таблица 2 – Сведения о наличии объектов общественного питания на 31 декабря 2020 года\*

	Общедоступные столовые, закусочные		Столовые учебных заведений, организаций, промышленных предприятий		Рестораны, кафе, бары	
	количество, ед.	площадь зала обслуживания, м <sup>2</sup>	количество, ед.	площадь зала обслуживания, м <sup>2</sup>	количество, ед.	площадь зала обслуживания, м <sup>2</sup>
РФ	33 544	2 213 112,1	63 057	7 853 208,3	89 735	11 097 436,9
Нижег. обл.	454	33 285,8	1 310	194 973,2	1 865	260 400,6

\*Составлено автором на основании данных Росстата

Можно сделать вывод о том, что в структуре объектов общественного питания в России Нижегородская область охватывает:

- общедоступные столовые, закусочные: по количеству единиц – 1,35 %, площадь зала обслуживания, м<sup>2</sup> – 1,5 %;

- столовые учебных заведений, организаций, промышленных предприятий: по количеству единиц – 2,08 %, площадь зала обслуживания, м<sup>2</sup> – 2,48 %;

- рестораны, кафе, бары: по количеству единиц – 2,08 %, площадь зала обслуживания, м<sup>2</sup> – 2,35 %.

Оборот общественного питания – стоимость проданного собственного кулинарного продукта и покупного товара, проданных без кулинарной обработки для употребления в основном на местах.

Ключевое предназначение услуг общественного питания в Княгинино – удовлетворение потребностей населения с помощью организации питания и отдыха потребителей индивидуальным образом. При этом следует сказать, что удовлетворяются социальные и физиологические потребности абсолютно всех слоев населения.

Оборот общественного питания (в млн руб.) составил: в 2017 г. – 1434589,1 в Российской Федерации, – 24760,5 в Нижегородской области; в 2018 г. – 1683274,3, в Российской Федерации, – 27413,2 в Нижегородской области; в 2019 г. – 1825050 в Российской Федерации, – 29563 в Нижегородской области; в 2020 г. – 1444220 в Российской Федерации, – 21266,6 в Нижегородской области (рисунок 1).

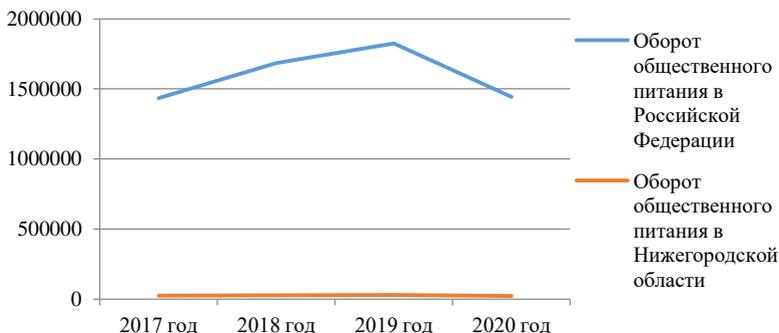


Рисунок 1 – Оборот общественного питания в 2017–2020 гг.\*

\*Создано автором на основании данных Росстата

Подчеркнем, что и в России, и в Нижегородской области очевидно снижение оборота общественного питания. Это произошло из-за

ряда сложностей: локдауны и ограничения в работе, сокращение доходов и расходов населения и другое.

Предприятие общественного питания – предприятие, которое занимается изготовлением кулинарной продукции, мучных кондитерских и булочных изделий, их реализацией и организацией потребления. Сервис на предприятиях общественного питания в Княгининском муниципалитете заключается в четкой хронологии действий, осуществляемых исполнителем при прямом контакте с потребителем услуг при реализации продукции и осуществлении досуга.

Важно знать, что «особенность общественного питания – совпадение во времени процессов производства, обмена и потребления, а с точки же зрения воспроизводства общественного продукта других отраслей – в обеспечении условий для возрастания авансированных экономических ресурсов связанных с ней отраслей» [3].

«Услуги общественного питания подразделяют: на услуги питания; услуги по изготовлению продукции общественного питания; услуги по организации потребления продукции общественного питания и обслуживанию; услуги по реализации продукции общественного питания и покупных товаров; услуги по организации досуга, в том числе развлекательные; консалтинговые услуги; прочие услуги общественного питания» [4].

На территории Княгининского муниципалитета находится 9 объектов общественного питания: 3 кафе, 4 столовые и 2 пиццерии. Например, Best Pizza. Данная организация функционирует по адресу Октябрьская улица, 18А в Княгинино. Основными направлениями деятельности являются «Пиццерия» и «Быстрое питание». Тип данного объекта общественного питания – стационарный. Площадь 106 м<sup>2</sup>, количество посадочных мест – 24.

Отличительные черты услуг общественного питания в Княгининском муниципалитете – направленность, неразрывность производства услуг от потребления, неустойчивость содержательных характеристик, несохраняемость.

Таким образом, услуги общественного питания являются особыми по значимости на отраслевом рынке в Княгининском муниципалитете. Непосредственно они формируют результативный механизм потребностей населения в удовлетворении нужд не только по услугам питания, но и по организации досуга населения.

Так же было выявлено, что российскому рынку общественного питания свойственен ряд тенденций: развитие концепции ресторанов в больших торговых центрах; широкое распространение сетей быстрого питания; появление фуд-кортов; формат мест семейного досуга, где

организовываются игровые зоны для детей и различные аттракционы; лидирующие позиции на рынке продолжают удерживать фастфуды и стрит-фуды.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Пьянков В. В., Дятленко И. В. Маркетинг ресторанов и кафе: ошибки и стереотипы // *Контентус*. 2018. № 3 (68). С. 7–17.
2. ГОСТ Р 31985–2013. Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Термины и определения. 2015.
3. Кутаева Т. Н., Кутаева Е. А. Общественное питание в системе потребительских услуг // *Вестник НГИЭИ*. 2013. № 3 (22). С. 114–125.
4. ГОСТ Р 31984–2012. Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Общие требования. 2015.

**А. С. Кирилловых**

*обучающийся 1-го курса Института экономики и управления*

**М. Л. Нечаева**

*к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, Княгинино*



## ГЕНЕЗИС КАТЕГОРИИ И АНАЛИЗ ЕГО ФАКТОРНОГО СОДЕРЖАНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Одним из важнейших критериев, обеспечивающих достоверность и логичность термина, является критерий отнесения термина к дефиниции. Представим методику оценки основных параметров термина «социальный маркетинг» и потенциальную возможность перехода данного понятия в разряд дефиниции. Поскольку термин, по мнению большинства терминоведов, становится полноценным, если ему соответствует дефиниция и оно включено в определенную систему понятий. Для проведения опроса была сформирована группа из 20 человек специалистов в данной области знаний, на основе чего было выделено 10 параметров ( $x_1 - x_{10}$ ), которые представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Основные параметры дефиниции «социальный бизнес»

$X_1$	Родовидовые отличительные признаки
$X_2$	Соответствие определению в толковых словарях
$X_3$	Различие особенностей бытового и профессионального
$X_4$	Существенная разница между понятием и представлением
$X_5$	Уровень общеупотребительности термина
$X_6$	Системность и точность
$X_7$	Соответствие области специальных знаний
$X_8$	Однозначность восприятия
$X_9$	Независимость от контекста
$X_{10}$	Актуализация значения вне зависимости от иностранного перевода

По результатам анализа модели факторов заключаем, что относительно высокое значение корреляции для фактора 1 наблюдается между переменными  $X_2$  (Соответствие определению в толковых словарях),  $X_3$  (Различие особенностей бытового и профессионального толкования),  $X_5$  (Уровень общеупотребительности термина), назовем полученный фактор «Полнота толкования».

Второй фактор более всего коррелирует с переменными  $X_1$  (Родовидовые отличительные признаки),  $X_4$  (Существенная разница между понятием и представлением),  $X_8$  (Однозначность восприятия),  $X_9$  (Независимость от контекста), фактор 2 представим как: «Логический уровень восприятия».

Фактор 3 более всего коррелирует с переменной  $X_6$  (Системность и точность),  $X_7$  (Соответствие области специальных знаний) и называется «Философское понимание».

УДК 331.2

**Е. В. Костина**

*преподаватель специальных дисциплин*

**А. Д. Шипулина**

*обучающаяся 3-го курса по специальности 38.02.05*

*Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров*

*Гагинский филиал ГБПОУ «Лукояновский Губернский колледж»,*

*с. Гагино*



## **АНАЛИЗ АССОРТИМЕНТА, ОЦЕНКА КАЧЕСТВА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЧАЯ, РЕАЛИЗУЕМЫХ В МАГАЗИНЕ «МАЛИНКА» СЕЛА ГАГИНО НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ**

Чай – это прекрасный, полезный напиток, который известен давно. Он хорошо утоляет жажду, снимает усталость, придает бодрость, поднимает настроение. Древний напиток стал частью неизменного распорядка дня, в соответствии с которым живет все население мира, отсюда следует, что чай обладает еще одним замечательным свойством: с его помощью можно четко организовать и распланировать каждый день. Все это послужило основанием для темы нашей исследовательской работы.

Актуальность работы заключается в том, что чай пользуется повышенным спросом в России как тонизирующий напиток, в продаже представлен широкий ассортимент чая, поэтому очень важно проводить экспертизу качества чая, реализуемого в магазинах, исключая количество низкокачественного товара.

Задачи исследования: проанализировать качество и оценки конкурентоспособности торговых марок чая; провести анализ ассортимента, оценки качества и конкурентоспособность торговых марок чая, реализуемых в магазине «Малинка»; разработать мероприятия по совершенствованию ассортимента чая.

Объектом исследования был выбран магазин «Малинка» села Гагино Нижегородской области. Магазин входит в состав Потребительского кооператива «Гагинский универмаг». Основным видом деятельности является розничная торговля. Принцип работы магазина

«Малинка» – обеспечить возможность для покупателя быстро и выгодно приобрести широкий спектр продовольственных товаров. В настоящее время магазин вступил в период активной конкуренции за рынки сбыта. У магазина «Малинка» имеется два крупных конкурента, расположенных в этом районе: сетевые магазины «Пятерочка» и «Магнит».

Магазин «Малинка» конкурентоспособен, так как реализуемые товары качественные и цены приемлемые.

Цель магазина «Малинка»: совершение продаж заявленного ассортимента за счет привлечения покупателей, проживающих в районе магазина и побуждения их совершить покупку посредством воздействия на визуальное восприятие, ассоциативное мышление.

Анализ конкурентоспособности черного чая проводился путем сравнительной оценки параметров их конкурентоспособности. Параметры были установлены по результатам опроса потребителей, где – качество, цена, оформление упаковки и популярность товара были названы основными мотивами совершения покупки. Была сформирована балльная шкала от 1 до 3 баллов, характеризующая уровни показателя конкурентоспособности: 1 балл – уровень показателя «низкий», 2 балла – уровень показателя «средний», 3 балла – уровень показателя «высокий». Опрос потребителей помог также определить коэффициенты весомости каждого параметра, выстроив иерархию их значимости (по степени убывания): – качество – коэффициент значимости в общей совокупности параметров – 0,4; – уровень цены – 0,3; – упаковка – 0,2; – маркетинговые усилия в продвижении товара – 0,1. Иерархия значимости также была определена покупателями посредством подсчета количества голосов, отданных за тот или иной показатель.

Таким образом, можно сделать вывод, что чайная продукция, реализуемая в магазине «Малинка», обладает высокими вкусовыми свойствами и является конкурентоспособной. В результате исследования по группе чайных товаров была определена самая конкурентоспособная марка, чая «Greenfield». Поэтому предлагается магазину увеличить объемы закупок чая данной марки, снизив при этом объем закупок марок, обладающих меньшей конкурентоспособностью, активизировать и расширить работу с поставщиками для более полного удовлетворения потребностей потребителей в цене и качестве.

А для повышения конкурентоспособности других марок-лидеров было предложено увеличить количество ассортиментных позиций каждой марки и периодически проводить рекламные кампании (промоакции) с целью ознакомления потребителей с ассортиментом товаров.

## ЛИТЕРАТУРА

1. ГОСТ 32593–2013. Чай и чайная продукция. М. : Стандартинформ, 2015.
2. Закон «О защите прав потребителей» Федеральный закон от 7 февраля 1992 год № 2300–1 (ред. Закона РФ от 25 октября 2007 // Консультант плюс. Раздел «Законодательство».
3. Косарева Г. С. Продажа продовольственных товаров : учебник для студ. учреждений СПО. М. : «Академия», 2017. 288 с.

**В. М. Крутых**

*преподаватель объединения ПЦК Экономического направления*

*ГАПОУ «Перевозский строительный колледж», Перевоз*



## **СИСТЕМНОСТЬ И КОМПЛЕКСНОСТЬ ПРОВЕДЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ООО «ДЕКОР-1»**

Уровень работы любого предприятия измеряется его ролью в экономике конкретного рынка, региона, страны и даже мира. С каждым годом производителям все сложнее занять прочное место под солнцем, имя которому – современная рыночная экономика.

Любая деятельность имеет определенный результат, который человек всегда стремился оценить.

Эффективность – относительный показатель результативности и может быть только положительной величиной.

Основные задачи анализа эффективности: оценка хозяйственной ситуации; выявление факторов и причин достигнутого состояния; подготовка и обоснование принимаемых управленческих решений; выявление и мобилизация резервов повышения эффективности хозяйственной деятельности.

Анализируя систему показателей эффективности в отечественной науке и практике, выделяют следующие их группы:

- обобщающие показатели эффективности;
- показатели эффективности живого труда (трудовых ресурсов);
- показатели эффективности использования основных фондов, оборотных средств и капитальных вложений;
- показатели эффективности использования материальных ресурсов;
- показатели экономической эффективности новой техники.

Современные проблемы теории и практики бухгалтерского, налогового и управленческого учета – это актуальная проблема для широкого спектра предприятий не только в России, например, для ООО «Пешеланский гипсовый завод «Декор-1», но и за рубежом.

В течение ряда лет данное предприятие является успешным бизнес-партнером ГАПОУ «Перевозский строительный колледж».

ООО «Пешеланский гипсовый завод “Декор-1”» – успешное предприятие, крупнейший налогоплательщик Нижегородской области, один из основных производителей и поставщиков гипсовых вяжущих, гипсовых блоков и пазогребневых плит, гипсостружечных плит.

Завод «Декор-1» не прекращал свою работу в период пандемии. Продукция завода, в том числе щебень различных фракций, особенно востребованы в дорожной и строительной отраслях. Об этом свидетельствует оценка эффективности его хозяйственной деятельности.

*Оценка эффективности хозяйственной деятельности предприятия  
Анализ исследуемых показателей в динамике*

Объем выполненных работ из года в год возрастает, так в 2020 году по сравнению с 2019 годом, он возрос на 3 104 тыс. руб. или на 6,1 %.

Численность работников за этот период снизилась на 2 человек или на 2,4 %.

Выработка для оценки деятельности предприятия имеет большое значение, из года в год она увеличивается, так в 2020 году по сравнению с 2019 годом ее рост составил 52,6 тыс. руб. или 8,7 %, а в предшествующем году – 27 тыс. руб. или 4,7 %.

Фонд оплаты труда имеет тенденцию к росту. В 2020 году по сравнению с 2019 годом этот показатель возрос на 1 122,7 тыс. руб. или на 7,5 %.

Средняя заработная плата за анализируемый период возросла на 18,1 тыс. руб. или на 10,1 %.

Стоимость основных фондов в 2019 году составила 16 560 тыс. руб., она возросла по сравнению с предыдущим годом на 680 тыс. руб. или на 4,3 %, а в 2020 году ее рост составил 260 тыс. руб. или 1,6 %.

Фондоотдача возросла по сравнению с 2019 годом на 0,13 руб. или на 4,3 %. Из года в год этот показатель растет, что является положительным моментом в деятельности предприятия.

Фондоемкость имеет тенденцию к снижению, в 2020 году по сравнению с 2019 годом она снизилась на 0,014 руб. или на 4,3 %.

Фондовооруженность растет, в 2020 году по сравнению с предыдущим годом ее рост составил 8 тыс. руб. или 4,1 %.

Стоимость оборотных активов в 2020 году составила 13 520 тыс. руб., это на 380 тыс. руб. или на 2,9 % выше показателя предыдущего периода.

Длительность одного оборота снизилась на 2,8 дня или на 3 %, и это позволило высвободить 418,9 тыс. руб. и дополнительно направить их в оборот.

Затраты на этот период возросли на 2 172 тыс. руб. или 5,2 %, темп роста по сравнению с предыдущим годом снизился.

Прибыль в отчетном периоде составила 9 713 тыс. руб., по сравнению с предыдущим годом. Она возросла на 932 тыс. руб. или на 10,6 %; против 730 тыс. руб. или 9,1 % за прошлый период.

Уровень рентабельности продаж составила 18,03 %, по сравнению с предыдущим периодом он возрос на 4,2 %.

Уровень рентабельности производства также имеет тенденцию к росту, в 2020 году он составил 22 %, что на 5,3 % выше показателя предыдущего года.

#### *Факторный анализ показателей на основании индексного метода*

Влияние на объем реализованной продукции изменения численности работников и выработки.

3.1.1. Общее изменение объема реализованной продукции:

$$\pm \Delta V = V_{2020} - V_{2019} = 53\,864 - 50\,760 = +3\,104 \text{ (тыс. руб.);}$$

а) изменение объема реализованной продукции за счет численности работников:

$$\pm \Delta V_{(ч)} = (Ч_{2020} - Ч_{2019}) \cdot B_{2019} = (82 - 84) \cdot 604,3 = -1\,208,6 \text{ (тыс. руб.);}$$

б) изменение объема реализованной продукции за счет выработки:

$$\pm \Delta V_{(B)} = (B_{2020} - B_{2019}) \cdot Ч_{2020} = (656,9 - 604,3) \cdot 82 = +4\,313,2 \text{ (тыс. руб.).}$$

Вывод:

Общий объем реализованной продукции в 2020 году по сравнению с 2019 годом возрос на 3 104 тыс. руб. или на 6,1 %.

Численность работников сократилась на 2 человека или на 2,4 %, что привело к снижению объема реализации на 1 208,6 тыс. руб.

Выработка за анализируемый период возросла на 52,6 тыс. руб. или на 8,7 %, что привело к росту объема реализованной продукции на 4 313,2 тыс. руб.

3.2. Влияние на объем реализованной продукции изменения стоимости основных фондов и изменения фондоотдачи

3.2.1. Общее изменение объема реализованной продукции:

$$\pm \Delta V = V_{2020} - V_{2019} = 53\,864 - 50\,760 = +3\,104 \text{ (тыс. руб.),}$$

а) изменение объема реализации за счет стоимости основных фондов:

$$\begin{aligned} \pm \Delta V_{(соф)} &= (Соф_{2020} - Соф_{2019}) \cdot f^0_{2019} = \\ &= (16\,820 - 16\,560) \cdot 3,07 = +800 \text{ (тыс. руб.);} \end{aligned}$$

б) изменение объема реализации за счет фондоотдачи:

$$\begin{aligned} \pm \Delta V_{(f^0)} &= (f^0_{2020} - f^0_{2019}) \cdot Соф_{2020} = \\ &= (3,2 - 3,07) \cdot 16\,820 = +2\,220,2 \text{ (тыс. руб.).} \end{aligned}$$

Вывод:

Общий объем реализованной продукции возрос в 2020 году по сравнению с 2019 годом на 3 104 (тыс. руб.) или на 6,1 %.

Стоимость основных фондов возросла в анализируемом периоде на 260 (тыс. руб.) или на 1,6 %, что привело к росту объема реализации на 800 (тыс. руб.)

Фондоотдача возросла в анализируемом периоде на 0,13 (руб.) или на 4,3 %, что привело к росту объема реализованной продукции на 2 220,2 (тыс. руб.).

3.3. Влияние на фонд оплаты труда изменения численности работников и средней заработной платы.

3.3.1. Общее изменение фонда оплаты труда:

$$\pm \Delta \text{ФОТ} = \text{ФОТ}_{2020} - \text{ФОТ}_{2019} = 16\,141,9 - 15\,019,2 = +1\,122,7 \text{ (тыс. руб.)},$$

а) изменение фонда оплаты труда за счет численности работников:

$$\begin{aligned} \pm \Delta \text{ФОТ} (ч) &= (Ч_{2020} - Ч_{2019}) \cdot f_{19} = \\ &= (82 - 84) \cdot 178,8 = -357,6 \text{ (тыс. руб.)}; \end{aligned}$$

б) изменение фонда оплаты труда за счет средней заработной платы:

$$\begin{aligned} \pm \Delta \text{ФОТ} (f) &= (f_{2020} - f_{2019}) \cdot Ч_{2020} = \\ &= (196,9 - 178,8) \cdot 82 = +1\,484,2 \text{ (тыс. руб.)}. \end{aligned}$$

Вывод:

Фонд оплаты труда в 2020 году по сравнению с 2019 годом возрос на 1 122,7 (тыс. руб.) или на 7,5 %.

Численность работников за анализируемый период снизилась на 2 человека или на 2,4 %, что привело к снижению фонда оплаты труда. На 357,6 (тыс. руб.)

Средняя заработная плата за этот период возросла на 18,1 тыс. руб. или на 10,1 %, что привело к росту фонда оплаты труда на 1 484,2 тыс. руб.

*Влияние изменения оборотных активов на общие результаты деятельности предприятия*

4.1.1. Определяем коэффициент оборачиваемости оборотных активов:

а) за прошлый период:

$$K_{2019} = V_{2019} : \dot{O}_{2019} = 50\,760 : 13\,140 = 3,86 \text{ (раз.)};$$

б) за отчетный период:

$$K_{2020} = V_{2020} : \dot{O}_{2020} = 53\,864 : 13\,520 = 3,98 \text{ (раз.)}.$$

4.1.2. Определяем длительность одного оборота:

а) за прошлый период:

$$D_{2019} = T : k^0 = 360 : 3,86 = 93,3 \text{ (дней.)};$$

б) за отчетный период:

$$D_{2020} = T : k^1 = 360 : 3,98 = 90,5 \text{ (дней).}$$

4.1.3. Определяем сумму высвобожденных или замороженных денежных средств :

$$\begin{aligned} \pm EB &= (D_{2020} - D_{2019}) \cdot V_{2020} : T = \\ &= (90,5 - 90,3) \cdot 53\,864 : 360 = -418 \text{ (тыс. руб.).} \end{aligned}$$

Вывод:

Длительность одного оборота в 2020 году по сравнению с 2019 годом сократилась на 2,8 дня, что привело к высвобождению 418,9 тыс. руб.

По результатам проведенного анализа хозяйственную деятельность ООО «Пешеланский гипсовый завод «Декор-1» можно оценить положительно.

**Т. Н. Кутаёва**

*к.э.н., доцент*

**П. М. Лебедева**

*обучающаяся 2-го курса Института экономики и управления*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, Княгинино*



## **ИЗМЕНЕНИЕ ВКУСОВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19**

Туризм за последние десятилетия стал неотъемлемой частью жизни человека, это обусловлено потребностью человека в отдыхе. На протяжении многих веков люди путешествовали по миру с различными целями: с целью захвата новых территорий, торговли, открытия новых земель и т. д. Сегодня же основная цель путешествий – открытие новых знаний о месте временного пребывания, смена обстановки.

Естественно, что каждое государство заинтересовано в развитии туризма на своей территории, так как туризм приносит большие доходы. Так, вклад туризма в мировой ВВП в 2019 году составляет 8,9 трлн долларов, что составляет 10 % от всех отраслей ВВП. Вклад туризм в ВВП России в том же 2019 г. составляет 3,9 %. И данный показатель значительно вырос по сравнению с 2011 г., на 0,9 %.

Средние темпы роста туризма составляют 7–9 % в год, что намного выше среднегодовых темпов роста мировой экономики в целом; но за последние 2 года эти показатели значительно снизились.

В связи с распространившейся пандемией в 2020 году спрос на туристические услуги заметно упал. Так, выручка предприятий сферы услуг в России сократилась на 90 % в связи с ограничительными мерами. Потери туристского сектора за первые пять месяцев 2020 года составили 320 млрд долл. США, что более чем втрое превышает потери в период глобального экономического кризиса 2009 года. Среди наиболее пострадавших видов туризма можно выделить: культурно-познавательный, событийный, лечебно-оздоровительный, пляжный [1; 3].

И сегодня отмечаются следующие изменения:

1. Смена ориентира от выездного туризма на внутренний в связи с закрытием границ. В 2020 году 21,7 млн туристов путешествовали по России. При этом туристы выбирают регионы России, которые менее всего пострадали от пандемии.

2. Переориентация на выбор индивидуальных услуг вместо групповых.

3. Замена традиционных экскурсий онлайн-форматом (онлайн-экскурсии, выставки и мастерклассы).

4. Переориентация на дистанционное оказание туристических услуг (выбор туроператора, составление тура) или самостоятельное планирование путешествия без помощи турагентств.

5. Снижение популярности «пакетных» туров, востребованность в индивидуальном составлении тура.

6. Снижение востребованности услуги «раннего бронирования». Сегодня туристы пытаются приобрести тур как можно ближе к дате выезда, в среднем, за 1–2 недели.

7. Расширение диапазона длительности путешествий. Во время пандемии туристы стали всё чаще и чаще путешествовать на 2–3 дня, при этом сохраняется и тенденция длительного отдыха (7–14 дней).

8. Изменение категорий туристов по возрасту. Доля туристов старше 55 лет снизилась на 60 %. На 5 % увеличилась доля семей с детьми среди туристов.

9. Увеличение роли страхования в туризме. С 10 до 40 % увеличилось количество приобретенных страховок от невыезда [1].

10. Смена вида транспорта для путешествия. В условиях пандемии поездка на машине в отпуск оказалась более безопасной альтернативой поездкам и самолетам. К тому же, в связи с эпидемиологической обстановкой сократилось количество прямых перелетов.

11. Востребованность видов туризма, не являющихся массовыми, среди них можно выделить экологический, экстремальный, индустриальный.

Эти изменения уже прочно закрепились в сознании потребителя и, скорее всего, повлияют на отрасль туризма и после окончания ограничительных мер в связи с пандемией. Уже сейчас можно отметить большую избирательность клиента при покупке тура. Это приводит к глобальным изменениям со стороны предложения. Турфирмы прилагают все усилия к персонализации и цифровизации услуг, которые являются глобальными рыночными трендами.

Развитие внутреннего и выездного туризма в современных условиях требует продления действия кризисного пакета мер. К ним можно

отнести: снижение налогового бремени, отсрочки, кредитные каникулы не менее чем до 2022 г., государственную поддержку малых туристских проектов (для малого и среднего предпринимательства, импакт-инвестиций и социального проектирования), субсидирования региональных туристских программ развития из федерального бюджета [2].

### ЛИТЕРАТУРА

1. Власова И. Беспрецедентный кризис: сколько потеряют гостиницы // Газета.ру. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.gazeta.ru/ /2020/04/30.shtml/> (дата обращения: 23.10.2021).
2. Нуждина М. В. Развитие туристско-гостиничного сервиса в Нижегородской области // Тенденции развития науки и образования. 2020. С. 24–27.
3. UNWTO releases a COVID-19 Technical Assistance Package for Tourism Recovery // UNWTO [Электронный ресурс] URL: <https://www.unwto.org/news/unwto-releases-a-covid-19-technical-assistance-package-for-tourism-recovery> (дата обращения: 19.10.2021).

УДК 331.2

**Т. Н. Кутаёва**

*к.э.н., доцент*

**П. М. Лебедева**

*обучающаяся 1-го курса Института экономики и управления*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, Княгинино*



## **ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ ТУРИЗМА В НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ**

Туризм с начала XX столетия активно развивается на территории России. Вклад сферы туризма в ВВП страны оценивается в 4 % в 2018 г. Планируется, что к 2035 году данный показатель повысится на 2 % и составит 16 трлн рублей [1].

Нижегородская область обладает необходимыми ресурсами для привлечения туристов. Наиболее развитыми видами туризма являются культурно-исторический, религиозный, событийный и деловой. В 2019 году численность размещённых лиц в Нижегородской области составила 1 269,4 тыс. чел. [1]. В 2016 г. данный показатель был равен 942,69 тыс. чел. Указанные данные свидетельствуют о развитии туризма на территории области.

Основными туристскими центрами являются Нижний Новгород, Городец, Арзамас, Дивеево, Выкса, Семёнов.

В Нижний Новгород туристы приезжают в основном с культурно-познавательными, деловыми целями, а также с целью посещения мероприятий, проходящих в городе, что является основой событийного туризма. В городе сохранилось большое количество уникальных памятников истории, архитектуры и культуры, что дало основание ЮНЕСКО включить Нижний Новгород в список 100 городов мира, представляющих мировую историческую и культурную ценность. Важно отметить, что посещение данного города входит в программы «Золотой венец России», «Большая кругосветка» и программы круизных маршрутов по р. Волга. Доля объектов историко-культурного наследия Нижнего Новгорода составляет более 25 % историко-культурного наследия Нижегородской области и более 2 % историко-культурного наследия Российской Федерации. В городе насчитывается 746 объектов культурного наследия, среди них Нижегородский

кремль, ул. Б. Покровская и ул. Рождественская, Нижегородская ярмарка, Горьковский автомобильный завод и др.

Городец – древний город в Нижегородской области, основанный в 1152 г. Город известен как «город мастеров». Сюда туристы приезжают с целью ознакомления с городецкой росписью и резьбой по дереву, с техникой изготовления городецких пряников. Городец является местом рождения Андрея Рублёва и местом гибели Александра Невского. Главными достопримечательностями принято считать Феодоровский монастырь, музейно-туристический центр «Город мастеров», источник «Никола-ключ» и памятник купечеству России.

Арзамас также является центром привлечения туристов, другое его название – «город 33-х церквей». Большое количество туристов посещают этот город с религиозными целями, но помимо церквей и монастырей в городе есть купеческие дома, водонапорная башня, Эйфелева башня, дом-музей А. Гайдара. В Арзамасе развит гончарный промысел, который также привлекает туристов.

Вблизи Арзамаса находится ещё одна достопримечательность, известная и в России, и за границей, Свято-Троицкий Серафимов-Дивеевский монастырь. Он расположен в с. Дивеево. Считается, что монастырь является четвертым уделом Пресвятой Богородицы. Ежегодно монастырь посещают более 300 тыс. туристов [2].

Следующий город, находящийся на юге области, являющийся аттрактивным для туристов, называется Саров. Это закрытый город, так как именно здесь находится научно-исследовательский институт экспериментальной физики – главный научный ядерный центр России. Более известен Саров под названием «Арзамас-16». В городе есть следующие достопримечательности: музей ядерного оружия, дом академика А. Д. Сахарова, Саровский подземный комплекс. В Стратегии социально-экономического развития Нижегородской области до 2035 года отмечается, что до 2021 года будет создан туристический кластер «Арзамас, Дивеево, Саров», где будет представлено 98 объектов показа, среди них 34 особо охраняемых территории и 22 объекта культурного наследия. К 2030 году планируется увеличение турпотока до 1,8 млн чел. [2].

На юге области находится ещё один город, привлекательный для туристов. Выкса является центром промышленного туризма в Нижегородской области. Главной достопримечательностью этой местности является функционирующий Выксунский металлургический завод, открытый в 1557 г. На территории завода проводятся экскурсии по трём маршрутам. В Выксе ежегодно проходит фестиваль городской культуры «Арт-Овраг», который интересен с точки зрения событийного туризма. Основными ресурсами культурно-познавательного туризма

являются Шуховская водонапорная башня, Иверский монастырь, выксунские пруды («голубое ожерелье Выксы»), дом-музей ремёсел и др.

На севере Нижегородской области находится центр хохломской росписи – г. Семёнов. Данный промысел зародился в ковернинских лесах, но сегодня именно Семёнов стал столицей «Золотой Хохломы». С 2004 г. здесь проводится фестиваль народных художественных промыслов «Золотая Хохлома», а с 2013 г. этому событию присвоен статус международного. Семёнов известен ещё и таким промыслом, как резьба по дереву. Расписные ложки, подносы, сундуки и коробки продавали на Нижегородской ярмарке. Среди достопримечательностей города можно выделить художественную фабрику «Семеновская роспись», музей Семёновской матрешки, музей «Золотая Хохлома», музей народного быта «Дом Семёна-ложжаря», старообрядческую церковь «Святителя Христова Николы» и скит «Новый Шарпан». Таким образом, Семёновский район интересен с культурно-познавательной и религиозной точек зрения.

Гостиничная инфраструктура области представлена 581 средством размещения, более половины этих гостиниц находятся в Нижнем Новгороде. Так, в Городец расположено 14 объектов размещения, в Арзамасе – 20, в Дивеево – 38, в Выксе – 4, в Семёнове – 4.

Транспортная инфраструктура хорошо развита. В Нижнем Новгороде есть международный аэропорт «Стригино», железнодорожный вокзал, подземный транспорт (метро), наземный транспорт (автобусы, такси, аренда автомобилей). До туристских центров можно добраться на наземном транспорте, регулярно осуществляются автобусные туры в Городец, Выксу, Арзамас и т. д. [2].

Таким образом, Нижегородская область является центром притяжения туристов и имеет большой потенциал для развития туризма. На данной территории активно развиваются культурно-познавательный, религиозный, событийный виды туризма. Чуть менее развиты в области такие виды туризма, как экологический, промышленный, индустриальный, но объекты для показа представлены в достаточном количестве для продвижения этих видов туризма.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Федеральное агентство по туризму [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://tourism.gov.ru/contents/statistika/statisticheskie-dannye-po-rf-2/> (дата обращения: 25.10.2020).
2. Стратегия социально-экономического развития Нижегородской области до 2035 года. Нижний Новгород. 2018. 191 с.

УДК 331.2

**Т. Н. Кутаева**

*к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

**Е. М. Преображенская**

*обучающаяся 2-го курса Института экономики и управления*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, Княгинино*



## **АНАЛИЗ И ОЦЕНКА МИРОВОГО РЫНКА СТРАХОВЫХ УСЛУГ**

В современном мире страхование стало обыденностью, которая пользуется большой популярностью у населения, а в некоторых случаях является необходимостью. Рынок страховых услуг представляет собой сложный механизм, состоящий из коммерческих, производственных, финансовых и информационных структур, взаимодействующих между собой в рамках действующих на сегодняшний день правовых норм. Виды страховых услуг меняются с течением времени в зависимости от потребностей граждан на сегодняшний день.

Комплексное развитие рынка страховых услуг в условиях рыночной экономики является одной из приоритетных задач для государства [1]. Российские страховые компании имеют большой потенциал в сфере страхования. Однако очень важно учитывать опыт зарубежных страховщиков для достижения мирового уровня. Рынок страховых услуг традиционно развит в США, Германии, Великобритании, что объективно обусловлено высоким уровнем жизни и социальных гарантий [2].

По итогам 2020 года тройку лидеров по сборам страховых премий на мировом рынке заняли США, Китай и Япония. Эти страны занимают 58 % мирового рынка страхования. Лидирующую позицию по страховым сборам занимает США с количеством страховых премий за 2020 год 2,53 трлн долл. Китай занимает вторую позицию. Следует отметить, что на 2020 год КНР имеет самый высокий темп роста на мировом рынке и составляет 6,2 %, в связи с чем объем страховых премий составил 0,656 трлн долл. Ожидается, что Азия продолжит опережать другие регионы, так как уже сейчас она становится все более доминирующей. Замыкает тройку лидеров Япония со сборами

---

© Кутаева Т. Н., Преображенская Е. М., 2021

0,414 трлн долл. Данные по страховым сборам лидирующих стран мира приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Объем премий страховых компаний мира в 2020 году\*

№ п/п	Страна	Страховая премия, млн долл.	Темп роста за последний год, %
1	США	2 530 570	1,8
2	Китай	655 874	6,2
3	Япония	414 805	-3,0
4	Великобритания	338 321	-7,1
5	Германия	258 566	3,8
6	Франция	231 347	-11,2
7	Южная Корея	193 709	8,2
8	Италия	161 973	-3,5
9	Канада	143 468	6,4
10	Тайвань	113 304	-3,8

\*составлено автором по данным интернет-сайта  
«<https://forinsurer.com/>»

Самая крупная мировая страховая компания находится в США – американская холдинговая компания со штаб-квартирой в городе Омаха (штат Небраска) Berkshire Hathaway (BRK.A). Выручка компании за 2020 год составила 237,2 млрд долл. Berkshire Hathaway Inc. – крупный конгломерат и одна из ведущих страховых компаний США, также владеющая предприятиями в таких секторах, как железнодорожный транспорт, коммунальные услуги и энергетика, производство, услуги и розничная торговля. Важно заметить, что страхование в США происходит через посредников: так называемых страховых агентов (брокеров) [3].

Второе место по выручке за год занимает первая акционерная страховая компания Китая Ping An Insurance. Чистая прибыль компании составила 18,7 млрд долл., а выручка – 144,8 млрд долл. Ping An Insurance предоставляет в первую очередь страховые услуги, а также занимается финансовыми услугами и банковским делом. Она входит в число 50 крупнейших компаний, котирующихся на Шанхайской фондовой бирже.

Закрывает тройку лидеров французская страховая и инвестиционная группа компаний AXA SA, штаб-квартира которой находится в Париже. Выручка за 2020 год составила 139,5 млрд долл. Данная компания была основана в 1958 году путём слияния нескольких региональных компаний. На сегодняшний день AXA оказывает страховые

услуги в 56 странах мира. В России АХА Group представлена в лице компании «РЕСО-Гарантия», сборы которой составили 108,33 млрд руб. или 1.488 млрд долл.

На Российском рынке страховых услуг лидирующую позицию занимает страховая компания «Согаз», объем премий которой увеличился на 47,8 % и составил 287,3 млрд руб. или 3,94 млрд долл. Рыночная доля компании в сфере Российского страхования выросла на 5,6 % и составила 18,7 %.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Алиев Б. Х., Филин А. М. Оценка и анализ рынка страховых услуг развитых стран мира // Вопросы структуризации экономики. 2013. № 2. С. 155–158.
2. Оборин М. С., Райнхардт Р. О. Направления развития рынка страховых услуг в сфере транснационального бизнеса // Вестник Московского университета. 2018. № 4. С. 147–165.
3. Резина Н. А., Парыгин В. А. Обязательное страхование в России и США: сравнительно-правовой анализ // Universum: экономика и юриспруденция. 2021. № 7. С. 23–24.

УДК 330.341

**А. А. Кутаев**

*аспирант 2-го курса*

**С. А. Суслов**

*к.э.н., профессор кафедры*

*«Экономика и автоматизация бизнес-процессов»*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, Княгинино*



## **РОЛЬ ЗЕРНОВОЙ ОТРАСЛИ В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ**

В современном мире наблюдается нестабильность политической обстановки, что неблагоприятно влияет на Россию. Это введенные рядом ведущих государств санкции по отношению к нашей стране, которые замедляют темпы роста экономики в целом и увеличивают ее изолированность. В создавшихся условиях для защиты от внешних угроз государству нужно решать вопросы по импортозамещению, укреплению национальной безопасности, включая самообеспеченность страны продовольственными товарами и сельскохозяйственной продукцией. Российская Федерация является страной с огромным экономическим и аграрным потенциалом.

В современных условиях важная роль отводится развитию аграрного сектора экономики. Большое внимание уделяется регулирующей роли государства по обеспечению сельскохозяйственных субъектов необходимыми ресурсами и доступом к передовым производственным технологиям. Зерновая отрасль в условиях повышения цен и спроса на продовольственные товары занимает особое место в экономике. Производство и переработка зерна является гарантом обеспечения продовольственной безопасности страны. Это связано с включением зерна в производство высококалорийных продуктов питания, особенно хлеба и хлебобулочных изделий. На рисунке 1 представлена динамика производства, потребления хлеба и уровень доходов населения России за период 2010–2020 гг.

Из рисунка 1 видно, впервые за 10 лет в 2020 г. наблюдается сокращение производства хлеба и снижение его потребления на душу населения: произведено хлеба 8,37 млн т., а потребление на душу населения в год в 2019 и в 2020 гг. составило на уровне 57,1 кг [1]. По

своему физико-химическому составу зерно и продукты его переработки (хлебобулочные изделия, крупа, мука) являются основой жизнеобеспечения населения. Известно, что присутствие перечисленных продуктов в пищевом рационе покрывает потребности в белках на 50 %, обеспечивает общую калорийность питания на 40 %.

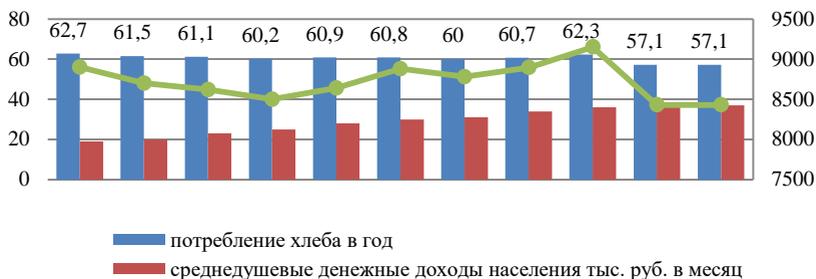


Рисунок 1 – Производство, потребление хлеба и уровень доходов населения России за период 2010–2020 гг. \*

\*Составлено автором на основе данных Росстата России [1]

Зерновой комплекс является основой для развития всех подотраслей сельского хозяйства, перерабатывающей промышленности, заготовительной и торговой отрасли, обеспечивает процесс производства, переработки, транспортировки, хранения зерна и продуктов его переработки. Зерно является источником сырья для производства товаров в пищевой, легкой и других отраслях промышленности. Поэтому от наличия организационной, экономической, технологической взаимосвязи всех составляющих звеньев в сельском хозяйстве зависит решение конечной цели – гарантировать продовольственную безопасность страны, обеспечить потребности страны в продовольственном и фуражном зерне, хлебе и хлебопродуктах, создать необходимые государственные резервы зерна и иметь ресурсы для его экспорта. Таким образом, экономическая роль зернового сектора определяется важностью его развития для сельского хозяйства в целом и влиянием на развитие других отраслей.

Производство зерна и зернобобовых культур является самой крупной отраслью в сельском хозяйстве. Определено, что в 2019 г. доля зерна составляла более 30 % стоимости валовой и занимала свыше 50 % в товарной продукции растениеводства, почти 58,8 % в общем объеме посевных площадей страны. На производство зерна приходится 25 % общей стоимости основных производственных фондов, занятых в агробизнесе [2].

Если рассматривать занятость сельского населения в сельскохозяйственном производстве, то в экономической литературе отмечается, что «18,9 % экономически активного сельского населения занято в сельском хозяйстве. Если по другим видам экономической деятельности занятость сельского населения по сравнению с 2013 годом изменяется в пределах 1 %, то в сельском хозяйстве наблюдается устойчивая тенденция сокращения численности занятого населения» [3, с. 79].

Следует отметить, что население, занятое в агропромышленном комплексе, производит 10 % его продукции. Зерно востребовано как внутри страны, так и на внешнем рынке. Следует отметить, что зерно остается важной составляющей экспорта России. Это оказывает положительное влияние в стране на получение валютных средств, а сельскохозяйственным организациям обеспечивает денежные поступления и доходы. Определено, что в структуре экспорта АПК доля зерновых в 2020 г. составляла 30 %, а доля продукции пищевой и перерабатывающей промышленности – 15 % [4, с. 10].

Рассмотрим структуру рынка зерна и зернобобовых культур в России. В таблице 1 представлен анализ производства зерна и зернобобовых культур за период 2014–2020 гг.

Таблица 1 – Анализ производства зерна и зернобобовых культур в России за период 2014–2020 гг., млн т. \*

Период	Зерно (в весе после доработки)	В том числе				
		пшеница озимая и яровая	рожь озимая и яровая	ячмень озимый и яровой	кукуруза на зерно	овес
2015	104,7	61,8	2,1	17,5	13,1	4,5
2016	120,7	73,3	2,5	18,0	15,3	4,8
2017	135,5	86	2,5	20,6	13,2	5,5
2018	113,3	72,1	1,9	17,0	11,4	4,7
2019	121,2	74,5	1,4	20,0	14,3	4,4
2020	133,5	85,9	2,4	20,9	13,9	17,7

\*Составлено автором по данным Росстата России [1]

Проведенный анализ позволил нам определить, что производство зерна и зернобобовых культур в 2020 г. к уровню 2014 г. увеличилось на 126,9 %. За рассматриваемый период отмечается рост по производству следующих культур: пшеница озимая и яровая – 143,8 %, рожь озимая и яровая – 120,0 %, кукуруза на зерно – 123,0 %, овес – в 4,4 раза.

Используем данные производства зерна по видам культур в хозяйствах всех категорий в процентах от общего валового сбора за 2010 г. и сравним с данными статистики 2020 г. Следует отметить, что наибольший удельный вес в структуре зерновых занимает производство пшеницы озимой и яровой. Так в 2010 г. в общем объеме производимой продукции данный показатель соответствовал уровню 68 %, а в 2020 г. – 85,9 % или увеличение составило 17,9 %; производство ячменя в 2014 г. занимало 14 %, а в 2020 г. – 20,9 %; рожь в 2014 г. занимала 1 %, а в 2020 г. – 2,4 %. Удельный вес производства крупяных и зернобобовых остался на прежнем уровне, в пределах 2 % от общего объема производимого зерна. Если сравнивать производство зерна в разрезе функционирующих хозяйств, то можно отметить, что в 2020 г. 69,8 % произведено в сельскохозяйственных организациях, 0,6 % – в хозяйствах населения, а 29,6 % – в крестьянских (фермерских) хозяйствах. Посевные площади под зерновыми и зернобобовыми культурами занимают, по данным Росстата, более половины от всей посевной площади страны [1; 2].

Необходимо учитывать важность развития зернового комплекса и для отрасли животноводства. Учитывая важную экономическую роль производства зерна в экономике страны, в России утверждена долгосрочная стратегия развития зернового комплекса на период до 2035 г.

В стратегии рассмотрены цели и задачи обеспечения продовольственной безопасности в России, проведен анализ современного состояния зернового комплекса и определены тенденции его развития, намечены целевые индикаторы достижения эффективности его функционирования. Также дано определение понятия сущности «зернового комплекса Российской Федерации». «Зерновой комплекс Российской Федерации – это совокупность подотраслей сельского хозяйства, пищевой и перерабатывающей промышленности, транспорта, оптовой и розничной торговли, обеспечивающих производство, транспортировку, хранение, переработку и реализацию зерновых и зернобобовых культур и продуктов их переработки на внутреннем и внешнем рынках» [5].

Таким образом, зерновой комплекс является основой успешного развития всего агробизнеса страны, способствует формированию устойчивого социально-экономического развития Российской Федерации.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Россия в цифрах, 2021: краткий статистический сборник. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/12993> (дата обращения 27.10 2021 г.).
2. Россия в цифрах, 2020: краткий статистический сборник. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/GOyirKPV/Rus\\_2020.pdf](https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/GOyirKPV/Rus_2020.pdf) (дата обращения 18.10 2021 г.).
3. Шамин А. Е., Проваленова Н. В. Организационно-экономические условия развития социальной инфраструктуры сельских территорий // Вестник НГИЭИ. 2020. № 2 (105). С. 77–89.
4. Петриков А. Злак препинания // Аргументы и факты. Москва. 2021 г. № 4. С. 10.
5. Распоряжение Правительства РФ от 10 августа 2019 г. № 1796-р «Об утверждении долгосрочной стратегии развития зернового комплекса Российской Федерации до 2035 года [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72522534/> (дата обращения 26.10 2021 г.).

*Д. А. Матвеева*

*магистрантка 2 курса Института экономики и управления*

*М. Л. Нечаева*

*к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, г. Княгинино*



## **АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ АПК НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ**

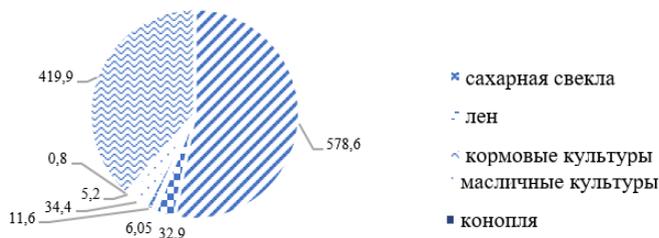
На современном этапе организации в любой сфере деятельности существуют в условиях конкуренции. Отрасль агропромышленного комплекса (далее АПК) не является исключением. Многие организации для выхода на новый уровень снижают затраты, повышают разнообразие производимой продукции, внедряют новейшие технологии и т. д. Для стратегического развития АПК также существуют различные методы повышения их конкурентоспособности.

Рассмотрим современное состояние АПК Нижегородской области. Посевная площадь во всех категориях хозяйств составила 1089,7 тыс. га, структура всей посевной площади представлена на рисунке 1.

Если же рассматривать структуру животноводства Нижегородской области можно сказать, что по итогам 2020 года в Нижегородской области в хозяйствах всех категорий валовое производство молока составило 641,8 тыс. тонн (103,0 % или +18,4 тыс. тонн к 2019 году), скота и птицы на убой в живом весе – 164,2 тыс. тонн (101,5 % или +2,6 тыс. тонны к уровню 2019 года), получено 1286,2 млн шт. яиц.

Проведя анализ современной ситуации, можно сказать, что Нижегородская область за 2020 г. увеличила валовый объем производства как в сфере животноводства, так и в сфере растениеводства. Исходя из всего вышеизложенного, можно сказать, что сельскохозяйственные организации находятся в достаточно тесной конкуренции друг с другом.

Одним из методов определения конкурентоспособности является метод использования причинно-следственной диаграммы. В результате «мозгового штурма» выявляются актуальные причины, влияющие на конкурентоспособность АПК.



зерновые и зернобобовые культуры ■ картофель

Рисунок 1 – Структура посевных площадей Нижегородской области в 2020 г., тыс. га\*

\*составлено на основании данных Министерства сельского хозяйства и продовольственных ресурсов Нижегородской области

Когда будет достигнут исчерпывающий список причин, выявляются сходства между ними. Главными факторами, влияющими на конкурентоспособность АПК, являются: обеспеченность сельскохозяйственной техникой, количество рынков сбыта, качество произведенной продукции, научно-кадровый потенциал и система коммуникаций. Существует ещё множество факторов, влияющих на выбранный показатель качества, но приведённые причины являются наиболее существенными.

На основании проведенного нами анализа можно заметить, что наиболее важными показателями в определении конкурентоспособности сферы АПК Нижегородской области являются: обеспеченность сельскохозяйственной техникой, количество рынков сбыта, качество произведенной продукции, система коммуникаций. По данным параметрам можно сказать, что наибольший вес в определении конкурентоспособности занимает показатель обеспеченности сельскохозяйственной техникой, которая определяет технический уровень организации по отношению к научно-технологическому прогрессу. Наименьшее влияние на конкурентоспособность оказывает уровень технической обработки продукции.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Нечаева М. Л., Демидова Е. Е., Калабанова Ю. И. Функционирование и развитие агропродовольственных рынков АПК // Азимут научных исследований: Экономика и управление. 2020. № 2 (31). С. 251–254.

УДК 691.33

**Л. А. Махотина**

*преподаватель*

**М. Родионов**

*студент 2 курса*

*ГАПОУ «Перевозский строительный колледж»,  
Вадский филиал, Вад*



## **ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В АПК**

Цель работы:

- исследование инновационной деятельности в сельском хозяйстве;
- исследование путей повышения эффективности сельскохозяйственного производства.

Актуальность исследовательской работы:

Проблемы развития сельского хозяйства тесно связаны с общими проблемами социально-экономического развития страны.

Гипотеза: сельское хозяйство – это сфера, в которой могут быть реализованы инновационные идеи.

Инновация – инновации в области техники, технологий, организации труда и управления, основанные на использовании научных достижений и передового опыта

Можно выделить три основных направления внедрения инноваций в деятельность сельскохозяйственных предприятий:

1) инновации в области человеческого фактора – подготовка специалистов, способных работать с новой техникой, оборудованием и технологиями, повышение квалификации, переподготовка;

2) инновации в области биологического фактора – разработка и освоение инноваций, обеспечивающих повышение плодородия земель сельскохозяйственного назначения, повышение продуктивности животных и урожайности сельскохозяйственных культур;

3) инновации в области техногенного фактора обеспечивают совершенствование технико-технологического потенциала сельскохозяйственного предприятия.

Особое внимание уделяется развитию сельского хозяйства – использованию машин и оборудования нового вида.

Новые модели сельскохозяйственных машин включают в себя большинство инновационных решений, разработанных для удовлетворения вышеуказанных требований.

Совершенно очевидно, что сегодня в России имеется все для активного внедрения и продвижения инновационных технологий как во всей сфере экономической деятельности в целом, так и в сельском хозяйстве в частности

*Одно из перспективных нововведений – нанотехнологии, без которых невозможен прогресс в сельском хозяйстве. Они уже используются на фермах, в производстве кормов и в диагностике растений.*

Рассмотрим ТОП-5 нововведений, которые изменят сельское хозяйство России:

Ферма в стиле Uber – это шанс получить огород и урожай для всех, не беспокоясь о настоящем садоводстве и возделывании земли. Человек получает доступ к онлайн-калькулятору.

Современные технологии точного высева – на сегодняшний день разработан проект сеялки, которая сама распределяет семена в грядке на необходимое для данной культуры расстояние.

«Умная» теплица – это инновационная система управления, которая сама контролирует температуру, освещение, готовит питательный раствор для растений и контролирует орошение.

Датчики Craft Scanner для контроля глубины обработки почвы.

Модуль Craft Scanner – это модуль с датчиками, которые подключаются к бортовому компьютеру любого сельскохозяйственного транспортного средства, выполняющего культивационные или посевные работы.

«Умные» технологии в сельском хозяйстве можно объединить в четыре больших кластера:

- точное земледелие (навигационные системы, дистанционное зондирование (ДЗЗ) и геоинформационные системы (ГИС), дифференциальное внесение удобрений);

- сельскохозяйственные роботы (беспилотные летательные аппараты, дроны для наблюдения за состоянием полей и уборки урожая, интеллектуальные сенсорные датчики);

- AIoT-платформы/AIoT-приложения (контроль данных, поступающих с датчиков, оборудования и других устройств);

- Big Data (анализ данных, полученных с датчиков для составления точного прогноза и стратегии).

Во всех отраслях производственной сферы, даже в таких классических, как агрономия и животноводство, есть место новым, интересным подходам и техническим решениям. Стартапы в сельском хозяйстве оживляют, ускоряют, а иногда и полностью меняют представление о направлениях в частности и в отрасли в целом.

Понятие «стартап» в современном мире очень популярно, и его часто используют как начинающие предприниматели, так и опытные менеджеры.

Инновационные проекты в России поддерживают несколько структур. Среди них «Сколково», «Роснано», «Российская венчурная компания» (РВК).

Мировая практика насчитывает более 150 стартапов в сельском хозяйстве, которые сумели вырасти в крупный (с капитализацией более 1 миллиарда долларов) бизнес.

Давайте посмотрим на несколько проектов, которые были названы самыми инновационными:

1. Система Sampleb – программное обеспечение и инструменты для тестирования растений на патогенны пищевого происхождения.

2. BrightFarms – проект по созданию теплиц в городских условиях в непосредственной близости от точек продаж.

3. Система полива и орошения CropX – инновационное решение из Израиля, которое позволяет минимизировать потребление воды и энергии за счет разделения всего земельного участка на отдельные зоны орошения (с учетом типа почв, влажности и рельефа) и установки датчиков, анализирующих пробы и рассчитывающих оптимальные объемы воды.

4. Торговая площадка FarmLead – онлайн-рынок зерна, работающий круглосуточно и без выходных. Предложения отсортированы по 98 товарным категориям. Виртуальный агроном Agrilyst – интеллектуальная сенсорная система для сбора информации помогает фермерам принимать правильные решения относительно сельскохозяйственных культур, животных, почвы и других объектов. Данные визуализируются мгновенно в виде диаграмм и пользовательских отчетов.

5. Разработка компании Tal-Ya – контейнеры, собирающие влагу из воздуха.

6. Vovcontrol – инструменты (серьги, чипы, смарт-весы и многое другое) для сбора данных и анализа для повышения производительности в мясомолочном производстве и улучшения генетики в животноводстве.

7. Система SpensaTechnologies – программный продукт плюс автоматические камеры-ловушки. Разработка позволяет фермерам от-

слеживать, отлавливать, идентифицировать вредителей сельскохозяйственных культур с получением ежедневных отчетностей.

8. Улей-автомат Flow – новинка от изобретателей из Австралии. Сконструированные особым образом соты сами собирают мед в специальные емкости, не причиняя беспокойства и вреда пчелам...

Периодическое интернет-издание «Fertilizer Daily» представляет 10 наиболее популярных и перспективных тенденций в аграрном секторе, которые, по мнению экспертов, получают развитие в ближайшем будущем:

1. Быстрорастущие генетически модифицированные культуры.

2. Использование искусственного интеллекта.

3. Микробиомы и биологические пестициды.

4. РНК-интерференция.

5. Блокчейн.

6. Городские фермы.

7. Съедобная упаковка.

8. Использование геостационарных эксплуатационных спутников.

9. Культивируемое мясо.

10. Робототехника.

В последнее время ученые бьют тревогу, а лучшие умы всего мира пытаются работать под лозунгом: «Мыслить глобально, действовать локально».

## ЛИТЕРАТУРА

1. Бобров В. Рынок новых технологий в АПК // Экономист. 2003. № 12. С. 44–49.

2. Бочков А. А. Механизм обеспечения эффективности инновационных процессов в агропромышленном производстве [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.econ.msu.ru/cmt2/lib/a/1158/file/bochkov\\_12.pdf](http://www.econ.msu.ru/cmt2/lib/a/1158/file/bochkov_12.pdf)

3. Карташов Е. Ф. Модернизация сельскохозяйственного производства на основе трансфера инновационных технологий // Фундаментальные исследования. 2012. № 11 (часть 2). С. 493–497.

4. Парахин Ю. Инновационные процессы в АПК // АПК: Экономика, управление. 2013 г. № 4.

5. Седова Н. В. Инновации в агропромышленном комплексе Российской Федерации: тенденции и перспективы // Качество. Инновации. Образование. 2013. № 2. С. 24.

**А. Е. Никольская**

*обучающаяся 1-го курса Института экономики и управления*

**Н. П. Сидорова**

*к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, Княгинино*



## **МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ МАТЕРИАЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАПАСОВ**

В центре развития экономики анализ запасов является важным инструментом эффективного функционирования коммерческой организации. Так, чтобы повышать ценность запасов, необходимо иметь глубокие знания в этой области. Проблема состоит в том, что сфера изучения имеет «провалы». Ученые определяют отдельные элементы запасов: задачи, функции, методы, но не рассматривают их во взаимосвязи друг с другом. Коммерческие организации, владеющие запасами, сталкиваются с проблемой в их анализе и изучении. Этим определяется актуальность исследования – недостаточными знаниями материально-производственных запасов в научных работах. Необходимо использовать не только теоретические знания, но и прибегать к практическим действиям при изучении запасов.

Изучением материально-производственных запасов занимались многие ученые: как зарубежные, так и отечественные. Среди них: Д. А. Ендовицкий [3], В. Г. Конденко [2], Г. В. Савицкая [1] и другие. Проблема состоит в том, что каждый из ученых рассматривал запасы в разрезе своей методологии. Рассматриваемые этапы анализа запасов были присущи только определенной сфере. Запасы влияют на положение организации в количественном и качественном плане: их обеспеченность и правильное использование.

Кроме того, анализируя и дополнительно создавая резервы увеличения запасов, коммерческие организации также могут повысить прибыльность своей деятельности. Отсюда становится логичным, что в интересах организаций уделять больше внимания запасам.

Так, один из рассматриваемых нами ученых – Г. В. Савицкая в ходе изучения запасов особое внимание уделяла показателям, связанным с материалами. Это материалоемкость и материалотдача. Для

того, чтобы проводить анализ запасов, ученый рекомендует решить представленные задачи:

- 1) оценка реальности планов службы материального обеспечения, а также измерение степени их выполнения;
- 2) оценка эффективности запасов;
- 3) изучение изменений общих и частных показателей, влияющих на эффективность использования материалов;
- 4) выявление внутренних резервов экономии материальных ресурсов и выработка определенных мер для их дальнейшего использования [1].

В коммерческих организациях РФ существует проблема отсутствия структурирования этапов анализа материально-производственных запасов. Исследователи предлагают провести анализ запасов материалов в несколько этапов. Основываясь на данных таблицы 1, можно сделать вывод, что при большом количестве подходов к анализу материальных запасов не было разработано единой комплексной методологии.

Таблица 1 – Этапы проведения анализа МПЗ по мнению различных авторов

Автор	Наименование предлагаемых этапов
Г. В. Савицкая [1]	1) обеспеченность предприятия материалами; 2) использования материалов; 3) прибыль на рубль материальных затрат
В. Г. Когденко [2]	1) состав и структура МПЗ; 2) динамика изменения МПЗ; 3) длительность нахождения МПЗ на складах; 4) соответствие фактической величины МПЗ их оптимальному объему
Д. А. Ендовицкий [3]	1) состав, структура и динамики изменения МПЗ; 2) потребность в МПЗ; 3) эффективность использования МПЗ
В. А. Чернов [4]	1) состояние товарных запасов; 2) эффективность товарных запасов; 3) факторный анализ товарных запасов; 4) оперативный и сравнительный анализ запасов; 5) имитационный анализ оперативного движения товаров. Определение оптимальных закупок; 6) имитационный анализ управления коммерческими процессами в условиях неопределенности

\*составлено автором на основе трудов ученых [1; 2; 3; 4]

Использование конкретного метода анализа на предприятии напрямую зависит от специфики производства и деятельности. Важно отметить, что для достижения эффективности использования материальных запасов ваш анализ должен носить системный характер. Изучив и систематизировав описанные подходы к анализу материальных запасов, мы считаем необходимым обобщить их в виде следующих шагов на рисунке 1. Обратите внимание, что при этом особое внимание уделяется оценке эффективности использования запасов.

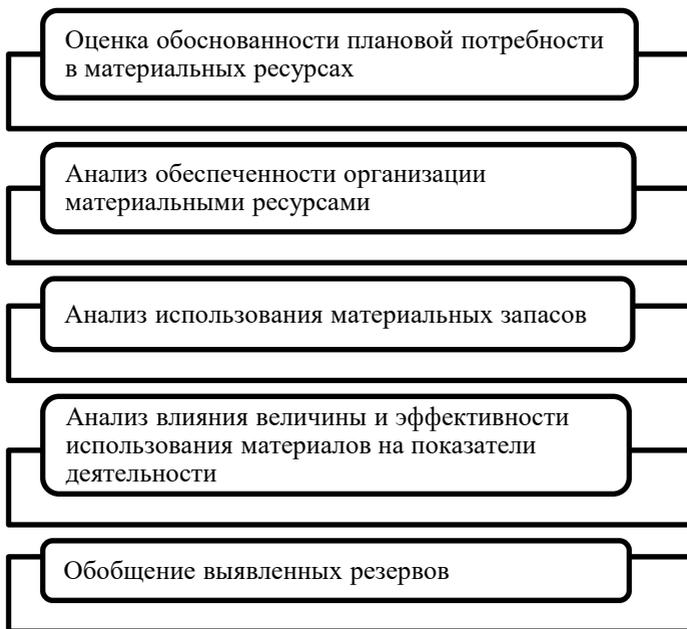


Рисунок 1 – Этапы анализа материально-производственных запасов  
\*составлено автором самостоятельно

Таким образом, несмотря на множество подходов к анализу материально-производственных запасов, коммерческая организация имеет право выбрать подход, который ей подходит.

Большинство коммерческих организаций рассчитывают темпы роста и темпы прироста, чтобы отслеживать динамику роста запасов. На практике этого недостаточно, чтобы точно отслеживать положительную или отрицательную динамику.

Чтобы более точно рассчитать тенденцию развития индикатора, недостаточно изучения фактической динамики. Более эффективным

способом достижения этой цели может быть аналитическая ориентация. Изучая общую тенденцию с помощью аналитической направленности, мы предполагаем, что изменения уровней ряда динамических значений могут быть выражены с определенной степенью точности приближения с помощью определенных математических функций.

Характер уравнения определяется характером динамики развития того или иного явления. На практике, используя существующий временной ряд, он устанавливает представление и определяет параметры функции  $y = f(t)$ , а затем анализирует поведение отклонений от тренда. Чаще всего при выравнивании используются следующие зависимости: линейные, параболические и экспоненциальные.

1. Линейная зависимость используется, когда в исходном ряду динамики происходят более или менее постоянные абсолютные цепные выигрыши, которые не проявляют тенденции ни к увеличению, ни к уменьшению.

2. Параболическая зависимость выбирается в тех случаях, когда абсолютные цепные выигрыши сами по себе признают тенденцию развития, но абсолютные цепные выигрыши абсолютных выигрышей (разница второго порядка) не показывают тенденцию развития.

3. Экспоненциальные зависимости, если в исходном динамическом ряду либо более или менее постоянный относительный рост (стабильность темпов роста цепи, темпов роста, темпов роста), либо, если нет точного постоянства, – стабильность в изменении показателей относительного роста (темпы роста цепи темпов роста цепи).

Во многих случаях моделирование динамических рядов с полиномами или экспоненциальной функцией не дает удовлетворительных результатов, поскольку динамические ряды содержат отчетливые периодические колебания около единой направленности. В данных вариантах нужно применять гармонический анализ (гармоники ряда Фурье). Применение этого метода предпочтительнее, потому что оно определяет закон, по которому можно довольно точно определить значения уровней ряда. Целью аналитического выравнивания динамического ряда является определение аналитической или графической зависимости  $y=f(t)$ . Функцию  $y=f(t)$  устанавливают подобным образом, чтобы она давала содержательное объяснение изучаемого процесса. Функции могут быть различными. Выравнивание по прямой (определение линии тренда) имеет выражение:

$$Y_t = a_0 + a_1 t,$$

где  $t$  – условное обозначение времени;  $a_0$  и  $a_1$  – параметры искомой прямой.

Система уравнений упрощается, если значения  $t$  подобрать так, чтобы их сумма равнялась  $\sum t = 0$ , т. е. начало подсчета времени перенести в середину периода, который рассматривается.

Если перед перемещением точки отсчета  $t. = 1, 2, 3, 4, \dots$ , то затем после переноса:

- если количество уровней ряда нечетное, то

$$t = -4 -3 -2 -1 0 +1 +2 +3 +4;$$

- если число уровней ряда равно четному, то

$$t = -7 -5 -3 -1 +1 +3 +5 +7.$$

Следовательно,  $\sum t$  всегда будет равен нулю в нечетной степени. Анализ эффективности использования материалов включает в себя расчет экономии или перерасход материальных ресурсов, характеризующихся абсолютной и относительной экономией материальных ресурсов. Своевременный экономический анализ материальных оборотных активов необходим для обеспечения текущей деятельности компании необходимыми ресурсами. Кроме того, процесс исследования позволяет выявить причины избыточных запасов или залежей товаров в организации, а также изыскать резервы для повышения эффективности использования материальных ресурсов. Результаты анализа служат основой для разработки и принятия правильных управленческих решений для повышения эффективности компании.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учебник. 5-е изд., перераб. и доп. М. : 2019. 536 с.
2. Когденко В. Г. Экономический анализ : учебное пособие. М. : ЮНИТИ, 2020. 249 с.
3. Ендовицкий Д. А. Системный подход к экономическому анализу активов хозяйствующего субъекта // Экономический анализ: теория и практика, 2019. № 15. С. 5–9.
4. Чернов В. А. Теория экономического анализа : учебник. Москва : Проспект, 2017. 384 с.
5. Разумова Е. В. Приватизация как основной инструмент управления государственной собственностью в России // Финансовая жизнь. 2019. № 1. С. 38–41.

**В. В. Осипова**

*преподаватель специальных дисциплин*

**И. А. Фролова**

*студентка 3-го курса специальности*

*«Экономика и бухгалтерский учёт»*

*ГБПОУ «Лукояновский Губернский колледж», Лукоянов*



## **ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ЗЕРНА В ООО «АГРОЭКОСИСТЕМЫ» ЛУКОЯНОВСКОГО РАЙОНА НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ НА ОСНОВЕ СТАТИСТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ**

В настоящее время следует отметить непрерывно растущую потребность в прогнозах. Под прогнозом понимается научно обоснованное суждение о возможных состояниях объекта в будущем, об альтернативных путях и сроках их достижения. Каждый прогноз разрабатывается с целью добиться ускоренного развития объекта прогнозирования в желательном направлении и избежать нежелательных результатов.

Под прогнозированием понимают научное выявление вероятностных путей и результатов предстоящего развития явлений и процессов, оценку показателей, характеризующих эти явления и процессы для более или менее отдаленного будущего [1].

Для составления каких-либо прогнозов необходимо изучение изменения явлений во времени (динамику). На каждой стадии исследования применяются специфические приемы и способы (методы массовых наблюдений, группировок, обобщающих показателей, табличный метод, метод графических изображений, выравнивание динамических рядов и др.).

Целью данной работы является использование статистических методов прогнозирования на примере производственных показателей конкретного предприятия.

Для реализации названной цели необходимо решить следующие задачи:

- 1) проанализировать динамику основных показателей;
- 2) показать процесс применения статистических методов прогнозирования.

Объектом исследования являются показатели эффективности производства и реализации зерна в ООО «АгроЭкоСистемы» Лукояновского района Нижегородской области.

Для характеристики изменения данных нами взят период с 2015 по 2020 гг. и рассчитаны показатели динамических рядов: темп роста и среднегодовой абсолютный прирост.

В данном предприятии за 6 лет наблюдается увеличение площади сельскохозяйственных угодий на 1 254 га или на 22 %. Среднегодовой абсолютный прирост показывает ежегодное увеличение данной площади в среднем на 251 га. В том числе площадь пашни за анализируемый период увеличилась на 1533 га или на 28 %. Ежегодный прирост составляет в среднем 307 га. Положительным фактом следует выделить ликвидацию залежных земель с 2016 г.

Общая посевная площадь возросла на 3 262 га, прирост за 6 лет составил 89 %. А ежегодно данная площадь увеличивалась в среднем на 652 га. И уже с 2017 г. в хозяйстве наблюдается полное использование пашни под посев, что говорит об интенсивном её использовании.

Известно, что валовое производство зерна зависит от двух основных факторов: посевной площади и урожайности. Рассмотрим изменение данных показателей в хозяйстве, используя линейный метод выравнивания динамических рядов.

Таблица 1 – Динамика показателей производства зерна в ООО «АгроЭкоСистемы» Лукояновского района Нижегородской области

Показатель	Годы					
	2015*	2016*	2017*	2018*	2019*	2020*
Площадь посева, га	3 303	4 740	5 430	5 433	5 000	5 832
Урожайность, ц/га	29,3	19,5	32,0	22,0	23,3	27,8
Валовый сбор, ц	96 723	92642	165 475	94 325	116 414	162 349

\*составлено по данным годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности

Линия тренда на рисунке 1 показывает ежегодное увеличение площади посевов зерновых культур в среднем на 383,66 га, что для предприятия является позитивным моментом.

Линия тренда на рисунке 2 характеризует ежегодное сокращение урожайности зерновых в среднем на 0,17 ц/га. Данный факт является отрицательным.

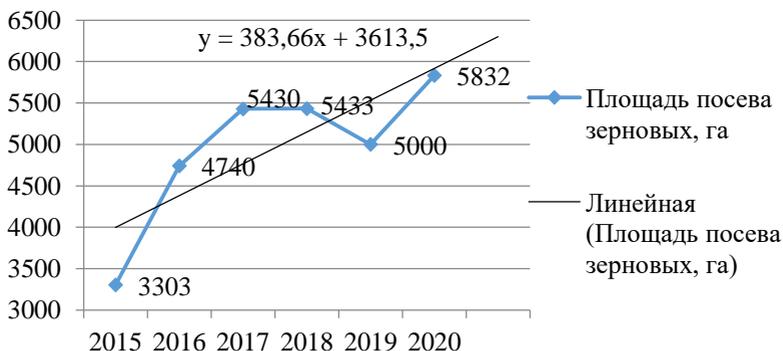


Рисунок 1 – Динамика посевных площадей зерновых культур в ООО «АгроЭкоСистемы» Лукояновского района Нижегородской области, га

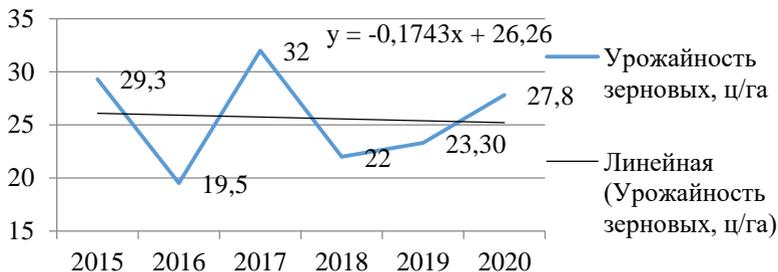


Рисунок 2 – Динамика урожайности зерновых культур в ООО «АгроЭкоСистемы» Лукояновского района Нижегородской области, ц/га

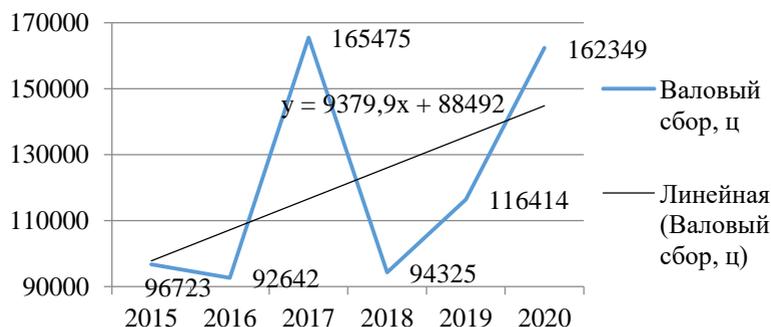


Рисунок 3 – Динамика валового сбора зерновых культур в ООО «АгроЭкоСистемы» Лукояновского района Нижегородской области, ц

Линия тренда на рисунке 3 говорит о ежегодном приросте валового сбора зерна в среднем на 9 379,9 ц, что связано с расширением посевных площадей.

Используя метод выравнивания динамического ряда по уравнению линии тренда ( $y = a + b \cdot x$ ), можно сделать предположение (прогноз) показателей на последующий период.

Таблица 2 – Прогноз производства зерна в ООО «АгроЭкоСистемы»  
Лукояновского района Нижегородской области

Показатель	2020 г.*	Прогноз на 2021 г.**	Отклонение (+/-)**
Площадь посева, га	5 832	6299	467
Урожайность, ц/га	27,8	25,0	-2,8
Валовый сбор, ц	162 349	154 151	-8 198

\*составлено по данным годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности

\*\* авторские расчёты

$$Y = 383,66 \cdot 7 + 3613,5 = 6\,299 \text{ га};$$

$$Y = -0,1743 \cdot 7 + 26,26 = 25 \text{ ц/га};$$

$$Y = 9379,9 \cdot 7 + 88492 = 154\,151 \text{ ц}.$$

Таким образом, с учетом сложившегося тренда можно предположить, что площадь посева увеличится на 467 га и составит 6 299 га. Урожайность снизится на 2,8 ц/га. А валовый сбор уменьшится на 8 198 ц.

Производство и реализация продукции, как правило, связаны с затратами. А чтобы продукция приносила прибыль, необходима более высокая цена по сравнению с себестоимостью.

В ООО «АгроЭкоСистемы» наблюдается ежегодный прирост себестоимости реализованной продукции в среднем на 76,4 руб./ц. А цена возрастает в среднем на 65 руб./ц. В связи с этим происходит ежегодное сокращение прибыли от реализации зерна на 11,4 руб./ц. Рентабельность продаж также сокращается в среднем на 1,74 %.

Используя метод выравнивания динамического ряда по среднегодовому абсолютному приросту ( $Y = Y_0 + A_{\Delta} \cdot t$ ), можно предположить следующие показатели.

$$Y = 681 + 76,4 \cdot 6 = 1\,139 \text{ руб./ц};$$

$$Y = 776 + 65 \cdot 6 = 1\,166 \text{ руб./ц};$$

$$Y = 95 + (-11,4) \cdot 6 = 26,6 \text{ руб./ц};$$

$$Y = 12,2 = (-1,74) \cdot 6 = 1,74 \text{ \%}.$$

Таблица 3 – Динамика эффективности производства и реализации зерна в ООО «АгроЭкоСистемы» Лукояновского района Нижегородской области

Показатель	Год					
	2015*	2016*	2017*	2018*	2019*	2020*
Полная себестоимость 1 ц, руб.	681	712	517	1 265	810	1 063
Цена реализации 1 ц, руб.	776	824	553	716	926	1 101
Прибыль (+), убыток (-) на 1 ц, руб.	95	112	39	-549	116	38
Рентабельность продаж, %	12,2	13,6	7,1	-76,7	12,5	3,5

\*составлено по данным годовой бухгалтерской (финансовой) отчётности

\*\* авторские расчёты

Таблица 4 – Прогноз показателей эффективности производства и продажи зерна в ООО «АгроЭкоСистемы» Лукояновского района Нижегородской области

Показатель	2020 г.*	Прогноз на 2021 г.**	Отклонение (+, -)**
Полная себестоимость 1 ц, руб.	1 063	1 139	76
Цена реализации 1 ц, руб.	1 101	1 166	65
Прибыль (+), убыток (-) на 1 ц, руб.	38	26,6	-11,4
Рентабельность продаж, %	3,5	1,76	-1,74

\*составлено по данным годовой бухгалтерской (финансовой) отчётности

\*\* авторские расчёты

Таким образом, с учетом сложившегося тренда, можно предположить, что полная себестоимость реализованного зерна составит 1 139 руб./ц, цена – 1 166 руб./ц, прибыль на 1 ц – 26,6 руб., а рентабельность – 1,76 %.

На основе анализа данных динамических рядов по производственным показателям ООО «АгроЭкоСистемы» Лукояновского района Нижегородской области выявлено:

- ежегодное увеличение посевных площадей в целом и в том числе зерновых культур за счёт роста распаханности земель;
- ежегодный прирост валового сбора зерна, несмотря на незначительное сокращение урожайности;

- прирост полной себестоимости и цены реализации зерна;
- сокращение прибыли от реализации на 1 ц зерна и рентабельности продаж.

Исходя из тренда показателей, на будущий период прогнозируется снижение эффективности производства и реализации зерна.

Улучшить показатели эффективности производства и реализации зерна в ООО «АгроЭкоСистемы» можно за счёт увеличения урожайности и цены реализации, сокращения затрат на производство.

### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Статистические методы прогнозирования [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=663243>
2. Годовая бухгалтерская отчётность ООО «АгроЭкоСистемы» Лукояновского района Нижегородской области за 2015–2020 гг.



## **СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В СФЕРЕ БЫТОВЫХ УСЛУГ**

На протяжении последних десятилетий, с развитием рыночных отношений в экономике, конкуренция, как саморегулирующий элемент рыночного механизма, стала неотъемлемой частью эффективного функционирования рыночной системы, позволяя не только оценить «степень соперничества» производителей и потребителей на рынке, но и охарактеризовать отраслевую принадлежность рынка.

Конкуренция, как экономическая категория, выступает одной из главных движущих сил на рынках товаров и услуг. Согласно финансовому словарю, конкуренция – это такой процесс взаимодействия субъектов рынка в экономике, при котором борьба этих субъектов (рыночных организаций) приводит к улучшению сбыта продукции более успешного, сильного, передового (конкурентоспособного) предприятия. Развитие конкуренции на рынке, помимо возможности увеличения каналов сбыта, позволяет более конкурентоспособному предприятию получить возможность наиболее детально изучить потребности потенциальных потребителей и занять более высокую ступень на рыночной нише [1].

В экономической теории выделяют такое понятие, как «деловая конкуренция». Согласно Закону РФ от 26.07.2006 г. № 135 ФЗ «О защите конкуренции», а также мнению ученых, занимающихся вопросами конкуренции на рынке, деловая конкуренция подразумевает под собой процесс взаимодействия хозяйствующих субъектов, которые собственным влиянием на рынок способствуют обращению товаров и услуг, при этом каждый из субъектов имеет возможность ограничивать действия конкурента на спрос и предложение на рынке. Таким образом, «деловая конкуренция» позволяет оценить степень зависимости рыночных условий от модели поведения отдельных участников рынка [2].

Участвуя в конкурентной борьбе, организации вырабатывают способность противостоять воздействию своих соперников. Такая черта в научной среде называется конкурентоспособностью.

Вопросам конкурентоспособности организаций на рынке в общепринятом виде посвящено большое количество исследований.

Так, по мнению М. Портера, конкурентоспособность (для фирм) означала возможность конкурировать на мировом рынке при наличии глобальной стратегии. Для многих конгрессменов конкурентоспособность показывала положительный внешнеторговый баланс. Для некоторых экономистов конкурентоспособность отражала низкие производственные затраты на единицу продукции, приведенные к обменному курсу [3, с. 17]. В своем труде «Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран» автор на примере развития государств исследует различные концептуальные основы конкуренции и конкурентоспособности в мире.

Изучая многочисленные теории и взгляды ученых, касающиеся вопросов конкуренции и конкурентоспособности, М. Портер пришел к мнению, что конкурентоспособность определяется в первую очередь результативностью деятельности предприятия, при этом говоря о том, что конкурентоспособность организации обусловлена эффективностью использования ее ресурсов, которые впоследствии влияют на общий результат хозяйственной деятельности фирмы.

Исследованиями конкурентоспособности на макроуровне занимался и отечественный экономист Завьялов П. Свой труд «Конкурентоспособность и маркетинг» автор посвятил изучению возможностей государства противостоять конкуренции на международном рынке. Завьялов П. выделял следующую сущность понятия «конкурентоспособность».

Конкурентоспособность, по П. Завьялову, – это концентрированное выражение экономических, научно-технических, производственных, организационно-управленческих, маркетинговых и иных возможностей страны, которые реализуются в товарах и услугах, успешно противостоящих конкурирующим аналогам как на внутреннем, так и на внешнем рынке [4].

Изучением конкурентоспособности на микро-, мезо- и макроуровне занимались также М. Гельвановский и Жуковская В. Ученые объясняют конкурентоспособность в своем труде «Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях» как процесс обладания какого-либо объекта некими свойствами, которые дают преимущества для субъекта экономического соревнования над другими

субъектами этого же противостояния, выступающими его соперниками [5].

Предметно рассматривали конкурентоспособность на организационном уровне Хруцкий В. Е., Корнева И. В. По мнению авторов, конкурентоспособность в организации – это некая способность эффективно функционировать на рынке, успешно проводить операции на конкретном регионе сбыта в определенный период времени, выпуская на рынок товары и услуги, отвечающие основным характеристикам, которые подтверждают конкурентоспособность данных товаров [6].

Исследованиями конкурентоспособности на уровне организации также занимались Яшин Н. С. и Фатхутдинов Р. А.

Анализируя конкурентоспособность промышленного предприятия, его методологию, оценку, регулирование, Яшин Н. С. говоря о вопросах конкурентоспособности, сформулировал два подхода к трактовке данного определения. Первый подход раскрывает сущность конкурентоспособности, как набора конкретных качеств и характеристик, которые описывают внутреннюю среду организации, уровень ее производственных возможностей, научно-техническую оснащенность, кадровый потенциал и т. д. Второй подход характеризует внешнюю среду организации, а именно социально-экономические факторы, которые способствуют фирме производить наиболее востребованную на рынке продукцию, которая удовлетворяла бы потребности населения и по ценовым характеристикам и не по ценовым и могла бы соперничать с товарами-конкурентами. Главный критерий конкурентоспособности, по мнению Яшина Н. С., – это эффективность деятельности организации [7].

Фатхутдинов Р. А. в своем труде «Управление конкурентоспособностью организации» придерживался таких же взглядов в определении сущности конкурентоспособности, что и Яшин Н. С. Автор отождествлял с данным понятием определенную совокупность свойств объекта, которые могли бы дать характеристику степени удовлетворенности населения конкретной потребностью, с учетом наличия подобных свойств у аналогичных объектов-конкурентов на данном рынке и возможностью противостоять им [8].

Все авторы рассматривали понятие «конкурентоспособность» в разрезе различных уровней, в зависимости от того, что являлось предметной областью, в рамках которой изучалось данное качество. Многие ученые рассматривали конкурентоспособность товара, фирмы, отрасли, региона и наконец конкурентоспособность страны. Совокупность уровней образуют пирамиду конкурентоспособности.

Между понятиями конкурентоспособности на разных уровнях существует тесная взаимосвязь и взаимозависимость. В частности, страновая и отраслевая конкурентоспособность в итоге зависят от способности конкретных товаропроизводителей выпускать конкурентоспособные товары. Но, с другой стороны, выпуск конкурентоспособной продукции может осуществляться в условиях, созданных для товаропроизводителей в отрасли и в стране в целом, т. е. конкурентоспособность объектов каждого нижестоящего уровня является фактором конкурентоспособности объектов всех вышестоящих уровней. В свою очередь, объекты вышестоящих уровней создают условия, обеспечивающие конкурентоспособность объектов на нижних уровнях. Вместе с тем между понятиями конкурентоспособности различных уровней существуют принципиальные различия [9].

К примеру, самая большая разница между уровнями, на которых исследуется конкурентоспособность, является целенаправленность функций объектов, входящих на данный уровень. На каждом уровне свои цели и задачи, а соответственно, и конкурентоспособность оценивается, в связи с этим и имеет свои особенности, как, в сущности, самого понятия «конкурентоспособность», так и в ее содержании. Также значительной отличительной чертой, которая закладывается в сущность понятия «конкурентоспособность», на каждом из уровней «пирамиды конкурентоспособности» является то, что все объекты имеют разные уклады хозяйствования, со своими уникальными структурой и моделью развития, имеют различие в масштабах хозяйствования, экономическом потенциале.

Таким образом, конкурентоспособность выступает гибким показателем, которое может быть применено к любому уровню экономики и в любых сферах деятельности. Но все же учёные склоняются к экономической сущности «конкурентоспособности» и применяют ее, в частности, к экономическим объектам, к-примеру товара, или услуги.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Конкуренция. Финансовый словарь [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://utmagazine.ru/posts/9929-konkurenciya> (Дата обращения 13.12.2017).

2. Закон РФ от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред.29.07.2017) «О защите конкуренции». Консультант плюс [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_61763/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763/) (Дата обращения 13.12.2017).

3. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран. М. : Междунар. отношения, 1993. 896 с.

4. Завьялов П. Конкурентоспособность и маркетинг // Рос. экон. журн. 1995. № 12.
5. Гельвановский М., Жуковская В., Трофимова И. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях // Рос. экон. журн. 1998. № 3. С. 34.
6. Хруцкий В. Е., Корнеева И. В. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка. М. : Финансы и статистика, 2005. 560 с.
7. Яшин Н. С. Конкурентоспособность промышленного предприятия: методология, оценка, регулирование. Саратов : СГЭА, 2004. 248 с.
8. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации : учеб. пособие. М. : ЭКСМО, 2005. 544 с.
9. Философова Т. Г., Быков В. А. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность : учеб. пособие / Под ред. Т. Г. Философовой. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. 295 с.

**Н. П. Сидорова**

*к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

**А. В. Шохов**

*обучающийся 2-го курса Института экономики и управления*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, Княгинино*



**ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ЕДИНОЙ  
СИСТЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ  
ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ «БЕЗОПАСНЫЙ ГОРОД»  
В ЕДИНЫХ ДЕЖУРНО-ДИСПЕТЧЕРСКИХ СЛУЖБАХ  
МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ**

В настоящее время не определена ответственность за создание системы, определяющей безопасную жизнедеятельность в муниципальных образованиях, отсутствует единый орган управления, оператор либо компания для осуществления управленческих функций.

Системы Единых дежурно-диспетчерских служб (далее – ЕДДС) созданы как интегрированные информационные системы, сопрягающие всю инженерную инфраструктуру муниципалитетов [1].

Необходимо отметить, что вопросы, связанные с созданием единого правового поля, позволяющего обеспечить процесс бесперебойного информационного потока в каналах единых дежурно-диспетчерских служб муниципальных образований в рамках проведения единой государственной политики в области развития единой системы обеспечения общественной безопасности, правопорядка и безопасности среды жизнедеятельности «Безопасный город» и выработать обоснованный оперативный вариант управленческого решения, изучены не в полной мере.

Уменьшение численности перерывов и временных интервалов в процессе обработки информации в Единых дежурно-диспетчерских службах муниципальных образований является основной целью [2].

Для достижения цели сделано заключение по нормативно-правовому регулированию процесса бесперебойного информационного потока в каналах связи ЕДДС муниципальных образований в рамках проведения единой государственной политики в области развития

единой системы обеспечения общественной безопасности, правопорядка и безопасности среды жизнедеятельности «Безопасный город».

Процесс бесперебойного информационного потока в каналах единых дежурно-диспетчерских служб муниципальных образований (рис. 1) направлен на реализацию единой системы обеспечения общественной безопасности, правопорядка и безопасности среды жизнедеятельности «Безопасный город» [3].

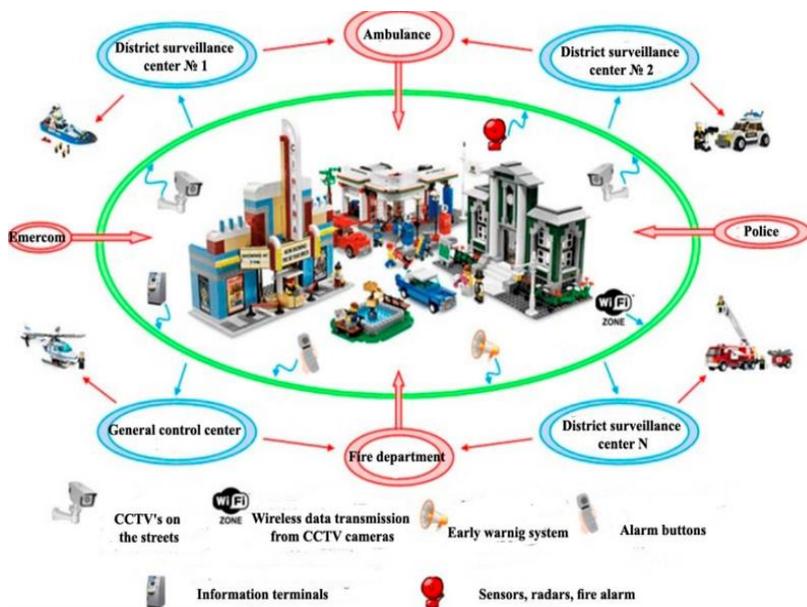


Рисунок 1 – Схема бесперебойного информационного потока в каналах единых дежурно-диспетчерских служб муниципальных образований, обусловленного реализацией Концепции построения и развития аппаратно-программного комплекса «Безопасный город»\*  
\*составлено на основе материалов из Сендайской рамочной программы по снижению риска бедствий в Российской Федерации [4]

Основной идеей настоящего материала является формирование законодательной базы, определяющей порядок создания, развития и функционирования единой системы обеспечения общественной безопасности, правопорядка и безопасности среды жизнедеятельности «Безопасный город» (далее – Единая система «Безопасный город»), а также координации деятельности сил и служб, ответственных за решение задач обеспечения общественной безопасности, правопорядка и

безопасности среды жизнедеятельности, с учетом отечественной и зарубежной практики. Нормативно-правовая база будет направлена на устранение правовых пробелов и противоречий, имеющих в сфере обеспечения общественной безопасности, правопорядка и безопасности среды жизнедеятельности. Она создаст правовой механизм взаимодействия всех субъектов, задействованных в сфере обеспечения общественной безопасности, правопорядка и безопасности среды жизнедеятельности посредством единой информационной платформы как на федеральном, региональном, так и местном уровне, а также интеграции информационных ресурсов различных органов государственной власти и местного самоуправления.

Предметом правового регулирования законодательной базы являются общественные отношения, возникающие при создании, эксплуатации, развитии и модернизации Единой системы «Безопасный город», также вопросы информационного взаимодействия систем, содержащих и обрабатывающих информацию в сфере общественной безопасности, правопорядка и безопасности среды жизнедеятельности.

В правовом поле необходимо определить:

- правовой статус и назначение Единой системы «Безопасный город»;

- понятийный аппарат, в том числе «Единая система «Безопасный город», «безопасность среды жизнедеятельности», «общественная безопасность и правопорядок», «оператор Единой системы «Безопасный город»» и другие;

- структуру Единой системы «Безопасный город» как совокупности государственных, муниципальных и иных информационных систем, созданных в сфере общественной безопасности, правопорядка и безопасности среды жизнедеятельности, создаваемых различными органами управления;

- разграничения полномочий органов власти в части создания и функционирования Единой системы «Безопасный город»;

- порядок финансирования, связанного с формированием и функционированием аппаратно-программного комплекса «Безопасный город».

Действие настоящей нормативно-правовой базы должно распространяться на федеральные органы исполнительной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления и организации независимо от их организационно-правовой формы (далее – организации), в полномочия которых входит решение вопросов в области обеспечения общественной безопасности, правопорядка и безопасности среды жизнедеятельности.

Обеспечение жизнедеятельности в рамках Единой системы «Безопасный город» будет осуществляться с помощью информационных систем в составе аппаратно-программного комплекса «Безопасный город» (далее – АПК «Безопасный город»). В соответствии с законопроектом с помощью АПК «Безопасный город» будет осуществляться сбор, формирование, обработка, передача или прием информации о состоянии общественной безопасности, правопорядка и безопасности среды жизнедеятельности, мерах по ее укреплению, а также межведомственное взаимодействие при предупреждении и ликвидации явлений природного и техногенного характера, представляющих опасность для окружающих.

В состав АПК «Безопасный город» войдут как созданные, так и создаваемые государственные, муниципальные и иные информационные системы в сфере обеспечения общественной безопасности, правопорядка и безопасности среды жизнедеятельности. Полномочием по определению перечня государственных, муниципальных и иных информационных систем в сфере обеспечения общественной безопасности, правопорядка и безопасности среды жизнедеятельности систем должно наделяться Правительство Российской Федерации.

В состав Единой системы «Безопасный город» войдут также уже созданные системы видеонаблюдения отдельных предприятий и организаций с целью обеспечения эффективности расследования аварий и инцидентов, а также обеспечения правопорядка и безопасности среды жизнедеятельности.

В целях создания условий для повышения общего уровня общественной безопасности, правопорядка и безопасности среды жизнедеятельности, обеспечения модернизации и инновационного развития, эффективности управления государственным имуществом, осуществления контрольных, управленческих и иных общественно полезных функций и полномочий в НПА необходимо предусмотреть создание публично-правовой компании «Безопасный город» (далее – компания).

Данная организация создается на федеральном уровне в рамках Федерального закона № 236-ФЗ для обеспечения координации деятельности органов публичной власти и организаций в области межведомственного и межсистемного взаимодействия в сфере обеспечения общественной безопасности, правопорядка и безопасности среды жизнедеятельности, осуществления управленческих и иных общественно полезных функций в соответствии с федеральными законами, нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации и уставом компании [5].

К основным функциям компании будут относиться:

- обеспечение создания и функционирования государственных информационных систем в составе АПК «Безопасный город» в целях консолидации и сквозной обработки данных;

- формирование на базе государственных информационных систем АПК «Безопасный город» единого информационного пространства для межведомственного и межсистемного взаимодействия органов публичной власти и организаций в рамках мероприятий, направленных на обеспечение общественной безопасности, правопорядка и безопасности среды жизнедеятельности;

- участие в разработке стандартов, правил и регламентов межведомственного и межсистемного информационного обмена в области обеспечения общественной безопасности, правопорядка и безопасности среды жизнедеятельности;

- осуществление функции оператора государственных информационных систем в составе АПК «Безопасный город».

Законодательная база имеет принципиальное значение для повышения качества среды обитания. Принятие её позволит внести дополнительный вклад в создание правовых условий для развития единой системы обеспечения общественной безопасности, правопорядка и безопасности среды жизнедеятельности, обеспечит удобные для участников правовых отношений формы взаимодействия.

Правовые документы не могут противоречить положениям Договора о Евразийском экономическом союзе, а также положениям иных международных договоров Российской Федерации [6]. Международными договорами Российской Федерации не предусмотрен запрет на создание единой системы обеспечения общественной безопасности, правопорядка и безопасности среды жизнедеятельности, основанной на взаимодействии информационных ресурсов в области обеспечения общественной безопасности, правопорядка и безопасности среды жизнедеятельности, организационных структур, обеспечивающих сбор, обработку, хранение, распространение, поиск и передачу информации в данной области.

Принятие НПА не повлияет на реализацию основных мероприятий и достижение показателей государственных программ Российской Федерации.

В ней не должны устанавливаться требования, которые связаны с осуществлением предпринимательской и иной экономической деятельности и оценка соблюдения которых осуществляется в рамках государственного контроля (надзора), муниципального контроля, привлечения к административной ответственности, предоставления ли-

цензий и иных разрешений, аккредитации, оценки соответствия продукции, иных форм оценки и экспертизы, о соответствующем виде государственного контроля (надзора), виде разрешительной деятельности и предполагаемой ответственности за нарушение обязательных требований или последствиях их несоблюдения.

Принятие решений по финансированию не потребует значительного увеличения расходов бюджетов бюджетной системы Российской Федерации, так как финансовое обеспечение мероприятий, связанных с функционированием системы «Безопасный город», будет осуществляться в соответствии с принятыми расходными обязательствами, а также за счет привлечения средств в рамках государственно-частного партнерства.

Делая вывод, необходимо обратить внимание органов законодательной власти на принятие соответствующей нормативно-правовой базы с целью инновационного развития системы координации и оперативного получения экстренной информации «Безопасный город» в ЕДДС муниципальных образований.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Единые требования к техническим параметрам сегмента аппаратно-программного комплекса «Безопасный город». Утверждены 29.12.2014 года.

2. Мальцев А. В., Бабкин С. А., Чимаров Н. В. Особенности организации центра мониторинга АПК «Безопасный город» г. Воронежа // Современные технологии гражданской обороны и ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций. Воронеж, 2018. С. 287–289.

3. Концепция построения и развития аппаратно-программного комплекса «Безопасный город», утвержденная распоряжением Правительства РФ № 2446-р от 03.12.2014.

4. Олтян И. Ю., Арефьева Е. В., Крапухин В. В., Верескун А. В., Котосонова М. Н., Балер М. А. Реализация Сендайской рамочной программы по снижению риска бедствий в Российской Федерации. Итоги пятилетия : Учебное пособие. М. : ФГБУ ВНИИ ГОЧС (ФЦ), 2021. 344 с.

5. Федеральный закон от 3 июля 2016 г. № 236-ФЗ «О публично-правовых компаниях в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»

6. Договор о Евразийском экономическом союзе (Подписан в г. Астане 29.05.2014).

**Н. П. Сидорова**

*к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

**М. А. Шохова**

*обучающаяся 2-го курса Института экономики и управления*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, Княгинино*



## **ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ КОМИССИЙ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАВ ГРАЖДАН РФ**

Из Конституции Российской Федерации следует, что избиратель – это основной участник избирательного процесса, который совместно с другими гражданами Российской Федерации является единственным источником власти [1]. Согласно Федеральному закону «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан РФ» (далее – Закон) гражданин РФ включается в список избирателей на основании регистрации его в как избирателя [2].

По заготовленным спискам избирателей определяется количество бюллетеней для голосования, по результату выданных осуществляется подсчет проголосовавших, после чего формируются результаты голосования. За счет участия в выборах жители реализуют право на голосование. В соответствии с Законом избирателю необходимо заполнить бюллетень по месту жительства, где его включили в список избирателей. При невозможности нахождения его в период проведения выборов по месту жительства не допустимо исключать его из участия в выборах. Закон предусматривает в таких ситуациях некоторые условия, дополняющие права избирателей на участие в голосовании.

При этом в Федеральном законе «О выборах Президента РФ» законодатель учел возможность проголосовать по месту нахождения гражданина во время прохождения выборов [3]. В современных условиях такая возможность становится доступной при условии создания электронного варианта заполнения бюллетеня.

Прогрессирующее совершенствование деятельности избирательных комиссий, использование современных информационных технологий в избирательном процессе не привели к резкому увеличению явки граждан РФ на выборах. Немалую озабоченность вызывают

права отдельных категорий избирателей, их голосование затруднено вследствие возрастных особенностей, состояния здоровья, проживания или временного нахождения за границей, временного ограничения свободы и по другим основаниям.

Очевидно, что избирательное законодательство не отражает особенности правового положения избирателей. Поэтому у граждан не просматривается повышение интереса к участию в выборах.

Кроме этого в избирательных комиссиях проявляется проблема доступности избирательных участков для граждан РФ, проживающих или временно находящихся за границей, а также для нетранспортных граждан.

Поэтому при изучении особенностей правового регулирования избирательного права избирательных комиссий в настоящее время является своевременным процесс его совершенствования.

Необходимо внести такие изменения, которые установят нормы таким образом, когда правовое положение отдельных категорий граждан и общий порядок голосования будет отрегулированы.

Вместе с тем необходимо сформулировать в нормативно-правовой базе РФ дополнительные меры ответственности за нарушение установленных конституционных прав всех категорий избирателей.

Данные предложения совершенствования избирательных норм в сфере избирательного права граждан позволят повысить эффективность отношений к выборам, установить правопорядок при осуществлении избирательных прав граждан.

Дистанционное голосование существенно повысило электоральную активность в регионах, позволило избежать ошибок при заполнении формы бюллетеня, не допустить искажения результатов голосования, оптимизировать затраты на проведение избирательного процесса.

Электронное голосование на территории страны предоставит возможность избирателям на реализацию своего конституционного права избирать удаленно, независимо от своего места нахождения (например, на судах дальнего плавания, при исполнении служебных обязанностей за пределами страны, на лечении).

## ЛИТЕРАТУРА

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 01.07.2020 № 11-ФКЗ).

2. Федеральный закон от 12.06.2002 № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме гражд-

дан Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ 17.06.2002, ст. 2253.

3. Федеральный закон от 1 июня 2017 г. № 103 «О внесении изменений в Федеральный закон «О выборах Президента РФ».

4. Электронный источник Интернет-издания «Статистика и показатели» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rosinfostat.ru/invalidy/>

5. Бандикян М. Д. Влияние принципов всеобщего и равного избирательного права на реализацию гражданами РФ активного избирательного права // Закон и право. 2017. № 9. С. 33–35.

**О. А. Фролова**

*д.т.н., профессор кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»*

**И. Д. Яшина**

*студентка 1-го курса Института экономики и управления*

*ГБОУ ВО НГИЭУ, Княгинино*



**ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ  
И МУНИЦИПАЛЬНЫХ ЗАКУПОК В СФЕРЕ  
ПРИМЕНЕНИЯ ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗАКОНА  
ОТ 05.04.2013 № 44-ФЗ «О КОНТРАКТНОЙ СИСТЕМЕ  
В СФЕРЕ ЗАКУПОК ТОВАРОВ, РАБОТ, УСЛУГ  
ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ  
И МУНИЦИПАЛЬНЫХ НУЖД»**

Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 № 44-ФЗ (44-ФЗ) регулирует условия и порядок заключения сделок по приобретению товаров, выполнению работ, оказанию услуг, где одной из сторон выступает орган публичной власти [1]. Данный закон направлен на регулирование отношений, возникающих при обеспечении государственных и муниципальных нужд, а именно повышения эффективности, результативности осуществления закупок.

Актуальность применения 44-ФЗ заключается в снижении коррупции в стране путем прозрачности и повышения эффективности использования бюджетных средств. Федеральный закон базируется на положениях Конституции Российской Федерации, Гражданского кодекса Российской Федерации, Бюджетного кодекса Российской Федерации. Открытость и прозрачность информации обеспечивается посредством размещения ее в единой информационной системе (ЕИС). 44-ФЗ охватывает весь цикл осуществления государственных закупок от планирования до заключения и исполнения государственных контрактов.

В последние годы государственным и муниципальным закупкам уделяется повышенное внимание. Выполнение государственными (муниципальными) учреждениями своих задач в управлении, военной

сфере, здравоохранении, спорте, образовании и т. д., требует значительного финансирования за счет бюджета (рисунок 1).



Рисунок 1 – Сведения об объеме финансового обеспечения планов-графиков соответственно годам [2]

В разрезе уровней заказчиков

12 тыс. (7 %) планов-графиков с общим объемом 3,4 трлн рублей (31 %) было размещено заказчиками федерального уровня;

33 тыс. (18 %) планов-графиков с общим объемом 4,9 трлн рублей (45 %) было размещено заказчиками регионального уровня;

132 тыс. (75 %) планов-графиков с общим объемом 2,6 трлн рублей (24 %) было размещено заказчиками муниципального уровня [2].

Сфера государственных закупок призвана обеспечить нужды государственных и муниципальных органов для исполнения ими своих задач и функций. Государственные закупки оказывают определяющее влияние на выполнение основных функций государства и реализацию приоритетных национальных проектов (рисунок 2).

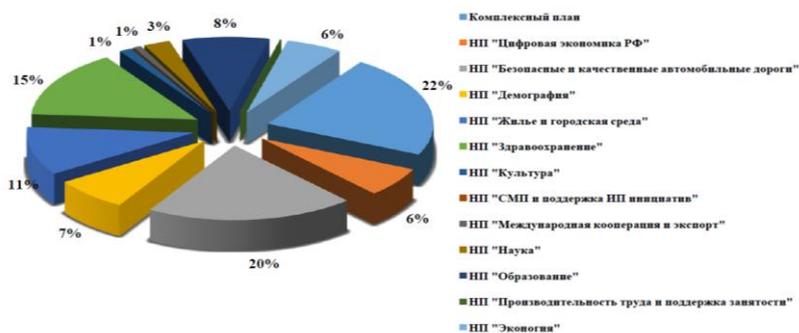


Рисунок 2 – Объем финансового обеспечения национальных проектов в планах-графиках за 2020 год [2]

Эффективное расходование бюджетных средств является на сегодняшний день самой актуальной темой для всех стран, а оптимизация

процесса государственных закупок занимает одно из важнейших мест в списке при решении вопроса об эффективном использовании бюджетных средств.

При осуществлении государственных и муниципальных закупок контрактная система рассматривается как аппарат, направленный на экономию бюджетных средств при обеспечении заказчиков качественными товарами, работами и услугами. Однако 44-ФЗ по-прежнему не решает многие проблемы, существующие в сфере государственных и муниципальных закупок. Наиболее актуальными проблемами, связанными с организацией закупок, на сегодняшний день, на мой взгляд, являются: проблемы при планировании закупок, неэкономное расходование бюджетных средств государственными органами при проведении закупок, установка требований по проведению закупочной деятельности к заказчикам, злоупотребление закупками у единственного поставщика. Стоит также отметить, что в закупках по-прежнему продолжает присутствовать коррупционный фактор, несмотря на всю открытость и гласность проводимых конкурентных процедур [3]. Не секрет, что сфера государственных закупок является сферой, связанной с многочисленными рисками, в том числе коррупционными. Закупочная деятельность имеет ряд особенностей, которые влияют на выбор поставщика. Как только меняется законодательство, схемы распределения крупных заказов видоизменяются. Таких схем много, и приспособлены они к изменениям законодательства очень умело. В данной сфере действуют рыночные законы, согласно которым каждое преступление (в данном случае сговор между заказчиком и поставщиком, подрядчиком, исполнителем) имеет цену [5]. Так же имеет место несовершенство финансового контроля при осуществлении закупок в соответствии с 44-ФЗ [4].

С целью решения данных проблем предлагается внести ряд поправок в Федеральный закон, направленных на:

- совершенствование механизма планирования закупок;
- оптимизацию процедур закупок;
- повышение взаимной ответственности заказчиков и исполнителей контрактов;
- оптимизацию полномочий контрольных органов в сфере закупок;
- развитие функциональных возможностей ЕИС;
- повышение эффективности противодействия коррупции в сфере закупок.

Подводя итог всему вышеизложенному, следует заметить, что в настоящее время накопилось множество проблем и нюансов, связанных с участием в торгах при поставке товаров, выполнении работ и

оказании услуг для государственных и муниципальных нужд. Необходимо систематизировать и упростить участие в государственных торгах как для самих заказчиков, так и для участников закупок.

Какаясь вышеизложенных проблем контрактной системы РФ, можно много говорить и об иных казусах правового регулирования, появляющихся по мере применения данных изучаемых закупочных процедур. Проблема правового регулирования отечественной контрактной системы является основополагающим звеном в системе всего российского законодательства, которому необходимо своевременно подойти к данным проблемам и воплотить недостающие моменты для усовершенствования контрактных правоотношений РФ.

Дальнейшее совершенствование системы государственных и муниципальных закупок тесно связано с развитием технологий, в первую очередь, информационных, и внедрением их в практику бюджетных организаций. При этом контроль целевого использования бюджетных средств по-прежнему остается ведущим приоритетом.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Федеральный закон от 05.04.2013г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ и услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».

2. Сводный аналитический отчёт по результатам осуществления мониторинга закупок, товаров, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд в соответствии с Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» по итогам 2020 года / Минфин России официальный сайт. URL: [https://minfin.gov.ru/ru/performance/contracts/purchases/?id\\_38=133458-svodnyi\\_analiticheskii\\_otchet\\_po\\_rezultatam\\_osushchestvleniya\\_monitoringa\\_zakupok\\_tovarov\\_uslug\\_dlya\\_obespecheniya\\_gosudarstvennykh\\_i\\_munitsipalnykh\\_nu#](https://minfin.gov.ru/ru/performance/contracts/purchases/?id_38=133458-svodnyi_analiticheskii_otchet_po_rezultatam_osushchestvleniya_monitoringa_zakupok_tovarov_uslug_dlya_obespecheniya_gosudarstvennykh_i_munitsipalnykh_nu#).

3. Министерство финансов РФ признало ведомственный контроль в сфере закупок товаров, работ и услуг для обеспечения федеральных нужд в отношении своих подведомственных ФГУ коррупционно-опасной функцией // Минфин России. URL: [https://www.minfin.ru/ru/document/?id\\_4=104613&area\\_id=2104&popup=Y#](https://www.minfin.ru/ru/document/?id_4=104613&area_id=2104&popup=Y#).

4. Строганов А. А. Госзаказ и контроль за его размещением. М. : ИД «Юриспруденция», 2010. 208 с.

5. Овсипян М. В. Проблемы организации государственных и муниципальных закупок // Международный научно-исследовательский журнал. 2017. № 9–1. С. 31–33.

Научное издание

**Учетно-аналитические инструменты  
развития цифровой экономики**

II Международная научно-практическая конференция

II ТОМ

Материалы и доклады

Корректор Т. А. Быстрова

Подписано в печать 29.12.2021.

Формат 60×90, 1/16. Бумага писчая. Гарнитура Times New Roman.

Усл. печ. л. 12,47. Уч.-изд. л. 9,59. Тираж 50 экз. Заказ 31.

---

Отпечатано в ИПЦ НГИЭУ с оригинал-макета  
606340, Нижегородская область, г. Княгинино, ул. Октябрьская, 22а