

Научные записки ОрелГИЭТ

№2(14)

Март 2016 г.

Журнал издается под эгидой
Совета молодых ученых Орел ГИЭТ

Издается с мая 2010 г. Выходит 6 раз в год.

Подписка во всех отделениях связи по объединенному каталогу
«Пресса России» (индекс Е13171)

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций.

Свидетельство о регистрации:
ПИ № ФС 77-39504 от 22 апреля 2010 г.

Учредитель: ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт
экономики и торговли»
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

Издатель: ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт
экономики и торговли»
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

При перепечатке ссылка на издание обязательна

Журнал включен в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей

Главный редактор:

Воронкова И.Е. доктор исторических наук, профессор
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

Редакционный совет:

Дли М.И. доктор технических наук, профессор
Филиал ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский университет «МЭИ» в г. Смоленске

Зубцов Ю.Н. доктор медицинских наук, профессор
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

Лисичкин В.Г. доктор технических наук, доцент
ГКОУ ВПО «Академия Федеральной службы охраны Российской Федерации»

Лозенко В.К. доктор технических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский университет «МЭИ»

Паршутина И.Г. доктор экономических наук, профессор
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

Рисин И.Е. доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ
ФГБОУ ВПО «Воронежский государственный университет»

Шманев С.В. доктор экономических наук, профессор
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

Чечкин А.В. доктор физико-математических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

Ответственный редактор:

Жучков А.А. кандидат технических наук, доцент
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

Литературный редактор:

Зайцева Н.Н. старший преподаватель
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

Технический редактор:

Смагина И.В. кандидат экономических наук, доцент
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

Переводчик:

Лепешкина Г.Г. старший преподаватель
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

Редакция журнала «Научные записки ОрелГИЭТ»:

302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

Телефон: (486) 434095

E-mail: almanah-ogiet@mail.ru

© ОрелГИЭТ, 2016

Подписано в печать 29.03.2016 г. Заказ №9

Формат 60х84 $\frac{1}{8}$ Бумага писчая

Гарнитура «Times New Roman». Объем 25 п.л. Тираж 1000 экз.

Цена свободная

Отпечатано с готового оригинал-макета

на полиграфической базе ОрелГИЭТ

302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

СОДЕРЖАНИЕ

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ, АУДИТ И СТАТИСТИКА

Буслаева М.О. Особенности формирования отчетности субъектами малого предпринимательства	6
Якушенко В.М., Ханенко М.Е. Использование метода direct costing в управленческом учете	11
Петрова Ю.М. Функциональная роль дебиторской задолженности в механизме управления оборотным капиталом	16
Ильина А.Д. Особенности формирования бухгалтерской отчетности при реорганизации в форме слияния	21
Маклакова М.Е., Ханенко М.Е. Составление управленческого баланса по видам деятельности	26
Сушкина Т.С., Лытнева Н.А. Финансовая устойчивость предприятия: оценка и принятие решений	30
Тюрин В.В. Сущность отчёта о финансовых результатах и методика его составления	34
Фролова Л.О. Особенности формирования промежуточной бухгалтерской отчетности	38

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

Семенова С.Ю. Роль упаковки в маркетинге	44
Кондрашова А.В. Управление издержками как фактор повышения конкурентоспособности компании	49
Киселев И.О., Ершова Е.А. Социально-психологический климат как элемент формирования корпоративной культуры	52
Павлова Н.А. Стандартизация косметических товаров	57
Денисова И.Д. Традиционные и новые медиа: роль в рекламном рынке России и перспективы развития	62
Димитрова Е.В. Имидж делового человека	65

Семенова С.Ю. Тенденции российской индустрии упаковки	67
Скворцова Н.А., Ясакова А.В., Курпатова А.С. Влияние рекламной деятельности на подсознание покупателя в сфере торгового дела	72

МИРОВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Дерменжи М.И., Крылова А.В. Анализ угроз при сокращении экспорта топливно-энергетических ресурсов для России	77
Богачева В.В., Сафронов А.В., Мазур Л.В., Боброва Е.А. Влияние геополитической нестабильности на капитализацию корпораций на примере ПАО «Газпром»	81
Пархоменко А.И., Переварихина А.А. Современное состояние мясной индустрии в Орловской области	86
Наривончик Д.А., Кукло И.А. Инвестиционный меморандум как инструмент реструктуризации региона	90

ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ

Парушина Н.В., Иванова Е.А., Микитухо А.А. Система повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций на основе инструментария экономического анализа	94
Конобеева О.Е., Конобеева Е.Е., Галицкова К.В. Особенности развития товарно-сырьевых рынков России	99
Соболева Ю.П., Ворогова О.С. Возникновение и развитие инвестиционной деятельности в России	103
Пьянов Р.Л. Роль стратегического планирования в процессе управления деятельностью компании	109
Пермичева В.Ф., Лытнева Н.А. Прибыль в управлении производственным и социальным развитием организации	114
Конобеева О.Е., Конобеева Е.Е., Рахимова А.Дж. Особенности правового регулирования торговой деятельности в Российской Федерации	118
Тихенькая Н.С., Лытнева Н.А. Значение инноваций в процессе формирования стратегии предприятия	121
Пьянов С.Л. Управление промышленным предприятием: бизнес-концепция	125

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ

Медведкова Н.А., Шмаркова Л.И. Использование информационных технологий в сфере услуг	131
--	-----

Серпилина М.С., Зимина Л.В. Использование информационных систем социально-экономического управления на региональном уровне	139
Сергеева И.И., Лазаренко И.Л. Использование информационно-коммуникационных технологий для формирования культурного наследия	143
Потапенко О.В., Шмаркова Л.И. Технологии автоматизации туроператорской деятельности	146
Королева О.Д., Головина Я.О. Тенденции развития информационных технологий в гостиничном бизнесе	153
ТЕХНОЛОГИЯ И ТОВАРОВЕДЕНИЕ	
Лунева О.Н., Глушкова П.М. Разработка функциональных продуктов питания специального назначения	158
Жмурина Н.Д., Паршина Е.А., Баранчикова О.А. Влияние экстракта расторопши на процессы окисления белково-жировой композиции	160
Лунева О.Н., Зегелева В.В. Предпосылки создания пищевых продуктов функционального назначения	164
Головина Я.О. Характеристики и показатели качества колбасных изделий	168
ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ	
Лобачев Г.А., Безлепкина Ю.В. Физическая культура – залог успешной жизни	173
Гуськов В.М., Кузьмичева К.С., Разумова В.Л. Фитнес в системе физической культуры	176
Дрожжаков А.И., Лядченко А.В. Физическая культура, как важная составляющая здорового образа жизни студентов	180
УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛОВ	184
ANNOTATION	189

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ, АУДИТ И СТАТИСТИКА

УДК 657.6:334.012.64

Буслаева М.О.

**ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ОТЧЕТНОСТИ
СУБЪЕКТАМИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

Мировая практика показывает то, что именно сектор малого предпринимательства в экономике практически всех стран является социально значимым. Этот сектор приносит больший доход в казну государства, который обеспечивает занятость населения, оказывает такие услуги, которые не могут быть оказаны крупными организациями. Однако на данный момент в РФ данному сектору экономики не придается должного значения. Действующее законодательство не предоставляет благоприятных условий для развития малого предпринимательства. Тем не менее, эта область имеет положительные перспективы в России. Всё вышесказанное обеспечивает необходимость рассмотрения особенностей функционирования налогообложения, а также организации и ведения бухгалтерского учета в организациях малого предпринимательства.

Ключевые слова: малое предпринимательство, бухгалтерский учет, финансовая отчетность, бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах, упрощенная форма, нулевой баланс.

Малое предпринимательство представляет собой вполне самостоятельную и более типичную форму организации экономической общественной жизни со своими отличительными особенностями, преимуществами и минусами, тенденциями развития. Реализация на локальном рынке, точное реагирование на изменение конъюнктуры данного рынка, непосредственная связь с потребителями, вероятность начать собственное дело с относительно небольшим страховым капиталом – все эти свойства малого бизнеса являются его преимуществами, которые повышают устойчивость на внутреннем рынке [9].

Нормативное правовое регулирование развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации основывается на Конституции РФ, Федеральном законе №209-ФЗ, других федеральных законах и нормативных актах [13].

В соответствии со ст. 3 закона №209-ФЗ субъектом малого и среднего предпринимательства признаются внесенные в единый государственный реестр юридических лиц потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица – индивидуальные предприниматели, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, крестьянские (фермерские) хозяйства.

Для юридических лиц установлен отдельный критерий отнесения к малому и среднему бизнесу – суммарная доля участия РФ, субъектов РФ, муниципальных образований, иностранных юридических лиц, иностранных граждан, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов в уставном (складочном) капитале (паевом фонде) указанных юридических лиц не должна превышать 25% (за исключением активов акционерных инвестиционных фондов и закрытых паевых инвестиционных фондов), а также доля участия, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства, не должна превышать 25%.

В зависимости от численности работников выделяются три категории хозяйствующих субъектов. Для среднего предприятия средняя численность работников за предшествующий календарный год составляет от 101 до 250 человек включительно, для малого предприятия – от 16 до 100 человек, для микропредприятия – до 15 человек включительно (п. 2 ч. 1 ст. 4 Закона №209-ФЗ).

В Законе №209-ФЗ предусмотрен также критерий предельного значения выручки от

реализации товаров (работ, услуг) без учета НДС или балансовой стоимости активов для каждой категории субъектов малого и среднего бизнеса, устанавливаемые Правительством РФ (п. 3 ч. 1 ст. 4 Закона №209-ФЗ). Предельные выручки от реализации товаров (работ, услуг) за предшествующий год без учета НДС для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства: микропредприятия – 60 млн руб.; малые предприятия – 400 млн руб.; средние предприятия – 1000 млн руб. (Постановление Правительства РФ от 22.07.2008 №556).

Критерии отнесения хозяйствующих субъектов к малым и средним предприятиям представлены на рис. 1.



Рисунок 1 – Критерии отнесения хозяйствующих субъектов к малым и средним предприятиям

Категория определяется по наибольшему показателю. Например, если по средней численности организация соответствует микропредприятию, а по размеру выручки – среднему, категория будет установлена по величине выручки. Величина критериев рассчитывается за предшествующий календарный год. Исключение составляют вновь созданные организации или вновь зарегистрированные индивидуальные предприниматели. Они могут быть отнесены к субъектам малого и среднего предпринимательства в году деятельности на основании показателей, рассчитанных со дня госрегистрации. Изменить категорию субъектов малого и среднего бизнеса можно, только если предельные значения будут выше или ниже установленных в течение двух календарных лет подряд [8].

При организации и ведении бухгалтерского учета в организациях, являющихся субъектами малого предпринимательства, следует руководствоваться общими требованиями бухгалтерского и налогового законодательства, а также нормами документов системы нормативного регулирования бухгалтерского учета, в том числе предусмотренными для малых предприятий упрощенными методами [6].

Упрощенные способы реализации бухгалтерского учета, включая упрощенную бухгалтерскую (финансовую) отчетность, вправе использовать следующие экономические субъекты:

- 1) субъекты малого бизнеса;
- 2) некоммерческие предприятия;
- 3) предприятия, которые получили статус участников проекта по осуществлению разработок, исследований и коммерциализации их результатов в соответствии с Федеральным законом от 28 сентября 2010 года №244-ФЗ «Об инновационном центре «Сколково» [15, с. 244].

Бухгалтерская (финансовая) отчетность составляется на базе данных, которые содержатся в регистрах бухгалтерского учета. Состав отчетности определен федеральным Законом №402-ФЗ:

- бухгалтерский баланс;
- отчет о финансовых результатах;
- приложения.

Приложениями к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах являются отчет о движении денежных средств и отчет об изменениях капитала, а также прочие приложения (или пояснения), которые составляются в текстовой (табличной форме), т.е. в форме пояснительной записки [7].

Экономическими субъектами малого бизнеса составляют:

- бухгалтерский баланс;
- отчет о финансовых результатах.

Для малых предприятий Законом предусмотрено право не предоставлять пояснительную записку в составе бухгалтерской отчетности.

В состав отчетности не включается аудиторское заключение, так как данное заключение предоставляется вместе с отчетностью теми предприятиями, которые подлежат обязательному аудиту.

Баланс и отчет о финансовых результатах в настоящее для малых предприятий упрощен. В балансе оставлено всего пять строк в активе и шесть строк в пассиве. Если баланс коммерческих предприятий включает несколько разделов, например, активы подразделяются на внеоборотные и оборотные, то в упрощенной форме такой группировки нет. Присутствует только актив и пассив (таблица 1) [15, с. 245].

В бухгалтерском балансе приводятся данные за отчетный год, предыдущий год и год, который предшествует предыдущему [7]. В активе отражают материальные внеоборотные активы в составе основных средств, незавершенных капитальных вложений в основные средства; нематериальные, финансовые и другие внеоборотные активы, в том числе результаты разработок и исследований, незавершенные вложения в нематериальные активы, разработки и исследования, которые отложены в налоговые активы [1].

Таблица 1 – Показатели баланса по упрощенной форме и коды

Актив	Коды, предлагаемые Минфином	Пассив	Коды, предлагаемые Минфином
Материальные внеоборотные активы	1150, 1155, 1160, 1140	Капитал и резервы	1300
Нематериальные, финансовые и другие внеоборотные активы	1110, 1120, 1130, 1170, 1180, 1190	Долгосрочные заемные средства	1410
Запасы	1210	Другие долгосрочные обязательства	1450
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	Краткосрочные заемные средства	1510
Финансовые и другие оборотные активы	1230, 1240, 1260	Кредиторская задолженность	1520
Баланс	1600	Другие краткосрочные обязательства	1550
		Баланс	1700

В состав финансовых и иных оборотных активов входит дебиторская задолженность вне зависимости от срока ее возникновения.

Для отражения финансовых результатов малого предприятия установлена упрощенная форма. Упрощенный отчет о финансовых результатах содержит всего семь строк, в том числе: «Валовая прибыль (убыток)», «Прибыль (убыток) до налогообложения», «Доходы от участия в других организациях» [4].

В отчете о финансовых результатах данные приводятся за отчетный и предыдущий годы. Выручка указывается за минусом акцизов и НДС [5].

В расходы по обычному виду деятельности входят: себестоимость продаж, управленческие и коммерческие расходы. В показатель «Налоги на прибыль (доходы)» включены: текущий налог на прибыль, изменение отложенных налоговых обязательств и активов (таблица 2) [15, с. 246].

Таблица 2 – Показатели отчета о финансовых результатах по упрощенной форме и коды

Наименование показателя	Коды, предлагаемые Минфином
Выручка	2110
Расходы по обычной деятельности	2120, 2210, 2220
Проценты к уплате	2330
Прочие доходы	2340
Прочие расходы	2350
Налоги на прибыль (доходы)	2410, 2430, 2450
Чистая прибыль (убыток)	2400

Бухгалтерская отчетность малых организаций предоставляется в налоговые органы только по итогам года. Малые организации имеют право наряду с упрощенными формами использовать традиционный баланс и отчет о финансовых результатах.

Финансовая отчетность признается составленной после подписания ее экземпляра на бумажном носителе руководством экономического субъекта. С 1 января 2013 г. бухгалтерскую отчетность подписывает исключительно руководство предприятия [10, 11].

В отношении места и даты предоставления отчётности в Законе №402-ФЗ определено следующее:

- обязанные предоставлять финансовую отчетность экономические субъекты (исключение представляют организации государственного сектора и Банк России) подают по одно-

му обязательному экземпляру годовой финансовой отчетности в статистический государственный орган по месту своей юридической регистрации;

- обязательный экземпляр составленной годовой бухгалтерской отчетности предоставляется не позднее трех месяцев после окончания отчетного периода.

Годовую отчетность следует предоставлять не позднее трех месяцев после окончания отчетного года [12].

При формировании бухгалтерской отчетности следует исходить из того факта, что бухгалтерская отчетность обязана давать полное и достоверное представление о его финансовой деятельности и изменениях в его финансовом положении (Положение по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99).

В соответствии с законом руководитель экономического субъекта (исключение представляют кредитные организации) обязан возложить ведение бухгалтерского учета, а также составление финансовой отчетности на главного бухгалтера (другое должностное лицо) или заключить договор об оказании услуг по ведению учета. В кредитных предприятиях финансовый учет ведет главный бухгалтер. И только руководство малых и средних организаций имеет право заниматься учетом самостоятельно. Если финансовый учет ведет предприятие со стороны, оно обязано иметь в штате не менее одного работника, профессиональный уровень которого отвечает вышеперечисленным требованиям и с которым заключен трудовой договор.

Перечень лиц, которые не ведут финансовый учет в соответствии с Федеральным законом №402-ФЗ, установлен частью второй статьи 6 указанного Федерального закона. Предприятия, которые применяют упрощенную систему налогообложения, не включаются в вышеприведенный перечень лиц.

В силу ч. 2 ст. 6 Закона №402-ФЗ финансовый учет могут не вести [6, с. 250]:

- индивидуальный предприниматель, лицо, которое занимается частной практикой, в случае, если в соответствии с законодательством России о налогах и сборах они ведут учет доходов или доходов и расходов и (или) прочих объектов налогообложения в порядке, который установлен указанным законодательством;

- находящиеся на территории России филиалы, представительство (иное структурное подразделение предприятия), созданные в соответствии с законодательством иностранного государства в случае, если в соответствии с законодательством России о налогах и сборах они ведут учет доходов и расходов и (или) иных объектов налогообложения в порядке, который установлен указанным законодательством.

В бухгалтерскую отчетность, которая сдается впервые, предприятия обязаны включать сопоставимые данные за предыдущие два года.

Таким образом, составление бухгалтерской финансовой отчетности субъектами малого предпринимательства имеет свои особенности, которые необходимо соблюдать.

Список литературы:

1. Боброва Е.А., Лытнева Н.А. Методология управления оптимизацией затрат при специальных налоговых режимах сельскохозяйственных предприятий // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – №9-1. – С. 100-105.
2. Беликова Т.Н. Бухгалтерский и налоговый учет: самоучитель. – СПб.: Питер, 2008. – 304 с.
3. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет на малых предприятиях: учеб. пособие. – М.: Проспект, 2014. – 640 с.
4. Кыштымова Е.А., Лытнева Н.А. Развитие информативности отчета о финансовых результатах для анализа прибыльности в условиях перехода к МСФО // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – №1 (31). – С. 64-69.
5. Кыштымова Е.А., Лытнева Н.А. Концепция развития учетного обеспечения управления прибылью предприятий малого бизнеса в АПК // Вестник ОрелГАУ. – 2012. – №3 (36). – С. 46-51.
6. Лытнева Н.А., Парушина Н.В. Налоговый анализ в сфере предпринимательства: показатели и методика // Аудитор. – 2009. – №12. – С. 50-58.
7. Лытнева Н.А., Малявкина Л.И., Федорова Т.В. Бухгалтерский учет: учеб. для студентов

учреждений сред. проф. образования, обучающихся по группе специальностей 0600 Экономика и упр. – М.: Форум, 2006. – 495 с.

8. Лытнева Н.А. Учет убытков организациями, применяющими УСН // Бухгалтерский учет. – 2009. – №23. – С. 21-23.

9. Лытнева Н.А. Развитие малого и среднего предпринимательства в условиях экономического кризиса: монография. – Орёл: Изд-во ОрелГИЭТ: ИП Приходько, 2009. – 186 с.

10. Лытнева Н.А., Кыштымова Е.А. Контроль доходов организации при упрощенной системе налогообложения // Бухгалтерский учет. – 2009. – №14. – С. 34-38.

11. Лытнева Н.А., Кыштымова Е.А. Признание расходов при упрощенной системе налогообложения // Бухгалтерский учет. – 2011. – №3. – С. 102-104.

12. Лытнева Н.А., Кыштымова Е.А. УСН в малом предпринимательстве // Аудиторские ведомости. – 2009. – №11. – С. 72-79.

13. 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.

14. Полянин А.В., Строева О.А. Экономика предприятия (учебное пособие) // Международный журнал экспериментального образования. – 2015. – №8-2. – С. 285-286.

15. Чумакова Н.В. Учет на предприятиях малого бизнеса: учебное пособие. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 326 с.

Буслаева Маргарита Олеговна

студентка 4 курса факультета экономики и управления,
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: margaritabobkova@mail.ru

Научный руководитель

Лытнева Наталья Алексеевна

д.э.н., профессор кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: ukap-lytneva@yandex.ru

УДК 658.15:657

Якушенко В.М., Ханенко М.Е.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА DIRECT-COSTING В УПРАВЛЕНЧЕСКОМ УЧЕТЕ

В статье рассматривается использование метода direct costing в управленческом учете. На практике финансово-хозяйственной деятельности предприятия система «direct-costing» представляет собой способ планирования затрат предприятия на производство и реализацию продукции – метод калькулирования себестоимости на основе прямых затрат.

Ключевые слова: управленческий учет, калькулирование себестоимости продукции, затраты прямые и косвенные, накладные издержки, постоянные и переменные затраты, маржинальный учет, метод direct-costing.

Для современной инновационной экономики России, динамично развивающегося рынка построение системы управленческого учета на предприятии представляет собой достаточно сложный и важный процесс.

Управленческий учет современного субъекта хозяйствования представляет собой систему учета, планирования, контроля и анализа данных о результатах деятельности предприятия, а также оперативного принятия различного рода управленческих решений, которые направлены на оптимизацию финансовых результатов деятельности хозяйствующего субъекта.

Соответственно, для проведения комплексного и объективного анализа и, как следствие, принятия верного решения необходима исходная информация, которую можно полу-

чить из ряда показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятия. К таким показателям относят себестоимость.

Отметим, что существует несколько способов расчета себестоимости произведенной продукции предприятия. Существуют две базовые системы оценки себестоимости продукции:

- 1) абсорбционный учет (учет по полной производственной себестоимости или учет с полным распределением затрат, а также его модификация – ABC-учет);
- 2) маржинальный учет (учет по переменным / прямым затратам) [1, с. 160].

Одним из методов расчета себестоимости является «direct-costing», который основан на расчете себестоимости по усеченным затратам, что принципиально отличает его от всех ранее существовавших методов [2, с. 8]. В соответствии со способом включения в себестоимость затраты хозяйствующего субъекта в системе учета «direct-costing» делят на прямые и косвенные. Схема такого деления представлена на рисунке 1.

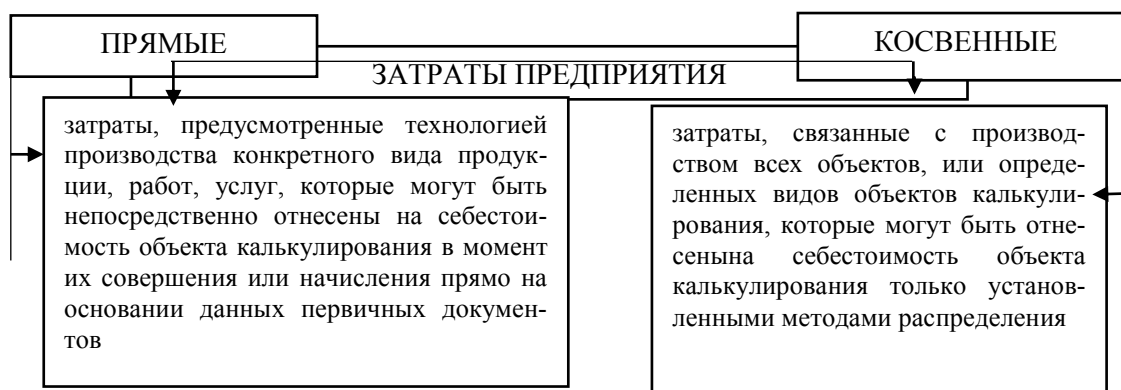


Рисунок 1 – Затраты хозяйствующего субъекта в системе учета «direct-costing»

На практике финансово-хозяйственной деятельности предприятия система «direct-costing» представляет собой способ планирования затрат предприятия на производство и реализацию продукции – метод калькулирования себестоимости на основе прямых затрат.

Создателем данного учения является американский экономист Джонатан Гаррисон, представивший идею о безусловности и неизбежности осуществляемых накладных затрат в планируемом периоде, что обуславливает отношения к ним как фиксированным условно постоянным затратам периода. Следовательно, распределение косвенных затрат на производство продукции не осуществляется, и косвенные расходы периодически списываются на финансовый результат. Исчисление неполной себестоимости продукции и проведение анализа прямых расходов дает возможность получить дополнительный инструмент для принятия управленческих решений в области безубыточности производства, ценообразования [2, с. 9].

В системе «direct-costing» выделяют два варианта учета затрат, которые представлены на рисунке 2.

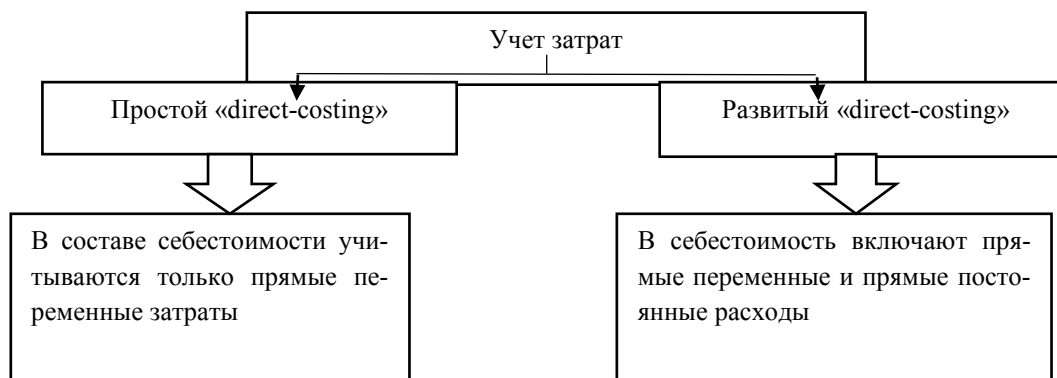


Рисунок 2 – Варианты учета затрат в системе «direct-costing»

В управленческом учете некоторых предприятий с учетом их видов и специфики отрасли, в которой они работают, объединяются понятия и состав прямых затрат и переменных затрат по системе простого «direct-costing». Принцип такого объединения представлен на рисунке 3.

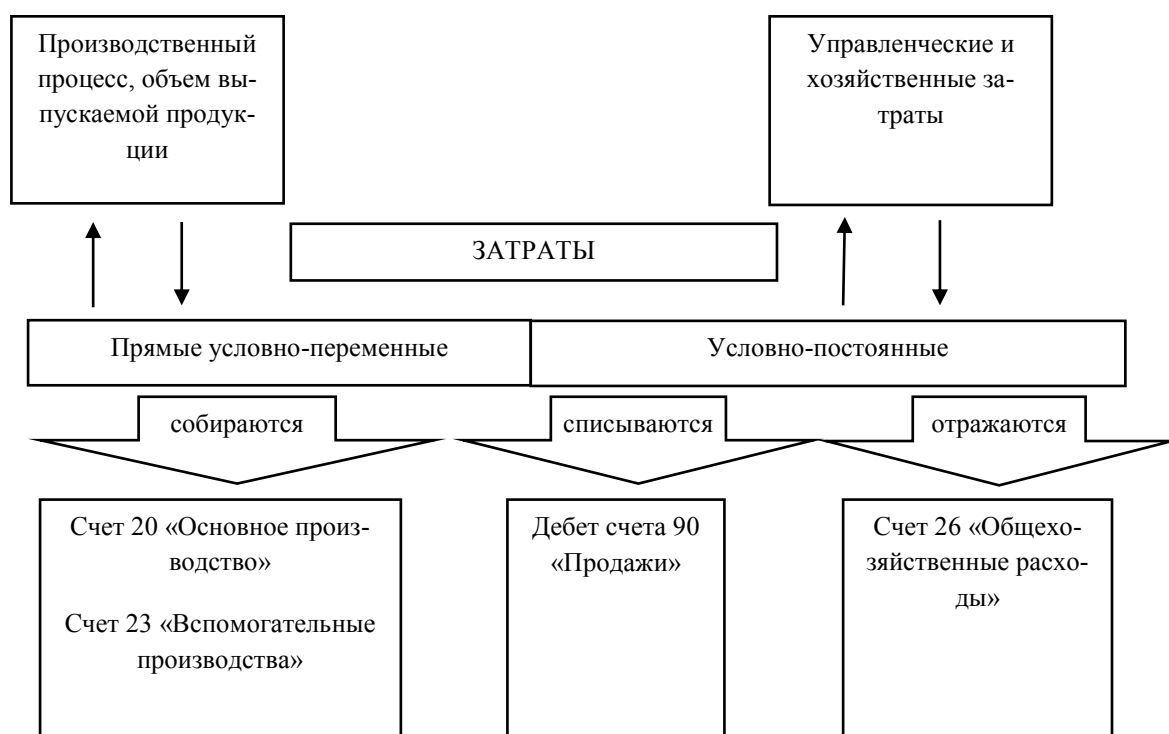


Рисунок 3 – Объединение прямых затрат и переменных затрат по системе простого «direct-costing»

Отметим, что важным аспектом применения модели развитого «direct-costing» выступает анализ накладных издержек и их соотношение с общим объемом брутто-прибыли и, соответственно, формирование системы прямого отнесения затрат на объекты калькулирования.

Общепринятая классификация косвенных затрат позволяет выстроить эффективную систему планирования и контроля над накладными расходами предприятия, при этом осуществляется комплекс мероприятий по «выравниванию» издержек производства. К таким расходам относят:

- затраты на работы и услуги производственного характера;
- затраты по арендной плате;
- лизинговые платежи и информационные услуги по основному оборудованию;
- затраты на инструмент и оснастку технологического оборудования;
- иные издержки, составляющие значительный удельный вес всех затрат предприятия [3, с. 85].

Итак, сущность системы «direct-costing» как системы управленческого учета состоит в делении расходов на постоянные и переменные в зависимости от изменения объема производства. Для рассматриваемой системы можно выделить следующие характерные свойства:

- особенность «direct-costing», основанного на классификации расходов на постоянные и переменные, состоит в том, что себестоимость учитывается и планируется в части переменных затрат, а постоянные расходы собираются на отдельном счете и списываются с определенной периодичностью на дебет счета финансовых результатов, например, счет 99 «Прибыли и убытки»;

- постоянные расходы не включаются в расчет себестоимости изделий, а как расходы анализируемого периода списываются с полученной прибыли в течение производственного цикла. Переменные расходы являются индикатором для оценки остатков готовой продукции на складах предприятия на начало и конец года и незавершенного производства;

- при использовании системы «direct-costing» схема построения отчета – многоступенчатая, в ней содержатся обязательно два финансовых показателя: маржинальный доход и прибыль;

- система «direct-costing» позволяет изучать взаимосвязи и взаимозависимость между объемом производства, себестоимостью и прибылью.

Рассмотрим преимущества и недостатки системы «direct-costing» и проблемы внедрения в управленческом учете современных субъектов хозяйствования.

Положительные и отрицательные стороны системы «direct-costing» представим в виде таблицы 1 [3, с. 88-89].

Таблица 1 – Положительные и отрицательные стороны системы «direct-costing»

Положительные стороны системы «direct-costing»	Негативные стороны системы «direct-costing»
1. На основе получаемой информации можно принимать оперативные решения по управлению предприятием, проводить эффективную политику цен.	1. Трудности, связанные с разделением расходов предприятия на постоянные и переменные.
2. Возможно проведение демпинговой политики, расчета и выбора комбинаций цены и объемов реализации.	2. Система не отвечает на вопрос о стоимости произведенного продукта, его себестоимости.
3. Ограничение себестоимости переменными расходами позволяет упростить процесс нормирования, планирования и учета статей затрат.	3. Не отвечает требованиям российского бухгалтерского учета о составлении точных калькуляций.
4. Система дает возможность для быстрого контроля постоянных расходов при использовании в процессе контроля над себестоимостью нормативных (стандартных) затрат или гибких смет и др.	4. Происходит значительное искажение общей суммы прибыли за текущий период.
	5. Часто результаты финансового учета и производственного учета не совпадают, что влечет снижение степени доверия контролирующих органов к руководству предприятия
	6. Проблема распределения постоянных (косвенных) расходов, которые должны участвовать в процессе производства продукции и, следовательно, которые должны быть включены в себестоимость.
	7. Сложности, возникающие при определении номенклатуры элементов калькулирования и деления расходов и др.

В общем виде модель системы «direct-costing» представлена на рисунке 4.

Учет по методу «direct-costing» может быть организован как учет фактических затрат и результатов либо как учет плановых затрат и результатов и отклонений от них.

Сущность системы «direct-costing» заключается в том, что прямые издержки обобщают по видам готовых изделий, косвенные же собирают на отдельном счете и относят на общие финансовые результаты того отчетного периода, в котором они возникли. Если из суммы выручки по каждому изделию вычесть переменные затраты, получим прибыль по данному виду продукции. Сложив прибыль по всем изделиям, получим общую величину прибыли, которая покроет общую сумму постоянных затрат.

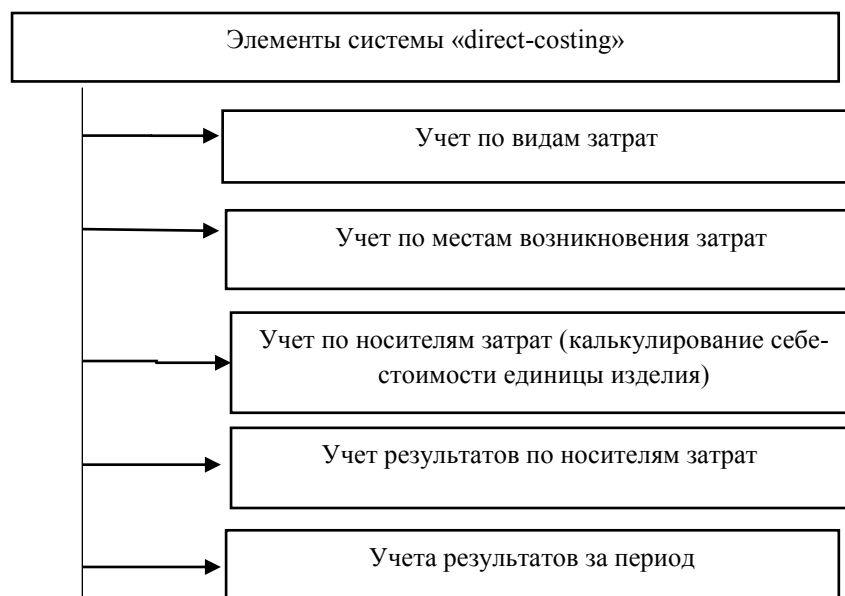


Рисунок 4 – Модель системы «direct-costing»

Как и любой метод, «direct-costing» имеет ряд преимуществ и недостатков, но во многих случаях он дает более объективную оценку ситуации, нежели методы, основанные на учете полных издержек.

Основное преимущество этой системы состоит в том, что на основе полученной информации можно принимать оперативные управленческие решения. В свою очередь это дает возможность снижения цен. Недостатком являются трудности в отделении постоянных расходов.

Список литературы:

1. Карлик М.А. Выбор способа расчета себестоимости продукции для производственного предприятия // Экономические науки. – 2011. – №3. – С. 160-165.
2. Кинжибаева А.С. Особенности системы «direct-costing» и практика ее применения на российских предприятиях // Вестник Саратовского государственного аграрного университета имени Н.И. Вавилова. – 2014. – №1. – С. 8-18.
3. Николаева О.Е., Шишкова Т.В. Управленческий учет. – М.: Издательство «Экономист», 2009. – 196 с.

Якушенко Валентина Михайловна

студентка 4 курса факультета экономики и управления
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: valyusha.yakushenko.95@mail.ru

Ханенко Мария Евгеньевна

к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: hmae@yandex.ru

Ю.М. Петрова

**ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ РОЛЬ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ
В МЕХАНИЗМЕ УПРАВЛЕНИЯ ОБОРОТНЫМ КАПИТАЛОМ**

Одним из факторов эффективного развития предприятия является рациональное использование оборотного капитала. Современный механизм управления оборотным капиталом должен включать всю совокупность функций управления его элементами. К высоколиквидным активам в составе оборотного капитала относится дебиторская задолженность, которая требует систематического анализа и контроля, поскольку нередко ведет к отвлечению средств из оборота. В статье раскрыта роль дебиторской задолженности в функционировании оборотного капитала и основные подходы к ее регулированию.

Ключевые слова: капитал, дебиторская задолженность, механизм, оборачиваемость, управление, активы, ликвидность, риск.

Современный бизнес сталкивается с проблемой развития системы управления оборотным капиталом предприятий. Наиболее существенной проблемой в практике организаций является снижение оборачиваемости его элементов. В частности такая проблема возникает с дебиторской задолженностью, вызванная невозвратом задолженности безответственными дебиторами. Это ведет к предъявлению претензий, конфликтам и судебным разбирательствам, что стал неотъемлемой частью жизни общества. Организация должна строить стратегию своего развития. Выбор и формирование стратегии ориентированы на долгосрочное качественно определенное направление развития организации, касающееся сферы, средств и форм ее деятельности, системы взаимоотношений внутри организации, а также ее позиции в окружающей среде [11, с. 40].

В составе оборотного капитала организации можно выделить следующие элементы: деньги в кассе и на расчетных счетах; средства в расчетах; остатки материально-производственных запасов, которые образуют (сырье и материалы, используемые при производстве продукции, выпущенная готовая продукция, товары, активы для управленческих нужд организации) [15, с. 57]; незавершенное производство; расходы будущих периодов. Таким образом, дебиторскую задолженность можно охарактеризовать, как одну из составляющих оборотного капитала организации.

Задолженность дебиторов является результатом договорных отношений, регулируемых законодательством. Например, согласно ст. 8 Закона №39-ФЗ взаимоотношения между хозяйствующими субъектами, осуществляющими инвестиционную деятельность, возникают на основе договора или государственного контракта, который составляются в соответствии с требованиями ГК РФ [13, с. 21].

Дебиторская задолженность, как средство расчета представляет собой высоколиквидные активы, которые имеют высокий уровень риска. Наличие в организации просроченной и безнадежной суммы задолженности дебиторов связано с ростом затрат на привлечение средств заемного капитала, увеличивает расходы и соответственно снижает получение фактического дохода, прибыли и показателя рентабельности, а также коэффициентов ликвидности оборотных средств, отрицательно влияет на финансовую устойчивость, повышает риск необоснованных финансовых потерь организации [3].

Современный механизм управления оборотным капиталом должен включать всю совокупность функций управления: бухгалтерский учет, экономический анализ, контроль, оценку его элементов, направленных на снижение рисков его неэффективного использования, возникновения суммы безнадежных долгов.

В результате, дебиторскую задолженность можно охарактеризовать, как сумму невосстановленной задолженности, суммы долгов, которые возникли по расчетам с покупателями и

заказчиками за отгруженные в их адрес товары, выполненные работы и оказанные услуги.

Кроме того, задолженность дебиторов можно представить в следующих аспектах:

- как денежные средства в расчетах для погашения долгов организации перед кредиторами;
- как доля ценностей, реализованных покупателям, по которым еще осуществлена оплата;
- как элемент оборотного капитала, который финансируется за счет собственных организации или за счет заемного капитала.

Усложнение хозяйственных связей и механизм рыночных отношений, появление новых инструментов рынка, методов и средств управления производственно-хозяйственной деятельности вызвали необходимость дополнительной информации, обеспечивающей успешное функционирование организации в этих условиях [3, с. 7].

Одним из наиболее достоверных источников оценки возникших долгов дебиторов служит система бухгалтерского (финансового) учета [11]. В системе учета понятие дебиторской задолженности расценивают, как имущественные права, которые определены договором и являются объектом гражданских прав.

По мнению Лытневой Н.А. «...в условиях снижения уровня расчетной дисциплины система «неплатежей» ведет к росту дебиторской задолженности, в том числе просроченной...» [2, с. 271].

Согласно ст. 128 Гражданского кодекса Российской Федерации: «К объектам гражданских прав относятся вещи, включая деньги и ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права; работы и услуги; информация; результаты интеллектуальной деятельности, в том числе исключительные права на них (интеллектуальная собственность); нематериальные блага» [9].

Исходя из сказанного, следует, что право на получение дебиторской задолженности можно представить, как имущественное право, а дебиторская задолженность представляет собой долю активов или долю имущества организации. Возникновение дебиторской задолженности в бухгалтерском учете обосновано:

- моментом перехода права собственности на отгруженные товары или услуги;
- моментом передачи права на выполненные работы, оказанные услуги.

Особенности оценки дебиторской задолженности в бухгалтерском учете в зависимости от видов договоров определены Положением по бухгалтерскому учету «Доходы организации» (ПБУ 9/99), утвержденным Приказом Минфина России от 6 мая 1999 г. №32н, которые представлены в таблице 1.

Дебиторская задолженность определяется моментом перехода права собственности на отгруженный товар в адрес покупателя, который, как правило, отражается в договоре. Момент перехода права собственности на товар или отгруженную продукцию является основанием для отражения размера возникшей задолженности по счетам бухгалтерского учета, что должно быть подтверждено первичными документами. В случае, когда в договоре не указан момент перехода права собственности на отгруженный товар покупателям, то его наступлением считается дата отгрузки этого товара. Такое положение регламентировано статьей 459 Гражданского кодекса РФ «если иное не предусмотрено договором купли-продажи, риск случайной гибели или случайного повреждения товара переходит на покупателя с момента, когда в соответствии с законом или договором продавец считается исполнившим свою обязанность по передаче товара покупателю».

Таким образом, сумма возникшей дебиторской задолженности на счетах бухгалтерского учета фиксируется при соблюдении следующих условий:

- при наличии правильно составленных отгрузочных документов на продажу товаров покупателям;
- при наличии оформленного акта на объем выполненных работ или оказанных услуг.

Таблица 1 – Оценка дебиторской задолженности в бухгалтерском учете в соответствии с ПБУ 9/99 «Доходы организации»

Особенности договоров	Оценка дебиторской задолженности	Пункты ПБУ 9/99
Цена предусмотрена договором	Дебиторская задолженность определяется исходя из цены, установленной договором между организацией и покупателем (заказчиком) или пользователем активов организации	п. 6.1
Цена не предусмотрена в договоре и не может быть установлена из условий договора	Дебиторская задолженность определяется исходя из цены, по которой в сравнимых обстоятельствах обычно организация определяет выручку в отношении аналогичной продукции (товаров, работ, услуг) либо предоставления во временное владение и пользование аналогичных активов	п. 6.1
Продажа на условиях коммерческого кредита	Дебиторская задолженность оценивается в полной сумме, то есть с учетом процентов	п. 6.2
Договор товарного обмена (если цена обмениваемых товаров не установлена договором)	Дебиторская задолженность определяется по стоимости товаров, полученных или подлежащих получению организацией, и устанавливается исходя из цены, по которой в сравнимых обстоятельствах обычно организация определяет стоимость аналогичных товаров (ценностей). При невозможности установить стоимость товаров (ценностей), полученных организацией, величина дебиторской задолженности определяется стоимостью продукции, переданной или подлежащей передаче организацией.	п. 6.3
Цена в определена в условных единицах	Дебиторская задолженность определяется также с учетом (увеличивается или уменьшается) суммовой разницы. Под суммовой разницей понимается разница между рублевой оценкой фактически поступившего в качестве выручки актива, выраженного в иностранной валюте (условных денежных единицах), исчисленной по официальному или иному согласованному курсу на дату принятия к бухгалтерскому учету, и рублевой оценкой этого актива, исчисленной по официальному или иному согласованному курсу на дату признания выручки учете	п. 6.6
Договором предусмотрены скидки	Дебиторская задолженность определяется с учетом всех предоставленных организации, согласно договору, скидок (накидок)	п. 6.5

В ряде договоров поставки может быть предусмотрен особый момент перехода права собственности на отгруженный товар. Например, по экспортным операциям. В этом случае возникновение и размер дебиторской задолженности для отражения на счетах бухгалтерского учета определяется на момент выполнения особых условий перехода права собственности на отгруженный покупателю товар. В качестве такого принимают дату поступления платежа от покупателей и зачисления его на расчетный счет организации или день зачета взаимных требований [7, 8].

В целях регулирования размера дебиторской задолженности необходимо осуществлять внутренний контроль ее движения в организации. Эффективная система внутреннего контроля должны быть основана на разработанной методике, которая будет отражать специфику организации, структуру внутренних расчетных операций [10, с. 78]. Для целей контроля дебиторскую задолженность классифицируют по ряду признаков.

В системе бухгалтерского учета дебиторскую задолженность в зависимости от сроков погашения делят на такие группы:

- краткосрочная задолженность, с погашением ее суммы в период до 12 месяцев;
- долгосрочная задолженность, погашение которой предусматривается в период более 12 месяцев после отчетной даты.

Особому контролю в этом случае подвергается дебиторская задолженность со сроком погашения более 12 месяцев.

Являясь частью активов организации, дебиторская задолженность подразделяется по степени ликвидности:

- дебиторская задолженность по расчётам с покупателями и заказчиками;
- дебиторская задолженность по расчетам векселями;
- задолженность прочих дебиторов, со сроком погашения в течение 12 месяцев.

Классификация дебиторской задолженности по однородным признакам представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Классификация дебиторской задолженности по однородным признакам

Классификационные признаки	Виды задолженности
По экономическому смыслу	- средство погашения кредиторской задолженности, - часть продукции, проданной покупателям, но еще не оплаченной, - один из элементов оборотных активов,
По срокам наступления платежа	- краткосрочная (до 12 месяцев), - долгосрочная (свыше 12 месяцев),
По степени ликвидности	- задолженность покупателей и заказчиков, - задолженность по неоплаченным векселям к получению; - задолженность прочих дебиторов,
По степени исполнения	- нормальная, - просроченная,
По степени просроченности	- сомнительная, - безнадежная,
По причине возникновения	- ликвидация должника, - банкротство должника, - истечение срока исковой давности без подтверждения задолженности со стороны должника, - наличия денежных средств на счетах в «проблемном» банке.

Для целей управления дебиторскую задолженность различают текущую (нормальную) и просроченную, с нарушением сроков погашения, предусмотренных договором. Под текущей задолженностью считается возникший долг покупателей за отгруженные товары, срок платежа по договору по которым еще не наступил, однако право собственности на такие товары перешло к покупателю, либо такая задолженность возникла по расчетам с поставщиком, когда в его адрес перечислен аванс под предстоящую поставку товара.

Под просроченной дебиторской задолженностью понимается возникший долг покупателей за отгруженные товары, работы, услуги, по которым не произведен платеж в сроки, предусмотренные договором. Просроченная дебиторская задолженность может быть сомнительной и безнадежной.

В соответствии с п. 1 ст. 266 Налогового кодекса Российской Федерации «сомнительным долгом признается любая задолженность перед налогоплательщиком, возникшая в связи с реализацией товаров, выполнением работ, оказанием услуг, в случае, если эта задолженность не погашена в сроки, установленные договором, и не обеспечена залогом, поручительством, банковской гарантией».

По истечении срока исковой давности сомнительная дебиторская задолженность переходит в категорию безнадежной задолженности (нереальной ко взысканию), которая в учете может быть списана на расход. В соответствии со ст. 252 НК РФ произведенные расходы признаются в налоговом учете в том случае, если они обоснованы и документально подтверждены [6, с. 75].

Согласно п. 2 ст. 266 НК РФ «безнадежными долгами (долгами, нереальными ко взысканию) признаются те долги перед налогоплательщиком, по которым истек установленный срок исковой давности, а также те долги, по которым в соответствии с гражданским законодательством обязательство прекращено вследствие невозможности его исполнения, на

основании акта государственного органа или ликвидации организации».

В практической деятельности организаций задолженность покупателей и заказчиков нереальная ко взысканию возможно по следующим причинам:

- в случае применения процедуры ликвидации должника;
- при наступлении банкротства должника;
- при наступлении момента истечения срока исковой давности без погашения долга должником;
- наличия денежных средств на счетах в «проблемном» банке, при котором возможны два варианта:

во-первых, если после вынесения арбитражным судом постановления о ликвидации банка денежных средств для погашения дебиторской задолженности не хватает, то такая дебиторская задолженность признается нереальной ко взысканию и, соответственно, подлежит списанию на финансовые результаты;

во-вторых, если вместо ликвидации банка предусматривается его реструктуризация, то организация может создать резерв по сомнительным долгам и ждать восстановления банком платежеспособности;

- невозможности взыскания судебным приставом-исполнителем по решению суда суммы долга (например, имущество организации находится на праве оперативного управления).

В зависимости от предполагаемых сроков погашения дебиторская задолженность подразделяется на: краткосрочную (погашение которой ожидается в течение года после отчетной даты); долгосрочную (погашение которой ожидается не ранее чем через год после отчетной даты).

При предоставлении отсрочки (рассрочки) платежа необходимо учитывать платежеспособность и деловую репутацию контрагента.

Как отмечает Лытнева Н.А., при расчетах с юридическими и физическими лицами, нередко возникают ситуации нарушения сроков их обязательств, предусмотренных различного рода договорами (например, договором – поставки товаров (работ, услуг)), которые ведут к рискам возникновения неплатежей в течение продолжительного времени [5]. Такие ситуации необходимо оценивать по каждому отдельному случаю возникновения, что требуется для целей внутреннего планирования на предприятии. Применение инструментов планирования на предприятии содействует успешному и эффективному достижению поставленных целей, решению поставленных задач, реализации планов, проектов и программ, способствует разработке управленческих решений по их регулированию и изменению с учетом состояния внешней и внутренней среды предприятия, требований экономического рынка [4, с. 52].

Управление дебиторской задолженностью требует качественной детальной информации и по каждому возникшему долгу, что необходимо для применения автоматизированных систем, обработки и обобщения данных [1, 12]. Важнейшим фактором при выборе информационной системы является ее функциональность. Под функциональностью понимается способность автоматизированной системы выполнять набор функций, которые определены в ее технических характеристиках и удовлетворяют потребностям пользователей. Например, все учетные системы предъявляют повышенные требования к функциональности, поскольку бухгалтерский учет довольно сложный процесс и оперирует большим количеством данных.

Для оценки дебиторской задолженности целесообразно использовать аналитические специализированные программные продукты, которые позволяют проанализировать долги покупателей, выявить факторы, повлиявшие на их изменение и изменение размера оборотного капитала. В процессе функционирования любой организации возникает необходимость контроля учета взаиморасчетов с поставщиками и подрядчиками, результаты которого используются для принятия управленческих решений. Эффективным способом управления является прогнозирование дебиторской задолженности. При этом целесообразно создавать прогнозные модели, которые не только определяют влияние факторов на исследуемый показатель, но и характеризуют изменение этого влияния в перспективном периоде [14, с. 47], позволяя манипулировать показателями для выполнения поставленных задач.

Список литературы:

1. Быков Р.А., Лытнева Н.А. Современные компьютерные технологии как фактор снижения рисков по налогам и сборам // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2013. – №1 (7). – С. 153-157.
2. Бухгалтерский финансовый учет: учебное пособие [Текст] / Н.А. Лытнева и др. – М.: ИД «Форум»: ИНФРА, 2009. – 656 с.
3. Кыштымова Е.А., Лытнева Н.А. Концепция бухгалтерского управленческого учета как информационная система в управлении прибылью коммерческих организаций // Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences. – 2012. – Т.3. – №3. – С. 7-15.
4. Кыштымова Е.А., Лытнева Н.А. Инструменты механизма внутрифирменного и стратегического планирования промышленных предприятий // Вестник ОрелГИЭТ. – 2014. – №1 (27). – С. 50-56.
5. Лытнева Н.А., Быков Р.А. Риски неплатежей в рамках исковой давности, их оценка и признание в учете // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2012. – №1 (5). – С. 131-135.
6. Лытнева Н.А., Кыштымова Е.А. Приобретение основных средств по договору лизинга // Аудиторские ведомости. – 2009. – №9. – С. 70-75.
7. Лытнева Н.А., Лушкова Н.А. Современные тенденции совершенствования внешнеторговых договорных условий «Инкотермс // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2011. – №1. – С. 170-174.
8. Лытнева Н.А., Боброва Е.А., Федорова Т.В. Учет, анализ и аудит внешнеэкономической деятельности коммерческих организаций: учебное пособие. – М.: Форум, 2009. – 320 с.
9. Лытнева Н.А., Бородкина Е.О. Признание и учет прочих поступлений – возможные ошибки // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2010. – №1. – С. 165-168.
10. Лытнева Н.А., Пьянова Н.В. Методика внутреннего контроля в системе управления расчетами с подотчётными лицами в малом бизнесе // Вестник ОрелГИЭТ. – 2013. – №2 (24). – С. 78-84.
11. Лытнева Н.А., Сысоева О.Н. Исследование стратегического управления прибылью в инновационной среде // Вестник ОрелГИЭТ. – 2012. – №4 (22). – С. 37-41.
12. Лытнева Н.А., Кыштымова Е.А., Акимова Н.В. Управление капиталом: Современные концепции методологии учетного обеспечения: монография. – Орел: Орловский гос. аграрный ун-т, 2009. – 241 с.
13. Лытнева Н.А., Кыштымова Е.А. Аудиторская проверка учета инвестиций в капитальном строительстве // Аудиторские ведомости. – 2009. – №7. – С. 21-28.
14. Лытнева Н.А. Современные методы и модели управления эффективностью промышленных предприятий // Вестник ОрелГИЭТ. – 2014. – №1 (27). – С. 43-48.
15. Лытнева Н.А., Кыштымова Е.А. Учет материальных расходов в малом предпринимательстве // Аудиторские ведомости. – 2009. – №12. – С. 57-63.

Петрова Юлия Михайловна

к.э.н., доцент кафедры экономики и финансов
Орловский филиал ФГБОУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»
e-mail: petrova_orel@mail.ru

УДК 657.6:658.168.5

Ильина А.Д.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ ПРИ РЕОРГАНИЗАЦИИ В ФОРМЕ СЛИЯНИЯ

В статье рассмотрены особенности формирования бухгалтерской отчетности при осуществлении реорганизации в форме слияния. Приведены основные этапы процедуры слияния, рассмотрено их документальное оформление. Раскрыты методические подходы к учету финансовых результатов в процессе реорганизации, закрытию бухгалтерского счета по учету прибылей и убытков, формированию показателей бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Ключевые слова: реорганизация, слияние, «альтернативная ликвидация», передаточный акт, заключительная бухгалтерская отчетность, вступительная бухгалтерская отчетность.

В современных условиях рыночной экономики предпринимательская деятельность нуждается организацию осуществить реорганизацию [7]. Реорганизация – это один из способов прекращения деятельности предприятия или образования нового, при котором происходит переход прав и обязанностей к другим юридическим лицам, то есть правопреемство [3].

Данная процедура позволяет вывести организацию из кризисного состояния, оптимизировать ее расходы, а также расширить сферу предпринимательской деятельности.

Решение о реорганизации фирмы принимает высший орган управления, а именно:

1. При добровольной реорганизации решение принимает собственник фирмы, следуя собственными целям, не противоречащим действующему законодательству.
2. При вынужденной реорганизации решение также принимает собственник формы, однако к данному процессу его обязывают нормы действующего законодательства.
3. При принудительной реорганизации решение принимают уполномоченные государственные органы, а также реорганизация осуществляется по решению суда.

В соответствии с Гражданским кодексом РФ одной из форм реорганизации организации является слияние. Слиянием признается создание нового юридического лица путем объединения двух и более юридических лиц с передачей созданному обществу всех прав и обязанностей реорганизуемых обществ (рис. 1).

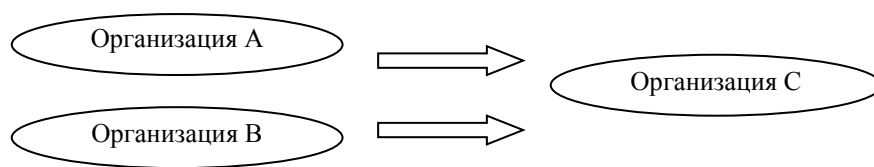


Рисунок 1 – Принцип слияния организаций

При этом юридические лица, принимающие участие в слиянии, прекращают свою предпринимательскую деятельности. Реорганизация в форме слияния завершается с момента государственной регистрации возникшего юридического лица.

Процедуру слияния компаний называют «Альтернативной ликвидацией». Это связано тем, что данная процедура завершает предпринимательскую деятельность убыточных организаций с минимальными потерями [4].

В форме слияния может быть реорганизовано любое юридическое лицо, однако существуют следующие случаи, при которых реорганизация осуществляется с согласия антимонопольного органа:

- при превышении 3 млрд. руб. суммарной стоимости активов организаций по бухгалтерскому балансу по состоянию на последнюю отчетную дату, предшествующую дате представления прошения о реорганизации;
- при превышении величины суммарной стоимости активов организации, по последним данным баланса установленной Правительством РФ.

Процесс слияния является трудоемким и требует специальных знаний. В таблице 1 представлена последовательность шагов на первом этапе слияния компаний.

Следующий этап слияния компаний предусматривает подготовку передаточного акта – документа, в соответствии с которым юридические права и обязанности каждой организации переходят к созданному юридическому лицу.

Передаточный акт утверждается собственниками или органами, принявшими решение о реорганизации данной организации. В соответствии с ГК РФ передаточный акт содержит:

- правопреемство по всем обязательствам в отношении всех кредиторов и дебиторов;
- порядок определения правопреемства в связи с изменением вида, состава, стоимости имущества, возникновением, изменением, прекращением прав и обязанностей реорганизуемой организации, произошедшие после даты, на которую составлен передаточный акт.

Передаточный акт представляется совместно с учредительными документами для государственной регистрации созданного предприятия или внесения изменений в учредительные документы существующих юридических лиц.

Таблица 1 – Последовательность действий на начальном этапе слияния компаний

№	Основные действия	Сроки осуществления
1	Принятие решения о реорганизации осуществляется общим собранием участников организации	Сроки реорганизации определяются собственниками организаций
2	Утверждение договора о слиянии организаций, где определены порядок и условия реорганизации	Сроки осуществления определяются собственниками организаций
3	Подача решения о слиянии организаций в регистрирующий орган ИФНС с письменным сообщением о реорганизации	Осуществляется в течение 3-х рабочих дней после даты принятия решения. ИФНС делает запись в госреестре о начале реорганизации
4	Информирование в письменном виде органов ПФР и ФСС о предстоящей реорганизации	Осуществляется в течение 3-х рабочих дней после даты принятия решения
5	Письменное уведомление кредиторов организаций	Осуществляется в течение 5-х рабочих дней с момента подачи заявления в ИФНС
6	Публикация от имени всех участников реорганизации уведомлений в специальных печатных изданиях	Дважды с периодичность 1 раз в месяц
7	Подготовка учредительных документов новой организации, созданной путем слияния	Срок не установлен
8	Проведение инвентаризации имущества и обязательств организаций участвующих в слиянии	Осуществляется перед составлением передаточного акта
9	Подача документов на государственную регистрацию созданной компании	Государственная регистрация осуществляется в течение 5 рабочих дней с момента предоставления документов в соответствующие органы

В передаточном акте должен быть отражен весь объем передаваемых прав и обязанностей фирмы. Это выражается в виде отражения активов и пассивов реорганизуемого предприятия и их составляющих с указанием их общей суммы. Расшифровка активов и пассивов приводится в приложении к передаточному акту с целью предотвращения конфликтов о наличии прав на имущество или прав требования на взыскание задолженности у принимающей компании.

Составляется передаточный акт к концу отчетного периода или к дате составления промежуточной бухгалтерской отчетности, которая является основанием для характеристики и оценки передаваемого имущества и обязательств реорганизуемой компании [2].

На следующем этапе каждая компания, участвующая в слиянии, составляет заключительную бухгалтерскую отчетность на дату, предшествующую дате внесения в ЕГРЮЛ записи о реорганизации. В отчетность входят: бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах, отчет об изменениях капитала и о движении денежных средств, а также пояснительная записка и аудиторское заключение прикладывается, если фирма подлежит обязательному аудиту [1, 6]. В пояснительной записке указываются следующие данные:

- основания для проведения реорганизации;
- документы по передаче имущества и обязательств вновь созданной организации;
- документы, подтверждающие закрытие, переоформление расчетных и других банковских счетов реорганизуемой фирмы;
- сведения о снятии с учета реорганизуемой фирмы в налоговой инспекции, органах ПФР, ФСС России и др.

В заключительной бухгалтерской отчетности должны быть отражены операции, совершенные в период с подписания передаточного акта до закрытия фирм-предшественников.

Также происходит закрытие счета 99 «Прибыли или убытки» с распределением прибыли по решению учредителей компаний [10].

Все расходы, связанные со слиянием организаций, признаются прочими расходами соответствующего периода и отражаются в заключительной бухгалтерской отчетности той организации, которая их понесла. Такими расходами признаются расходы, связанные с государственной регистрацией возникшей компании, с внесением соответствующих изменений в учредительные документы и др. В отчете о финансовых результатах данные расходы отражаются отдельной строкой [12].

Стоит заметить, что после составления заключительной отчетности фирмы-предшественники не должны сдавать балансы и прочие документы, так как последним отчетным периодом для них является время с начала года до даты слияния.

Заключительным этапом слияния является составление вступительной отчетности вновь созданной организации. Вступительная бухгалтерская отчетность создается на дату внесения в ЕРГЮЛ записи о реорганизации.

Строки вступительного бухгалтерского баланса заполняются суммами соответствующих показателей заключительных балансов предшественников. Исключением являются взаимные расчеты между организациями участвующими в слиянии. Такие показатели не суммируются, так как при совпадении должника и кредитора обязательства прекращаются. Данные отчетов о финансовых результатах реорганизованных организаций во вступительной бухгалтерской отчетности не суммируются.

Особое внимание при реорганизации компаний необходимо уделить уставному капиталу компании-правопреемника [3]. Если его размер меньше, чем сумма капиталов предшественников, то разница отражается по строке бухгалтерского баланса «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)». Если же размер уставного капитала больше, то такую разницу в балансе отражать не нужно. В обоих случаях бухгалтер не составляет проводок [9]. Вступительная отчетность в ИФНС сдается после оформления или по завершении текущего квартала [4, 5].

Рассмотрим на условном примере процесс слияние двух компаний А и В. В таблице 2 приведены данные заключительной бухгалтерской отчетности компаний А и В.

Таблица 2 – Данные заключительного бухгалтерского баланса компаний А и В

Показатели	Компания А	Компания В
Внеоборотные активы	3438	3226
Оборотные активы, в т.ч.	3292	2184
Дебиторская задолженность	292	-
Баланс	6730	5410
Уставный капитал	4100	3200
Нераспределенная прибыль	300	400
Долгосрочные обязательства	2330	-
Краткосрочные обязательства, в т.ч.	-	1810
Кредиторская задолженность	-	292
Баланс	6730	5410

В результате слияния компаний образовалась новая компания С. В таблице 3 приведены показатели вступительной бухгалтерской отчетности компании С.

Таким образом, главная цель слияния организаций – это получение эффекта синергизма. При этом слияние признается эффективным в том случае, когда при объединении двух и более компаний, новая компания должна получиться больше, чем просто сумма данных компаний [8]. При достижении синергии слияние считается успешным.

Таблица 3 – Данные вступительного бухгалтерского баланса компании С, тыс. руб.

Показатели	Компания С
Внеоборотные активы	6664
Оборотные активы, в т.ч.	5184
Дебиторская задолженность*	-
Баланс	11848
Уставный капитал	8000**
Нераспределенная прибыль	-
Долгосрочные обязательства	2330
Краткосрочные обязательства, в т.ч.	1518
Кредиторская задолженность*	-
Баланс	11848

* Задолженность образовалась за счет взаиморасчетов между компаниями А и В. Данная сумма в расчеты не включается.

** Размер уставного капитала компании С увеличился за счет средств нераспределенной прибыли компаний А и В. Уставный капитал составляет 8 000 000 руб.

Процедура слияния очень трудоемкий и сложный процесс, который должен быть выполнен в соответствии с нормативами законодательства РФ и нормативной базой, а его результаты документально отражены.

Список литературы:

1. Бухгалтерский финансовый учет: учебное пособие [Текст] / Н.А. Лытнева и др. – М.: ИД «Форум»: ИНФРА, 2009. – 656 с.
2. Казакова Н.А. Финансовый анализ: учебник и практикум. – М.: Юрайт, 2015. – 539 с.
3. Кыштымова Е.А., Лытнева Н.А. Операции по увеличении уставного капитала // Аудиторские ведомости, 2005. – №6. – С. 3-10.
4. Кыштымова Е.А., Лытнева Н.А. Концепция бухгалтерского управленческого учета как информационная система в управлении прибылью коммерческих организаций // Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences. – 2012. – Т.3. – №3. – С. 7-15.
5. Кыштымова Е.А., Лытнева Н.А. Развитие информативности отчета о финансовых результатах для анализа прибыльности организации в условиях перехода к МСФО // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – №1 (31). – С. 64-69.
6. Лытнева Н.А., Малявкина Л.И., Федорова Т.В. Бухгалтерский учет: учебник. – М.: Форум: Инфра-М, 2006. – 296 с.
7. Лытнева Н.А. Развитие малого и среднего предпринимательства в условиях экономического кризиса: монография. – Орёл: Изд-во ОрелГИЭТ: ИП Приходько, 2009. – 186 с.
8. Лытнева Н.А., Сысоева О.Н. Развитие инновационных методов в управлении результативностью хозяйственных систем // Вестник ОрелГАУ. – 2012. – №3 (36). – С. 3-7.
9. Малков Н.С. Слияние как форма реорганизации: учетно-аналитическое обеспечение и документальное оформление процедуры // Молодой ученый. – 2015. – №11. – С. 903-907.
10. Методические указания по формированию бухгалтерской отчетности при осуществлении реорганизации организаций. Утверждены приказом Минфина РФ от 20.05.2003 №44н, с изменениями от 04.08.2008 №73н, от 25.10.2010 №132н.
11. Романенко И. В. Экономика предприятия // Финансы и статистика. – 2011. – С. 14-22.
12. Лытнева Н.А., Сысоева О.Н. Исследование стратегического управления прибылью в инновационной среде // Вестник ОрелГИЭТ. – 2012. – №4 (22). – С. 37-41.

Ильина Ангелина Дмитриевна

студентка 4 курса факультета экономики и управления

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: angelino4ka11@rambler.ru

Научный руководитель

Лытнева Наталья Алексеевна

д.э.н., профессор кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: ukap-lytneva@yandex.ru

Маклакова М.Е., Ханенко М.Е.

СОСТАВЛЕНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО БАЛАНСА ПО ВИДАМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Традиционная форма бухгалтерского баланса неудобна для целей управления, так как в ней нет четкой взаимосвязи остатков активов и обязательств с реальным движением денежных средств. Преобразование традиционного баланса в управленческий баланс по видам деятельности помогает обеспечить прозрачность отчетности и сделать баланс более понятным и информативным для пользователя.

Ключевые слова: управленческий баланс, управленческий учёт, управленческие решения, денежные средства, бухгалтерский баланс.

Главная цель управленческого учёта состоит в предоставлении руководству информации, необходимой для эффективной работы организации. Управленческий учёт не так строго регламентируется законом, как налоговый или финансовый учёт, так как он ведётся на основании информационных потребностей конкретного предприятия.

Чаще всего внедрение такого учёта происходит по инициативе руководства, когда предоставляемой на предприятии информации становится недостаточно.

Управленческий учёт предоставляет руководству информацию о запасах, о прибыли, о формировании себестоимости, о доходах и расходах предприятия.

Когда информация слишком детальная и часто предоставляется, то она становится неудобной для восприятия, так как в ней содержится много избыточной информации, не позволяющей сосредоточиться на главном.

Управленческая отчётность составляется, опираясь на рекомендации, которые содержатся в положении по управленческому учёту – «Основы отчетной информации для менеджеров». Данное положение содержит множество эффективных рекомендаций по формированию отчётности. Также в нём можно найти советы по налаживанию информационного взаимодействия, о форматах отчётов, своевременности их предоставления.

Многие фирмы, которые сталкивались с задачей формирования управленческого баланса (в том числе для системы бюджетирования), отмечают, что традиционная форма бухгалтерского баланса не приспособлена для целей управления.

Задачами управленческого баланса являются:

1. Управление активами и обязательствами.

С помощью управленческого баланса можно проследить, куда вложены денежные средства, взятые у акционеров или кредиторов, а также узнать, кто ими управляет.

2. Прогнозирование финансового состояния.

Такая потребность есть не только у менеджмента, но и у кредиторов. Для кредиторов финансовое состояние заёмщиков является очень важным фактором, за которым они внимательно следят. Ведь организация, способная управлять своим балансом, в том числе качественно планировать его показатели, имеет гораздо меньше рисков получить проблемы с кредиторами.

3. Балансировка.

Наличие прогнозного баланса позволяет использовать в бюджетной системе двойную запись, которая дает гарантию, что бюджет сбалансирован и ничего не потерялось. Например, если планируемая оплата меньше закупки, в балансе появится обязательство – кредиторская задолженность.

Помимо решения задач, управленческий баланс должен отвечать требованиям, предъявляемым к его формату:

1. Прозрачная связь с другими формами отчетности.

Необходимо, чтобы пользователь мог видеть взаимосвязь элементов баланса и других

форм отчетности – отчет о движении денежных средств, отчет о доходах и расходах, не прибегая при этом к сложным вычислениям.

2. Удобство разделения на объекты управления.

Объектами управления являются виды деятельности и центры ответственности.

3. Поддержка управления эффективностью.

Баланс должен позволять управлять эффективностью вложенного капитала.

В теории управленческого учета нет классической модели бухгалтерского баланса. Поэтому организация вынуждена брать бухгалтерский баланс и всячески его дорабатывать, например, расширяя аналитику. Но структура бухгалтерского баланса, как уже отмечалось ранее, не подходит для целей управления.

Бухгалтерский баланс направлен на потребности внешних пользователей и, в первую очередь, на оценку рисков компании (платежеспособность, ликвидность).

Для того чтобы сделать баланс подходящим для управленческой отчетности, необходимо перестроить его формат таким образом, чтобы главным его элементом стал вид деятельности.

Вид деятельности – основное положение отчета о движении денежных средств, в котором отражается вся деятельность организации. Рассмотрим в таблице 1 основные характеристики видов деятельности предприятий.

Таблица 1 – Краткие характеристики видов деятельности

Характеристика	Деятельность		Финансовая деятельность
	инвестиционная деятельность	текущая деятельность	
Принятие решений	Медленное	Быстрое	Обеспечивает текущую и инвестиционную деятельность
Типовой показатель	NPV	Прибыль	
Оценка результатов	На долгосрочном горизонте	На краткосрочном горизонте	
Управление	Бизнес-планы	Годовые бюджеты	
Ответственность	Стратегические подразделения (стратегия, инвестиции)	Операционные подразделения (сбыт, закупки, производство)	Финансовые подразделения

Далее рассмотрим структуру управленческого баланса по видам деятельности, состоящую из следующих разделов:

- Основной капитал – активы и обязательства от инвестиционной деятельности.
- Текущий оборотный капитал – активы и обязательства, связанные с операционной деятельностью.
- Заёмный капитал – весь капитал, предоставляемый кредиторами за проценты. Включает в себя краткосрочный и долгосрочный долг.
- Капитал – общая стоимость средств организации, принадлежащих ей на праве собственности и используемых для формирования некоторой части активов.
- Денежные средства – выделяются в отдельную секцию, поскольку деньги возникают и используются во всех видах деятельности.

Видно, что в структуре управленческого баланса отсутствует привычное нам разделение на активы и пассивы и выделение таких разделов, как «Оборотные активы», «Внеоборотные активы» и так далее.

После составления основы структуры управленческого баланса необходимо распределить балансовые статьи в зависимости от их экономического смысла по выделенным разделам.

Далее следует «раскидать» статьи по новой структуре управленческого баланса.

В процессе составления баланса по видам деятельности нужно иметь в виду, что некоторые статьи традиционного баланса могут быть связаны, например, и с текущей, и с инвестиционной деятельностью. Для того чтобы разделить такие статьи между видами деятельности, необходимо усовершенствовать аналитический учет и ввести в первичные документы и регистры, различные коды по видам деятельности. Возможно также выделение субсчетов по видам деятельности на счетах учета расчетов.

Рассмотрим способ преобразования бухгалтерского баланса в управленческий баланс по видам деятельности:

- «Внеоборотные активы» традиционного баланса переносим в раздел «Основной капитал» управленческого баланса по видам деятельности.

- «Оборотные активы» – статьи «Запасы», «Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям» и «Дебиторская задолженность» отражаем в разделе «Текущий оборотный капитал». Статья «Прочие оборотные активы» также переносим в «Текущий оборотный капитал», а «Денежные средства» отражаем отдельной строкой. Статью «Финансовые вложения» включаем в раздел «Основной капитал».

- Все статьи раздела «Капитал и резервы» традиционного баланса переносим в раздел «Капитал» нового управленческого баланса.

- «Долгосрочные обязательства» отражаем в разделе «Заемный капитал».

- «Краткосрочные обязательства». Статья «Заёмные средства» связана с финансовой деятельностью, поэтому её следует включить в раздел «Заемный капитал».

Для наглядности в таблице 2 представлен управленческий баланс по видам деятельности (тыс. руб.).

Таблица 2 – Баланс по видам деятельности

№	Статьи	31.12.2014	31.12.2015
1	2	3	4
1	Основной капитал (стр. 2–стр.7)	416 305	503 103
2	Активы (+) (сумма стр. 3–6), в том числе	475 737	525 444
3	основные средства и нематериальные активы	281 470	233 604
4	незавершенное строительство	1 867	6 928
5	финансовые вложения	140 884	180 497
6	прочие инвестиционные активы	51 516	82 074
7	Пассивы (–), в том числе	59 432	22 341
8	инвестиционная кредиторская задолженность	59 432	22 341
9	Текущий оборотный капитал (стр. 10–стр. 15)	534 717	251 931
10	Активы (+)	673 765	344 021
11	запасы	476 947	260 414
12	дебиторская задолженность	185 163	76 782
13	прочая дебиторская задолженность по текущей деятельности	736	176
14	налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	10919	4364
15	Пассивы (–)	139 048	92 090
16	текущая кредиторская задолженность перед поставщиками	91 206	35 776
17	зadolженность перед персоналом организации	16 418	16 048
18	зadolженность перед государственными внебюджетными фондами	2 827	3 084
19	зadolженность по налогам и сборам	6 961	27 460
20	прочие краткосрочные обязательства	21 636	9 722
21	Денежные средства	33 548	47 435
22	Капитал – финансовая деятельность (стр. 23 + стр. 24)	296 713	328 181

Продолжение таблицы 2

1	2	3	4
23	Капитал и резервы (без нераспределенной прибыли)	112 661	112 650
24	Нераспределенная прибыль	184 052	215 531
25	Заёмный капитал – финансовая деятельность (стр. 26 + стр. 27)	335 178	188 626
26	Долгосрочные займы и кредиты полученные	34 492	23 626
27	Краткосрочные займы и кредиты полученные	300 686	165 000
28	Собственный и заемный капитал (стр. 22 + стр. 25)	631 891	516 807
29	Инвестированный капитал (стр. 1 + стр.9 + стр. 21)	984 570	802 469
30	Итого активов (стр. 2 + стр.10 + стр. 21)	1 183 050	916 900

На основании рассмотренных данных можно сделать вывод о преимуществах управленческого баланса по видам деятельности:

- Возможность составления прогнозного баланса путем суммирования начальных остатков из управленческого баланса по видам деятельности и соответствующих денежных потоков из отчета о движении денежных средств.

- Возможность сопоставления с отчетом о движении денежных средств.

- Возможность использования при управлении по центрам ответственности.

Таким образом, можно сделать вывод, что управленческий баланс по видам деятельности намного проще анализировать, и, соответственно, такой баланс значительно упрощает работу менеджеров организации. Такой баланс является более информативным и более эффективным для принятия управленческих решений.

Список литературы:

1. Адамов Н., Адамова Г. Внутренняя управленческая отчетность: принципы, виды и методы составления: учеб. пособие. – М.: Инфра-М, 2013. – 65 с. – ISBN 978-5-49807-581-5.
2. Афанасьев И.А. Построение баланса для целей управления [Электронный ресурс] // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2013. – №3. – Режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/2013/03/1643> (дата обращения: 12.12.2015).
3. Вахрушина М.А. Управленческий анализ: учебное пособие. – 6-е изд., испр. – М.: Омега-Л, 2010. – 399 с. – ISBN 978-5-370-01179-5.
4. Дусаева Е.М. Бухгалтерский управленческий учет: теория и практические задания: учеб. пособие. – М.: Инфра-М, 2011. – 132 с. – ISBN 978-5-392-03056-9.
5. Иванов В.В., Хан О.К. Управленческий учет для эффективного менеджмента: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 208 с. – ISBN 978-5-8424-0507-7.
6. Кондраков Н.П., Иванова М.А. Бухгалтерский управленческий учет: учеб. пособие для вузов. – М.: Инфра-М, 2012. – 368 с. – ISBN 978-5-392-03056-9.
7. Кондраков Н.П. Бухгалтерский (финансовый, управленческий) учет: учебное пособие. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Проспект, 2012. – 504 с. – ISBN 978-5-222-15586-8.
8. Бухгалтерский учет [Электронный ресурс]: учебное пособие / С.П. Суворова и др. – М.: КноРус, 2014. – 340 с. – Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=53381.

Маклакова Маргарита Евгеньевна

студентка 4 курса факультета экономики и управления

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: rita.maklakova@mail.ru

Ханенко Мария Евгеньевна

к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: hmae@yandex.ru

Сушкина Т.С., Лытнева Н.А.

**ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ:
ОЦЕНКА И ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ**

В статье рассмотрены методические подходы к анализу и оценке финансовой устойчивости предприятий, которые позволяют систематизировать последовательность изучения собственного капитала для определения его достаточности или недостатка, доходов и расходов, уровня их соотношения, активов предприятия и степени их ликвидности. Для оценки уровня финансовой устойчивости рассмотрен ряд коэффициентов, характеризующих ситуацию, сложившуюся на предприятии для принятия управленческих решений.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, стабильность, ликвидность, капитал, коэффициенты, рентабельность, прибыльность, платежеспособность.

Финансовая устойчивость представляет собой характеристику, свидетельствующую о стабильном положении предприятия: о превышении доходов над расходами, свободном распоряжении денежными средствами и эффективном их использовании, бесперебойном процессе производства и реализации продукции [8].

Стабильность финансового положения предприятия обеспечивается достаточной долей собственного капитала в составе источников финансирования. Достаточная доля собственного капитала означает, что заемные источники финансирования используются предприятием лишь в тех пределах, в которых оно может обеспечить их полный и своевременный возврат. С этой точки зрения краткосрочные обязательства по сумме не должны превышать стоимости ликвидных активов. В данном случае ликвидные активы – это не все оборотные активы, которые можно быстро превратить в деньги без ощутимых потерь стоимости по сравнению с балансовой, а только их часть. В составе ликвидных активов могут быть приняты: запасы и незавершенное производство. Речь идет лишь о тех ликвидных активах, превращение которых в деньги является естественной стадией их движения. Кроме самих денежных средств и финансовых вложений, сюда относятся дебиторская задолженность и запасы готовой продукции, предназначенной к продаже.

Доля перечисленных элементов оборотных активов в общей стоимости активов предприятия определяет максимально возможную долю краткосрочных заемных средств в составе источников финансирования [10].

Остальная стоимость активов должна быть профинансирована за счет собственного капитала или долгосрочных обязательств [13]. Исходя из этого, определяется достаточность или недостаточность собственного капитала. Из изложенного следуют два вывода.

1. Необходимая (достаточная) доля собственного капитала в составе источников финансирования индивидуальна для каждого предприятия и на каждую отчетную или планируемую дату; она не может оцениваться с помощью каких-либо нормативных значений.

2. Достаточная доля собственного капитала в составе источников финансирования – это не максимально возможная его доля, а разумная, определяемая целесообразным сочетанием заемных и собственных источников, соответствующих структуре активов.

Для анализа финансовой устойчивости применяется ряд коэффициентов. Они показывают уровень финансовой устойчивости, но не отвечают на вопрос, достаточен ли такой уровень. Их расчет производится по показателям планового или фактического баланса активов и пассивов. Уровень коэффициентов может служить отправной точкой для оценки финансовой устойчивости, однако с некоторыми оговорками и уточнениями.

К традиционным коэффициентам оценки финансовой устойчивости предприятия относятся:

1. Коэффициент автономии (Ка), который показывает фактическую или плановую долю собственного капитала в составе всех источников финансирования:

$$\text{Коэффициент автономии} = \text{Собственный капитал} / \text{Активы} \quad (1)$$

2. Коэффициент финансирования (Кф) показывает соотношение заемных и собственных источников финансирования без разделения заемных источников на долгосрочные и краткосрочные:

$$\text{Кф} = \text{Собственный капитал} / \text{Заемный капитал} \quad (2)$$

Рассмотрим коэффициент автономии и коэффициент финансирования во взаимосвязи. Очевидно, что они находятся в функциональной зависимости:

$$З_к - C_к = A \quad (3)$$

$$K_ф = \frac{A - C_к}{C_к} = \frac{A}{C_к} - 1 = \frac{1}{K_а} - 1 \quad (4)$$

Каждый из этих коэффициентов указывает на один и тот же аспект финансовой устойчивости предприятия: меру его зависимости от заемных источников финансирования. Однако зависимость от долгосрочных заемных источников – это не то же самое, что зависимость от краткосрочных обязательств, необоснованно большие суммы которых могут привести к неплатежеспособности предприятия. Долгосрочные заемные средства по своей сути могут быть приравнены к собственному капиталу. Поэтому ни один из двух рассмотренных коэффициентов не может иметь самостоятельного значения без уточнения состава заемных источников, т.е. без деления их на долгосрочные и краткосрочные.

3. Коэффициент долгосрочной финансовой независимости (Кдн). Он рассчитывается по формуле

$$K_{дн} = \frac{C_к + З_{кд}}{A}, \quad (5)$$

где $З_{кд}$ – долгосрочные заемные средства.

Коэффициент показывает, какая часть общей стоимости активов предприятия сформирована за счет наиболее надежных источников финансирования, т.е. не зависит от краткосрочных заемных средств. По существу, это уточненный коэффициент автономии. Если в составе пассивов предприятия есть долгосрочные обязательства, целесообразно вместо коэффициента автономии использовать коэффициент долгосрочной финансовой независимости. В этих условиях возможен и уточненный коэффициент финансирования (Кфу):

$$K_{фу} = \frac{З_{кк}}{C_к + З_{кд}} = \frac{A - C_к - З_{кд}}{C_к + З_{кд}} = \frac{A}{C_к + З_{кд}} - 1 = \frac{1}{K_{дн}} - 1, \quad (6)$$

где $З_{кк}$ – краткосрочные заемные средства.

Следующие два коэффициента отражают другой аспект финансовой устойчивости – долю собственных оборотных средств, т.е. источника финансирования оборотных активов, в составе собственного капитала. Собственные оборотные средства – наиболее мобильная часть собственного капитала, поэтому коэффициенты, связанные с оценкой их доли, называются коэффициентами маневренности [12].

4. Коэффициент маневренности собственного капитала (Км). Он рассчитывается следующим образом:

а) при наличии в составе источников финансирования долгосрочных обязательств:

$$K_{дн} = \frac{C_k + Z_{кд} - A_v}{C_k} \quad (7)$$

где A_v – балансовая стоимость внеоборотных активов;

б) при отсутствии в составе источников финансирования долгосрочных обязательств:

$$K_{н} = \frac{C_k - A_v}{C_k}. \quad (8)$$

Из рассмотренных коэффициентов самостоятельное значение имеют лишь два: коэффициент долгосрочной финансовой независимости либо заменяющий его уточненный коэффициент финансирования (при отсутствии долгосрочных заемных средств они превращаются соответственно в коэффициент автономии и коэффициент финансирования) и коэффициент маневренности собственного капитала [7].

Выберем для дальнейшего рассмотрения соотношения заемных и собственных источников финансирования уточненный коэффициент финансирования (как можно было бы выбрать для этой цели любой другой из названных коэффициентов). Таким образом, в дальнейшем мы будем рассматривать уточненный коэффициент финансирования и коэффициент маневренности собственного капитала как показатели, с помощью которых можно оценить уровень финансовой устойчивости предприятия [6].

Оба коэффициента, рассчитанные по фактическим или плановым данным баланса активов и пассивов, лишь отражают сложившийся их уровень. Необходимый уровень любого показателя, измеряемого в форме относительной величины, может быть установлен лишь в увязке с целевым назначением показателя. Начнем с уточненного коэффициента финансирования. Он измеряет степень зависимости предприятия от краткосрочных заемных средств. Но в его расчете участвуют только данные пассива баланса без сопоставления с данными актива. Между тем каждая форма финансирования активов соответствует по своей сути определенным элементам самих активов [5, 9].

Если доля краткосрочных заемных средств не в составе пассивов не превышает долю ликвидных активов либо в форме денежных средств и финансовых вложений, либо непосредственно предназначенных для превращения в деньги в составе активов, уточненный коэффициент финансирования можно считать нормальным. В случае, когда уровень уточненного коэффициента финансирования выше доли названных ликвидных активов, краткосрочные заемные источники финансирования надо уменьшать за счет соответствующего увеличения собственного капитала или долгосрочных обязательств. Иначе предприятие окажется в ситуации, когда в счет погашения краткосрочных долгов придется реализовать элементы активов, предназначенные не для продажи, а для использования в процессе осуществления деятельности (запасы, внеоборотные активы).

Коэффициент маневренности собственного капитала базируется на величине собственных оборотных средств. Однако доля последних в собственном капитале при суммарной стоимости собственного капитала и долгосрочных обязательств не отвечает на вопрос о достаточности или недостаточности собственных источников финансирования оборотных активов. На этот вопрос может ответить лишь сопоставление той части стоимости оборотных активов, которые по своей сути должны финансироваться за счет собственных источников с фактическим наличием собственных оборотных средств. Если их соотношение близко к единице, коэффициент маневренности собственного капитала можно считать достаточным для данного предприятия на определенную дату [4].

В частности, запасы в зависимости от учетной политики, принятой предприятием, могут отражаться в балансе по себестоимости каждой единицы, либо по средней себестоимости, либо по себестоимости первых по времени приобретения запасов. Для оценки финансовой устойчивости предприятия необходимые запасы целесообразно принимать в расчет по одному из первых трех методов их учета [1].

В составе дебиторской задолженности может иметь место долгосрочная задолженность покупателей и других дебиторов, которая по существу является внеоборотным активом и поэтому не может иметь в качестве источника финансирования краткосрочные заемные средства.

Кредиторская задолженность. Она может включать и долгосрочные долги кредиторам, которые при оценке финансовой устойчивости должны рассматриваться как долгосрочные обязательства [14].

Таким образом, для оценки финансового положения предприятия необходимо выбрать из совокупности коэффициентов те, которые наиболее качественно охарактеризуют состояние и результативность его деятельности в целях принятия управленческих решений.

Список литературы:

1. Гончаров П.В., Лытнева Н.А. Аналитические возможности бухгалтерской (финансовой) отчетности в управлении инновационно-инвестиционной деятельностью предприятий АПК // Фундаментальные исследования. – 2015. – №2. – Часть 5. – С. 1017-1022.
2. Кибанов А.Я. Основы управления персоналом. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 62 с.
3. Корнюшин В.Ю. Основы управления персоналом. – М.: МИЭМП, 2011. – 237 с.
4. Кыштымова Е.А., Лытнева Н.А. Инструменты механизма внутрифирменного и стратегического планирования промышленных предприятий // Вестник ОрелГИЭТ. – 2014. – №1 (27). – С. 50-56.
5. Лытнева Н.А. Управление системными изменениями // Вестник ОрелГИЭТ. – 2008. – №4 (6). – С. 72-83.
6. Лытнева Н.А., Малявкина Л.И., Федорова Т.В. Бухгалтерский учет: учеб. для студентов учреждений сред. проф. образования, обучающихся по группе специальностей 0600 Экономика и упр. – М.: Форум, 2006. – 495 с.
7. Лытнева Н.А. Методологическая концепция учета, анализа и аудита собственного капитала: монография. – Орел: ООО ПФ «Картуш», 2006. – 548 с.
8. Лытнева Н.А., Семенов С.Г. Методика определения вероятности банкротства организаций в российской и зарубежной практике // Вестник ОрелГИЭТ. – 2010. – №2. – С. 52-57.
9. 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.
10. Лытнева Н.А., Боброва Е.А., Федорова Т.В. Учет, анализ и аудит внешнеэкономической деятельности коммерческих организаций: учебное пособие. – М.: Форум, 2009. – 320 с.
11. Макарова И.К. Управление персоналом: учебник. – М.: Юриспруденция, 2010. – 134 с.
12. Пьянова Н.В., Лытнева Н.А. Концептуальные направления развития инновационных способов оценки денежных потоков в механизме управления предприятиями малого и среднего бизнеса // Вестник ОрелГИЭТ. – 2013. – №1 (23). – С. 61-69.
13. Сысоева О.Н., Лытнева Н.А. Исследование стратегического управления прибылью в инновационной среде // Вестник ОрелГИЭТ. – 2012. – №4 (22). – С. 37-41.
14. Экопс Консалтинг, компания №1 в области управления персоналом [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.ecopsy.ru>.

Сушкина Татьяна Сергеевна

*бакалавр 4 курса факультета «Государственное, муниципальное
управление и экономика народного хозяйства»
ФГБОУ ВО «РАНХиГС» (Орловский филиал)
e-mail: sts040595@mail.ru*

Лытнева Наталья Алексеевна

*д.э.н., профессор кафедры «Менеджмент и государственное управление»
ФГБОУ ВО «РАНХиГС» (Орловский филиал)
профессор кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: ukap-lytneva@yandex.ru*

Тюрин В.В.

СУЩНОСТЬ ОТЧЁТА О ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ И МЕТОДИКА ЕГО СОСТАВЛЕНИЯ

Бухгалтерская отчётность предприятия является завершающим этапом учётного процесса. Бухгалтерская отчётность служит основным источником информации о деятельности предприятия. Тщательное изучение бухгалтерских отчётов раскрывает причину достигнутых успехов, а также недостатков в работе предприятия, способствует поиску путей совершенствования его деятельности. Внешние пользователи бухгалтерской информации получают возможность по данным отчётности оценить финансовое положение потенциальных партнеров.

Ключевые слова: учет, финансовые результаты, отчётность, метод, показатели, доходы, расходы, информация.

Наиболее важным финансовым показателем для организации является прибыль. В настоящее время информация о формировании и использовании прибыли является одним из основных элементов мониторинга организации, который характеризует сведения, указанные в бухгалтерском балансе в части сформированного финансового результата [11].

По мнению Лытневой Н.А., «... в настоящее время проблема качества финансовой информации остается по-прежнему актуальной для российской экономики...» [4, с. 64]. Исследование показателей формирования прибыли свидетельствует об их изменении в процессе развития системы бухгалтерского учета под воздействием различных факторов. За последнее время бухгалтерские показатели и их состав в России претерпели ряд изменений в связи с реализацией Программы реформирования бухгалтерского учета.

Работа предприятий в условиях рыночной экономики требует эффективного ведения хозяйства [7, с. 118]. С этой целью необходимо систематически проводить оценку показателей ее развития. Основным источником для анализа является бухгалтерская финансовая отчетность. По данным бухгалтерского баланса осуществляется структурно-динамическая оценка имущественного положения предприятия, вертикальный и горизонтальный анализ состава и структуры имущества, тенденции изменения его стоимости, состав активов [2, с. 1118].

Усложнение хозяйственных связей и механизм рыночных отношений, появление новых инструментов рынка, методов и средств управления производственно-хозяйственной деятельности вызвали необходимость дополнительной информации, обеспечивающей успешное функционирование организации в этих условиях [3, с. 7].

Как отмечает Лытнева Н.А., основными показателями бухгалтерской отчетности о финансовых результатах организации являются доходы, расходы, промежуточные результаты по видам деятельности, конечный финансовый результат за отчетный период и чистая прибыль [9, с. 36].

При формировании отчёта о финансовых результатах, согласно ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации», следует исходить из двух методологических допущений:

1) Непрерывности деятельности, которая предполагает следующее: если не имеется никаких признаков того, что организация закрывается, отчеты составляются в соответствии с учетными принципами и правилами признания и оценки активов, установленными учетной политикой организации. Если же ожидается, что организация прекратит свою деятельность, отчётность может быть составлена исходя из того, что все активы будут проданы по ликвидационной стоимости;

2) Соответствия, согласно которым расходы должны быть отнесены к периоду возникновения затрат, связанных с получением доходов, а не в момент оплаты. Доходы, в свою очередь, должны быть отнесены не к периоду продажи товаров и оказания услуг, а к периоду

поступления средств.

В прошлом для представления сведений о прибылях и убытках использовалось огромное количество отчётных форм с подробным рассмотрением показателей в них. Это создавало иллюзии о том, что информация обладает огромными аналитическими возможностями. Административно-плановые методы управления предполагали получение от организации данных о взаимоувязке ряда показателей отчетности. Большая часть информации о финансовых результатах создавалась по принципу быстрой передачи в соответствующие органы без учета потребностей в информации организации.

В настоящее время «Отчет о финансовых результатах» не нагружен лишней информацией и является довольно сжатым. В нем приводятся фактические показатели выручки, затрат по продаже продукции, коммерческие и управленческие расходы и т. п. за текущий и прошедший периоды.

Структура отчёта о финансовых результатах в России создана в соответствии со стандартами МСФО (Международные стандарты финансовой отчетности). Отличия возникают лишь в методике расчёта некоторых показателей.

Назначением этого отчета является характеристика финансовых результатов предприятия за отчётный период. Благодаря отчёту о финансовых результатах пользователи получают возможность:

- судить о финансовых результатах деятельности организации за отчетный период;
- оценить качество роста прибыли;
- правильно построить отношения с имеющимися заказчиками;
- оценить возможные риски предпринимательства, размеры чрезвычайных расходов и доходов.

Сущность отчёта о финансовых результатах состоит в том, чтобы показать, каким образом и на каких условиях формировалась прибыль. Основной особенностью данного отчёта в России являются данные о трёх составляющих затрат на производство, которые последовательно вычитаются из выручки при формировании финансового результата. Этими составляющими являются: себестоимость продаж, коммерческие и управленческие расходы.

В международной практике различают два метода составления отчета:

- отчет-брутто;
- отчет-нетто.

Отчёт-брутто в разделе доходы содержит информацию по продажной стоимости продукции и, соответственно, о себестоимости проданной продукции. Такой метод построения увеличивает аналитические возможности бухгалтерского учета финансовых результатов.

Отчёт-нетто подразумевает отражение финансового результата как разность между всеми доходами предприятия, включая выручку, и всеми его расходами, включая себестоимость продаж.

По структуре отчёта о финансовых результатах различают многоступенчатую и одноступенчатую форму. При многоступенчатой форме отчёт создается согласно экономической концепции прибыли. Он показывает, как из оборотов по продаже вычитаются соответствующие им затраты, таким образом характеризуя промежуточные показатели чистой прибыли. Вместе с доходами и расходами от основного вида деятельности выделяют в отдельную строку прочие доходы и расходы. Такое выделение даёт понятие, насколько качественна эта прибыль, то есть, какая её часть обеспечивается доходами от основных видов деятельности, а какая – от прочих. Многоступенчатая форма отчетности используется в российской практике, она дает возможность осуществлять маржинальный анализ прибыли.

В одноступенчатой форме отчетности чистая прибыль вычисляется как общая сумма доходов, собранная в одной части отчета, из которой вычитается общая сумма расходов, соответственно, собранная во второй части отчета.

Зарубежные компании пользуются как многоступенчатой, так и одноступенчатой формами отчетности.

В отечественной практике в отчете о финансовых результатах предусмотрен ряд ос-

новых показателей: выручка, себестоимость продаж, доходы, расходы и прибыль [10].

Согласно требованиям ПБУ 9/99 «Доходы организации» и ПБУ 10/99 «Расходы организации» под доходами (расходами) понимается увеличение (уменьшение) экономических выгод в результате поступления (выбытия) активов и (или) погашения (возникновения) обязательств, приводящее к увеличению (уменьшению) капитала, за исключением изменения вкладов участников. Доходы и расходы согласно ПБУ 9/99 и 10/99 делятся на доходы и расходы от обычных видов деятельности и прочие доходы и расходы. Для целей бухгалтерского учета предприятие самостоятельно определяет, что является доходами от основных видов деятельности, а что является прочими доходами и расходами. Разделение это происходит в зависимости от характера деятельности предприятия, способов получения доходов и их видов.

В отечественной бухгалтерской финансовой отчетности расчёт прибыли происходит как превышение доходов над расходами [5]. При этом основную роль для создания форм отчетности играет показатель «Выручка». Он исчисляется в денежном выражении, равной величине поступления денежных средств и иного имущества и величине дебиторской задолженности. В основу расчёта выручки заложен принцип начисления. В ПБУ 9/99 и ПБУ 10/99 определены условия, необходимые для признания в бухгалтерском учете выручки и расходов [6]. Если эти условия не соблюдаются, то признаётся не выручка и расходы, а дебиторская и кредиторская задолженности. Выручка в отчетности, как правило, показывается в оценке-нетто за минусом НДС и акцизов, стоимости возвращенных товаров и скидок с цен.

Для формирования финансовых результатов от обычных видов деятельности используется показатель себестоимости проданной продукции. Показатель себестоимости создаётся на основании совокупности расходов от обычного вида деятельности признанных в отчётном и прошедшем периоде, а также переходящих расходов с учетом корректировок. Эти корректировки зависят от особенности предприятия ведения деятельности. При этом управленческие и коммерческие расходы могут отражаться в себестоимости полностью. При этом следует учитывать, что в бухгалтерской отчетности отражаются расходы, признанные для целей бухгалтерского учета, которые в налоговом учете могут быть не признаны. В соответствии со ст. 252 НК РФ произведенные расходы признаются в налоговом учете в том случае, если они обоснованы и документально подтверждены [8, с. 75].

Бухгалтерская отчетность организации отражает финансовое состояние, формирование активов предприятия, изменения в обязательствах, доходах и расходах.

Таким образом, бухгалтерская отчетность должна содержать достоверную информацию о финансовых результатах деятельности организации. При недостатке информации для отражения полного представления о финансовом положении организации вправе ввести дополнительные показатели и пояснения к ним в отчетность. Таким пояснением может быть расшифровка отдельных статей отчёта о финансовых результатах.

По всем показателям бухгалтерской отчетности должны быть представлены сведения как минимум за два года, если только отчёт не составляется за первый отчётный год. В этом случае данные приводятся лишь за один год. Предприятие имеет право предоставить информацию и более чем за два года. Для этого в отчёте добавляются новые строки и графы.

При несопоставимости данных за отчётный и прошедший год информация за прошедший период подлежит корректировке согласно соответствующим нормативным актам. Каждая корректировка должна быть раскрыта в пояснении с указанием причины, которая привела к изменениям.

Составление бухгалтерской отчетности требует определенного подхода, ответственности специалистов, знания формирования показателей с учетом отраслевой специфики предприятий. Информация Отчета о финансовых результатах позволяет определить показатели прибыли с разным набором показателей факторов, исчислить чистую прибыль, ее изменение, что необходимо для принятия управленческих решений, а также для разработки перспективной стратегии предприятия. Выбор и формирование стратегии ориентированы на долгосрочное, качественно определенное направление развития организации, касающееся

сферы, средств и форм ее деятельности, системы взаимоотношений внутри организации, а также ее позиции в окружающей среде [15, с. 40].

Список литературы:

1. Бухгалтерский учет: учебник. – М.: ЭКСМО, 2015. – 688 с.
2. Гончаров П.В., Лытнева Н.А. Аналитические возможности бухгалтерской (финансовой) отчетности в управлении инновационно-инвестиционной деятельностью предприятий АПК // Фундаментальные исследования. – 2015. – №2. – Часть 5. – С. 1017-1022.
3. Кыштымова Е.А., Лытнева Н.А. Концепция бухгалтерского управленческого учета как информационная система в управлении прибылью коммерческих организаций // Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences. – 2012. – Т.3. – №3. – С. 7-15.
4. Кыштымова Е.А., Лытнева Н.А. Развитие информативности отчета о финансовых результатах для анализа прибыльности организации в условиях перехода к МСФО // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – №1 (31). – С. 64-69.
5. Лытнева Н.А., Боброва Е.А., Федорова Т.В. Учет, анализ и аудит внешнеэкономической деятельности коммерческих организаций: учебное пособие. – М.: Форум, 2009. – 320 с.
6. Лытнева Н.А., Кыштымова Е.А., Акимов Н.В. Управление капиталом: современные концепции методологии учетного обеспечения. – Орел: Орловский государственный аграрный университет, 2009. – 241 с.
7. 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.
8. Лытнева Н.А., Кыштымова Е.А. Приобретение основных средств по договору лизинга // Аудиторские ведомости. – 2009. – №9. – С. 70-75.
9. Лытнева Н.А. Методология концепции учета, анализа и аудита собственного капитала: автореферат дис. док. экон. наук. – М., 2006. – 44 с.
10. Лытнева Н.А. Современные методы и модели управления эффективностью промышленных предприятий // Вестник ОрелГИЭТ. – 2014. – №1 (27). – С. 43-48.
11. Лытнева Н.А. Развитие малого и среднего предпринимательства в условиях экономического кризиса: монография. – Орел: Издательство ОрелГИЭТ, 2009. – 118 с.
12. Положение по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» ПБУ 4/99 (в редакции Приказа Минфина от 08.11.2010г. №43н) [Электронный ресурс] // СПС «Консультант+». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.
13. Приказ Минфина России от 06.05.1999 №33н (ред. от 06.04.2015) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99» (Зарегистрировано в Минюсте России 31.05.1999 №1790) [Электронный ресурс] // СПС «Консультант+». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.
14. Приказ Минфина России от 06.05.1999 №32н (ред. от 06.04.2015) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99» (Зарегистрировано в Минюсте России 31.05.1999 №1791) [Электронный ресурс] // СПС «Консультант+». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.
15. Сысоева О.Н., Лытнева Н.А. Исследование стратегического управления прибылью в инновационной среде // Вестник ОрелГИЭТ. – 2012. – №4 (22). – С. 37-41.

Тюрин Владимир Владимирович

студент 4 курса факультета экономики и управления

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: ya.modest1@yandex.ru

Научный руководитель

Лытнева Наталья Алексеевна

д.э.н., профессор кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: ukap-lytneva@yandex.ru

Фролова Л.О.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Для прогнозирования и оценки финансового положения предприятия собственники и руководство нуждаются в более эффективной информации, чем та, которая раскрывается в структуре годовой отчетности. Эти данные предоставляет промежуточная финансовая отчетность, порядок составления которой содержится в МСФО 34. Надежная и современная бухгалтерская отчетность повышает способность инвесторов, кредиторов и прочих лиц понять возможности организации по генерированию прибыли и потоков денежных средств, а также оценить его ликвидность и финансовое состояние. Именно данную информацию и может предоставить промежуточная финансовая отчетность.

Ключевые слова: промежуточная финансовая отчетность, МСФО 34, оценка активов, оценка обязательств, финансовая отчетность, прибыль, денежные средства.

Промежуточная отчетность составляется за период, наименьший, чем один финансовый год. [1] Она сосредоточена на инновационной деятельности, инновационных событиях и не может дублировать последнюю годовую отчетность.

МСФО 34 не включает обязательных условий к периодичности формирования промежуточной финансовой отчетности, срокам опубликования после завершения промежуточного периода и к тому, какие организации ее составляют. Комитет по Международным стандартам финансового учета лишь одобряет ее подготовку предприятиями, ценные бумаги которых находятся в свободном обращении. Таким организациям рекомендуется составлять отчетность, на крайний случай, за первую половину финансового года, причем отчетность должна быть доступной пользователям не позже чем через 60 дней после окончания промежуточного периода. Несмотря на тот факт, что МСФО 34 не включает определенных требований к периодичности составления промежуточной финансовой отчетности, в практике отчетность чаще всего составляется за квартал.

По мнению Лытневой Н.А. «... в настоящее время проблема качества финансовой информации остается по-прежнему актуальной для российской экономики...» [5, с. 64]. Организация может готовить промежуточную отчетность добровольно (самостоятельно) либо по требованию регулирующих органов (органы регулирования рынка ценных бумаг и фондовых бирж).

Для групп предприятий ведется консолидированная промежуточная отчетность, в случае если последняя годовая отчетность являлась консолидированной.

Если предприятие составляет промежуточную отчетность, то использование МСФО 34 является обязательным. При этом использование всех стандартов международной отчетности также является обязательным.

В составе промежуточной финансовой отчетности определены следующие отчеты [3]:

- о положении финансов на конец отчетного периода;
- о результатах финансовой деятельности за отчетный период;
- об изменениях в собственном капитале за период;
- о денежных потоках за период;
- примечания, которые состоят из краткого изложения основных положений учетной политики и иной пояснительной информации;
- о финансовом положении на начало предшествующего периода, если организация использует учетную политику ретроспективно и реализует ретроспективный пересчет статей в своей бухгалтерской отчетности.

Работа предприятий в условиях рыночной экономики требует эффективного ведения

хозяйства [11, с. 118] Предприятие на промежуточные отчетные даты имеет право предоставлять информацию в сокращенном виде, не в объеме годовой финансовой отчетности. Организация может представлять для публикации гораздо больше отчетных форм промежуточной финансовой отчетности, не ограничиваясь сокращенными формами и примечаниями к бухгалтерской отчетности. В публикуемом отчете должна быть представлена информация по наиболее широкому перечню статей, в сравнении с их минимальным составом, который определен IAS (МСФО) 34 [3].

Минимальный состав промежуточной финансовой отчетности может включать:

- сокращенный бухгалтерский отчет о финансовом положении;
- сокращенный финансовый отчет либо сокращенные отчеты о прибыли и убытке и прочем совокупном доходе;
- сокращенный бухгалтерский отчет о движении денежных средств;
- сокращенный финансовый отчет об изменениях капитала;
- избранные примечания к отчетности.

Итоговый перечень отчетных форм в промежуточном финансовом отчете должен соответствовать условиям IAS 1 «Представление финансовой отчетности».

IAS 34 выдвигает требования к предоставлению в сокращенных формах, минимально, всех заголовков и промежуточных результативных показателей, которые отражены в самой последней годовой финансовой отчетности, а также в примечаниях к отчетности.

Информацию в виде дополнительных статей или примечаний целесообразно отражать в отчетности в случае, если ее отсутствие оказывает существенное влияние на искажение промежуточной отчетности, предоставляя пользователям недостоверные данные. В составе отчета о финансовых результатах за установленный промежуточный период следует отражать данные по ключевой и разведенной прибыли на акцию за определенный период, но лишь в случае, когда организация подпадает под требования стандарта IAS 33 «Прибыль на акцию». Этот стандарт характеризует базовые заголовки и промежуточные результативные показатели бухгалтерской отчетности.

Изменения капитала, которые обусловлены операциями с собственниками предприятия и связаны с распределением прибыли между инвесторами, находят отражение в составе отчета об изменениях капитала или примечаниях к этому отчету [10]. При этом организация составляет промежуточный отчет по изменениям капитала в той же форме, в которой составлен был последний годовой бухгалтерский отчет.

В случае составления последней годовой финансовой отчетности организации в консолидированном виде, то промежуточный бухгалтерский отчет должен составляться в консолидированной форме.

Решение вопроса о вхождении индивидуальной отчетности материнского предприятия в состав промежуточной финансовой отчетности принимается организацией самостоятельно. При этом не возникает необходимости отражать в промежуточной финансовой отчетности несущественные информационные уточнения (или обновления), содержащиеся в самом последнем годовом отчете.

Наиболее эффективно приводить примечания к операциям и событиям, которые повлекли изменения финансового положения, результативности работы за период, который истек с момента составления организацией последнего годового финансового отчета [6].

В примечаниях к промежуточной отчетности организации необходимо хотя бы минимально отражать следующую информацию, если она носит существенный характер и не раскрывалась в других разделах:

- информацию об использовании учетной политики и оценочных методах, которые применялись при составлении последней годовой отчетности. Если в учетную политику или методы были внесены то они должны быть раскрыты [7]:
- примечания в области цикличности или сезонности работы за промежуточный период;
- показатели и характер статей, которые влияют на активы, чистую прибыль, обязательства, капитал или движение денежных средств, которые необычны по своему характеру,

периодичности или размеру [3];

- величина и характер изменений предварительных показателей оценки, которые отражены в предыдущей промежуточной отчетности за текущий год, либо изменения показателей оценки, которые отражены в отчетности за предыдущие финансовые годы, если данные изменения оказывают определенное воздействие на информацию текущего промежуточного периода;

- операции по выпуску, выкупу или погашению ценных долевого и долговых ценных бумаг;

- сумма выплаченных дивидендов в расчете на акцию в разрезе видов акций (обыкновенным и прочим);

- показатели выручки и финансовые результаты по видам деятельности или определенным территориальным сегментам, в зависимости от содержания и структуры сегментной отчетности;

- значимые события, которые произошли после окончания промежуточного периода, не отраженные в финансовой отчетности за промежуточный период;

- воздействие изменений структуры организации в течение промежуточного периода, включая слияние предприятий, покупку или исключение дочерних организаций и долгосрочных вложений, реорганизацию предприятий и прекращение деятельности;

- размер условных обязательств или условных активов за период после последней годовой отчетной даты.

Если промежуточная бухгалтерская отчетность предприятия составлена в рамках требований IAS 34, то этот факт необходимо раскрыть.

Промежуточная отчетность обязана включать отчетные компоненты (полные или сокращенные) за следующие периоды, предусматривая тот факт, что последним месяцем является декабрь:

- финансовый баланс по состоянию на конец текущего промежуточного периода и баланс в сопоставимой форме, составленный на конец предшествующего отчетного года;

- отчеты об убытках и прибылях за текущий промежуточный период и нарастающим итогом с начала текущего отчетного года до текущей отчетной даты, а также отчеты о прибылях и убытках за сопоставимые промежуточные периоды за предшествующий отчетный год.

В случаях, когда присутствуют расхождения по датам составленной сегментарной отчетности в виде балансов и отчетов о прибылях и убытках целесообразно дополнительно раскрывать следующую информацию:

- отчет, который отражает изменения капитала нарастающим итогом с начала отчетного года до текущей отчетной даты и сопоставимый отчет за аналогичный промежуточный период предшествующего отчетного года;

- отчет о движении денежных средств нарастающим итогом с начала отчетного отчетного года и сопоставимый отчет за аналогичный период с начала предшествующего отчетного года.

При этом следует учитывать, что в отчетности предприятий с сезонным характером работы целесообразно предоставить финансовую информацию за 12 месяцев, которые оканчиваются на промежуточную отчетную дату, а также сопоставимую информацию за предыдущий период продолжительностью 12 месяцев.

Например, организации, которые публикует промежуточную бухгалтерскую отчетность каждые полгода, раскрывают за первую половину года по состоянию на 30 июня каждого года такие компоненты бухгалтерской отчетности, как:

Отчет о финансовом положении:

По состоянию на: 30 июня 2015 г. 31 декабря 2014 г.

Отчет о прибылях и убытках:

за 6 месяцев, 30 июня 2015 г. 30 июня 2014 г.

оканчивающихся

Отчет о движении денежных средств:
за 6 месяцев, 30 июня 2015 г. 30 июня 2014 г.
оканчивающихся
Отчет об изменениях капитала:
за 6 месяцев, 30 июня 2015 г. 30 июня 2014 г.
оканчивающихся

Организации, которые публикуют промежуточную бухгалтерскую отчетность ежеквартально, раскрывают по состоянию на 30 июня представляет такие компоненты (полные или сжатые), как:

Отчет о финансовом положении:
по состоянию на 30 июня 2015 г. 31 декабря 2014 г.
Отчет о прибылях и убытках:
за 6 месяцев, 30 июня 2015 г. 30 июня 2014 г.
оканчивающихся
за 3 месяца 30 июня 2015 г. 30 июня 2014 г.
оканчивающихся
Отчет о движении денежных средств:
за 6 месяцев, 30 июня 2015 г. 30 июня 2014 г.
оканчивающихся
Отчет об изменениях капитала:
за 6 месяцев, 30 июня 2015 г. 30 июня 2014 г.
оканчивающихся

Принципы признания доходов и расходов, активов, обязательств за промежуточные периоды совпадают с теми, которые применяются при составлении годовой бухгалтерской отчетности. В частности, при общей системе налогообложения реализация продукции признается объектом налогообложения по НДС [8, с. 22].

Например, принципы оценки и признания убытков от списания запасов, реорганизации предприятия или обесценения за промежуточный период аналогичны тем, которые им были бы использованы при составлении годовую отчетность. В том случае, если данные статьи оцениваются и признаются в одном промежуточном периоде, а в последующие периоды текущего года происходит их изменение, то о таких изменениях информация должна раскрываться в последующем периоде путем признания дополнительной суммы убытка или восстановления ранее не признанной суммы убытка.

Сумма затрат, которая не соответствует созданию актива на конец промежуточного периода, в бухгалтерском балансе не капитализируются, а отражаются как расходы отчетного периода. Расходы на уплату налога на прибыль признаются в каждом промежуточном периоде исходя из определенной средневзвешенной ставки налога на прибыль за год, которая действовала в течение отчетного года. В случае изменения процентной налоговой ставки по налогу на прибыль в отчетном году, величина начисленных расходов по налогу на прибыль за один промежуточный период подлежит корректировке в последующем промежуточном периоде.

Обязательство на промежуточную отчетную дату представляет собой обязательство, которое отражается на отчетную дату в таком же порядке, как и при составлении годовой отчетности.

МСФО (IAS) 37 «Резервы, условные обязательства и условные активы» выдвигает требования признания резервов, которые в одинаковой степени применимы и к промежуточным отчетам. Так, например, отраженные в промежуточной отчетности резервы в связи с реструктуризацией, проведение которой запланировано на более поздний срок в течение текущего отчетного года должны отвечать критериям признания на отчетную дату про-

межуточного отчета (недостаточным является то, что такие критерии выполнялись до окончания года).

Отчетные расходы и доходы текущего промежуточного периода отражают все изменения оценок, которые представлены в отчетности за предыдущие промежуточные периоды этого финансового года. Показатели, которые отражены в промежуточном отчете, не подлежат корректировкам ретроспективного характера. Однако в отчетности необходимо раскрыть информацию о величине и характере всех значимых изменений показателей оценки [9].

Предприятие, которое составляет отчетность чаще, чем каждые полгода, оценивает доходы и расходы периода с начала года до текущей отчетной даты. Выручку, которую предприятия получают сезонно (циклически или эпизодически) в течение финансового года, не целесообразно признавать с опережением (или отсрочкой) по состоянию на промежуточную дату, если такое опережение (отсрочка) на конец финансового года предприятия могло бы оказаться неприемлемым.

Кроме того, некоторые организации постоянно получают более высокую выручку в одни промежуточные периоды, чем в другие, например, предприятия розничной торговли, выручка которых носит сезонный характер. В таких случаях выручка признается тогда, когда она фактически получена.

Для целей составления промежуточной отчетности затраты, которые понесены неравномерно в течение финансового года, следует признавать с опережением (или отсрочкой) только в том случае, если опережение или отсрочка признания данного типа затрат приемлемы и на конец финансового года.

Показатели промежуточной отчетности в большей степени основаны на оценочных расчетах, чем статьи отчетности годовой. Тем не менее, в них возникает необходимость при контроле реализации стратегии предприятия.

Выбор и формирование стратегии ориентированы на долгосрочное качественно определенное направление развития организации, касающееся сферы, средств и форм ее деятельности, системы взаимоотношений внутри организации, а также ее позиции в окружающей среде [15, с. 40].

Изменения учетной политики, помимо обусловленных применением нового МСФО, следует отражать путем пересмотра показателей финансовой отчетности за предыдущие промежуточные периоды текущего отчетного года, а также за сопоставимые промежуточные периоды предыдущих лет. В течение всего отчетного года для операций одного класса применяется единая учетная политика. Измененная учетная политика должна применяться ретроспективно с начала финансового года.

Список литературы:

1. Бухгалтерский финансовый учет: учебное пособие / Н.А. Лытнева и др. – М.: ИД «Форум»: ИНФРА, 2009. – 656 с.
2. Боброва Е.А., Лытнева Н.А. Система управленческого учета в управлении себестоимостью продукции промышленных предприятий // Вестник ОрелГИЭТ. – 2013. – №3 (25). – С. 100-105.
3. Борисенко В.В. Промежуточная финансовая отчетность // Бухгалтерский учет. – 2015. – №11. – С. 22-26.
4. Кувяткина Н.Н., Леонов П.Ю. Международные стандарты учета и отчетности. – М.: МИФИ, 2012. – 92 с.
5. Кыштымова Е.А., Лытнева Н.А. Развитие информативности отчета о финансовых результатах для анализа прибыльности организации в условиях перехода к МСФО // ОрелГИЭТ. – 2015. – №1 (31). – С. 64-69.
6. Лытнева Н.А., Семенов С.Г. Методика определения вероятности банкротства организаций в российской и зарубежной практике // Вестник ОрелГИЭТ. – 2010. – №2. – С. 52-57.
7. Лытнева Н.А. Управление системными изменениями // Вестник ОрелГИЭТ. – 2008. – №4 (6). – С. 72-83.
8. Лытнева Н.А. Учет убытков организациями, применяющими УСН // Бухгалтерский учет. – 2009. – №23. – С. 21-23.

9. Лытнева Н.А., Боброва Е.А., Федорова Т.В. Учет, анализ и аудит внешнеэкономической деятельности коммерческих организаций: учебное пособие. – М.: Форум, 2009. – 320 с.
10. Лытнева Н.А., Кыштымова Е.А., Акимова Н.В. Управление капиталом: Современные концепции методологии учетного обеспечения. – Орел: Орловский гос. аграрный ун-т, 2009. – 258 с.
11. 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.
12. Миславская Н.А., Поленова С.Н. Международные стандарты учета и финансовой отчетности: учебник. – М.: Дашков и Ко, 2012. – 370 с.
13. Морозова Т.В. Международные стандарты финансовой отчетности: учебное пособие. – М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2012. – 480 с.
14. Пермитина Ю.М. Формирование промежуточной отчетности согласно МСФО 34 // Аудитор. – 2011. – №10. – С. 51-54.
15. Лытнева Н.А., Сысоева О.Н. Исследование стратегического управления прибылью в инновационной среде // Вестник ОрелГИЭТ. – 2012. – №4 (22). – С. 37-41.

Фролова Людмила Олеговна

*студентка 4 курса факультета экономики и управления
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: Ludo4ka_1@mail.ru*

Научный руководитель

Лытнева Наталья Алексеевна

*д.э.н., профессор кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: ukap-lytneva@yandex.ru*

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

УДК 658.827

Семенова С.Ю.

РОЛЬ УПАКОВКИ В МАРКЕТИНГЕ

В данной статье рассматривается роль упаковки в товарной политике маркетинга, ее основные функции, полная реализация которых возможна только при соблюдении основных требований к оформлению упаковки.

Ключевые слова: упаковка, маркетинг, бренд, реклама, переработка.

Упаковка является одним из ключевых и достаточно важных элементов маркетинговой коммуникации – процесса передачи информации о товаре целевой аудитории [1].

В данное время на рынке практически невозможно встретить товары без какой-либо упаковки, главным образом, это непосредственно касается пищевой продукции, а также такой категории товаров, как бытовая химия. Красивая, экологичная, а что самое главное, удобная упаковка на деле является лицом товара. Именно упаковка в действительности выполняет функцию основного информационного источника о качестве и свойствах продукта [6]. Отсюда вывод: важность упаковки и начальное хорошее впечатление на потребителя вносят огромный вклад в конечный результат по реализации данного продукта. Что, в итоге, завоевывает доверие потребителя и превращает обычного покупателя в постоянного клиента.

Большинство производителей, преследуя цель «завоевать» очередного покупателя, используют довольно изощренные методы: выдумывают необыкновенные формы для упаковки, начинают производить ее из особых материалов, которые могут вообще не использоваться в производстве данного товара у других производителей, а также пытаются выделить свой продукт среди других особым узнаваемым или необычным принтом. Всё это в целом называется средствами привлечения внимания потребителя [3]. Благодаря этому человек воспринимает информацию не только зрительно, но и тактильно, а также подключает рецепторы обоняния.

Для того чтобы содействовать реализации продукции, упаковка обязана выполнять сразу несколько функций. Если исходить из самых необходимых требований к упаковке, то можно бесспорно выделить четыре основные функции: локализация продукта, защита его от внешней среды, обеспечение удобства использования продукта и коммуникационная функция [2].

Локализационная функция. Фактически любая упаковка является, прежде всего, ограничением в некотором объеме определенного количества продукции. Основная цель такого ограничения – предоставить возможность прохождения продукта через систему распределения. Производство, погрузочно-разгрузочные работы, складирование и транспортная структура как развитых, так и развивающихся стран в одинаковой мере требуют обязательного исполнения данной функции упаковки для того, чтобы выполнять перемещение промышленных и сельскохозяйственных изделий с одного местонахождения на другое. В конечном итоге, продукт обретает возможность быть эффективно и в кратчайшие сроки доставленным до места торговой сделки, позволяющей покупателям приобретать его там, где это для них является наиболее удобным. При этом для большинства товаров становится совершенно необходимым использовать особую специальную упаковку, обеспечивающую эту возможность.

Например, продавая аэрозольную распыляемую краску без упаковки, вы столкнетесь с проблемой, так как данный вид товара должен иметь способность выдерживать давление ее

газа-вытеснителя. А также трудно представить себе и то, что азотная кислота или биологические материалы будут доставляться до конечного торгового местоположения без надлежащей упаковки. Современное общество требует, чтобы как сельскохозяйственные, так и промышленные товары были упакованы надлежащим образом, т.е. чтобы их можно было транспортировать, хранить, грузить и реализовывать на уже подготовленном для продажи и удобном для потребителя месте.

Защитная функция. Данное предназначение упаковки имеет несколько двоякую сущность, с одной стороны, оно должно обеспечить сохранность упакованного продукта от пагубного влияния со стороны окружающей среды, а с другой – охрану людей и окружающей среды от агрессивных и опасных для здоровья продуктов посредством их особой упаковки.

Защита продукта от окружающей среды является наиболее общей функцией упаковки. Как известно, относительно большая часть продуктов подвержена определенному воздействию: например, для хозяйственного отбеливателя это может быть защита от потери хлора, для картофельных чипсов – сохранность от повышения уровня влажности воздуха, для компьютерных микропроцессоров – предотвращение воздействия электростатического напряжения, которое может деформировать их электрические цепи и выводить из строя устройство. Продукт не должен иметь никаких видимых физических повреждений или даже выглядеть слегка поврежденным.

Таким образом, упаковка является своеобразной защитой продукта внутри от воздействия снаружи, т.е. находится фактически между продуктом и окружающей средой. При этом основная задача упаковки – защищать товар от всего, что может частично или полностью стать причиной его испорченности. И весьма существенно то, что список факторов окружающей среды, которые могут нанести вред товару, с каждым днем пополняется и приобретает все больший вредоносный характер.

Следует также учесть, что в магазине каждый покупатель может попытаться «попробовать» изделие (открыв, например, банку с продуктом или флакон с косметикой), незаметно для работников магазина унести его с прилавка, подменить или украсть товар, если его упаковка достаточно мала по размерам и не имеет никаких защитных приспособлений. Известно, что покупатели в магазинах часто толкаются и ведут себя агрессивно, пытаясь всеми путями «оценить» характеристики продукта самостоятельно и вручную. Одна из задач упаковки заключается в защите товара и от такого недобросовестного обращения потребителей так же, как и от действий работника отдела распаковки, который с помощью инструментов вскрывает грузовые ящики, не задумываясь о возможных последствиях [1].

Не менее актуальной и ответственной задачей общества становится и защита окружающей среды от воздействия на нее продуктов производственной деятельности самого человека. И в этом случае упаковка создана, чтобы сыграть свою защитную роль. Прежде всего, она обязана защитить людей и близлежащие объекты – полки, погрузочно-разгрузочное оборудование, хранилища, склады и в целом город – от загрязнения или вредных воздействий продукта.

Гораздо сложной и серьезной является проблема защиты окружающей среды от нерационального развития упаковки, от необдуманного и массового уничтожения невосполнимых сырьевых ресурсов на эти цели. Ученые, исследователи и руководители предприятий, а также профессионалы в области упаковки просто обязаны считать своей первостепенной задачей осуществление разумного выбора упаковочных материалов, разработку и внедрение ресурсосберегающей стратегии модернизации упаковки, обеспечение возможности максимального вторичного использования упаковочных материалов, массовой переработки и восстановления ресурсов и, в конечном счете, надлежащего уничтожения загрязняющих окружающую среду остатков.

В этой связи заслуживает особого внимания еще одна не менее актуальная проблема – приоритет на развитие тех видов упаковки, которые могут быть переработаны или вторично использованы после извлечения из них продукта. Например, упаковки из-под желе могут с легкостью впоследствии быть использованы дома в качестве стаканчиков для сока, любая

металлическая упаковка может служить емкостью для хранения муки, кофе, чая или других продуктов. Даже баночки от детского питания могут использоваться с целью хранения маленьких винтиков и скобяных изделий, которые необходимо отсортировать друг от друга и эффективно разместить на рабочем столе. Такой творческий подход к вопросу вторичного использования упаковки может стать стимулом для воздействия на сбыт и одновременно может сократить расход материала для производства самой упаковки.

Повторное использование упаковки, т.е. возвращение ее после использования на промышленные предприятия, очищение от загрязнений и повторное наполнение тем же самым продуктом, предоставляет хорошую возможность особенно эффективной экономии упаковочных материалов, например, любые бутылки для напитков, повторно собираемые и наполняемые снова. Это снижает уровень потребности в новой стеклянной или пластмассовой таре, но имеет и свои минусы, к примеру, могут возникнуть затраты на доставку ее обратно на предприятие и очистку перед повторным заполнением.

Переработка использованной упаковки – это деятельность, привлекающая в последние годы особенно большое общественное внимание и являющаяся стратегией, которая может способствовать снижению уровня спроса на ограниченный запас природных ресурсов. Например, переплавка консервных банок из такого металла, как алюминий в целях получения алюминия для производства новых консервных банок, переплавка стеклянной продукции для того, чтобы выработать новую партию стеклянной тары, переработка макулатуры для производства «переработанной» упаковочной бумаги – все это необходимая и ответственная деятельность [5].

Одна из не менее сложных задач при работе с упаковочным материалом – это действия, направленные на избавление от остатков упаковочного материала. Любой упаковочный материал нуждается в переработке или в дальнейшем использовании, будь то бумага, картон и пластмассы, которые, в свою очередь, являются очень хорошими горючими материалами, что говорит о том, что они пригодны для сжигания. В случае если сжечь упаковочный материал оказалось невозможно (либо государство запрещает по отношению к определенному материалу), то избавиться от этого материала составит огромную проблему. Поэтому одним из наиболее важных и приоритетных направлений улучшения упаковки является сокращение количества материала, использованного для производства упаковок. Это может стать ключевым критерием повышения уровня эффективности в будущем и существенно повлияет на саму технологию изготовления в целом и внешний вид упаковки для конкретного продукта [4].

Рассматривая такую функцию, как обеспечение удобства при использовании продукта, можно утверждать, что роль упаковки является особенно многогранной, так как она призвана вызывать у потребителя чувство удовлетворенности в его запросах, что означает, что перед упаковкой товара стоит задача оказать максимально возможную полезность потребителю, заинтересовавшемуся данным товаром [3]. Необходимо, например, чтобы ее открытие не вызывало никаких проблем, чтобы покупатель мог с легкостью достать товар из упаковки и продолжить его использование, а в некоторых случаях и закрытие упаковки играет немаловажную роль, чтобы часть продукта, например, после однократного открытия могла быть сохранена для дальнейшего использования. Для детей упаковка в ряде случаев должна быть недоступна. Очень часто требуется, чтобы упаковка имела возможность измерить дозированное определенное количество данного продукта или имела приспособление для выполнения данного действия, например, просеивающую насадку, или сточный желобок для упрощения использования продукта, или специальную кромку вдоль всего контейнера для того, чтобы было довольно легко разорвать парафинированную бумагу или пластиковую пленку на нужную при разных обстоятельствах ширину.

Уже много лет для того, чтобы описать эффективность функции эксплуатации упаковки, обычно используется такая терминология, как «удобство» и «практичность» [2]. В целом, термин «удобство» может быть связан с процессом открывания упаковки, ее вторичным закрыванием и распределением разного рода вещей в контейнерах для товаров общего по-

требления, которые в повседневной жизни обычные покупатели могут приобрести в любых розничных магазинах и принести домой для личного потребления. Но фактически фраза «удобство упаковки» несет иной смысл. Она должна ориентироваться на неподготовленного потребителя и должна быть понятной без использования подробной инструкции о том, как она действует.

Термин «практичность» на протяжении длительного времени используется для того, чтобы описать плюсы и преимущества упаковки в доставке товара к месту, где в дальнейшем он будет реализован и приобретен. В первую очередь, данный термин используется для определения, способна ли упаковка сама подавать товар потребителю в том виде и последовательности, в которых это необходимо для использования с получением наивысшего эффекта. Например, упаковка автомобильного лобового стекла, элементов приборной доски, а также и других деталей сборки должна быть сделана таким образом, чтобы работникам производственной линии не пришлось тратить время на постоянные переключивания товара с места на место для того, чтобы обеспечить быстрый и эффективный правильный порядок сборки. Смысл фразы «практичность упаковки» заключается в специальном ее конструировании (приспособлении) для решения конкретных поставленных задач и использовании ее персоналом, специально подготовленным для определенной цели.

Коммуникационная функция. Всю необходимую информацию, которую хочет узнать потребитель, должна нести в себе именно упаковка. Во-первых, она должна обеспечить идентификацию продукта, нести информационную нагрузку для покупателя об особенностях данного товара и, как следствие, должна являться конечным звеном между товаром и потребителем, вызывая у него желание приобрести данный товар, чему лишь предшествуют реклама и другие способы продвижения продукта. Она всегда должна быть напрямую связана с формой, содержанием, строением, а также с текстом и художественным оформлением товара, который расположен как на лицевой, так и на задней стороне упаковки. Успешно сконструированная упаковка всегда может доказать покупателю, что именно данный товар является качественным или что ему присуща концепция чистоты, ощущение бережливости, женственности или мужественности [1]. Упаковка – это основная деталь, которая, в первую очередь, попадает под взгляд потребителя и отображает наглядно всю специфику данного продукта. С этой точки зрения она, прежде всего, выполняет поставленные перед ней задачи, такие как идентификация продукта по его обычному, привычному наименованию. Помимо этого, важную роль играет и само наименование компании производителя, от этого будет зависеть, верит ли потребитель в высокий уровень качества данного товара. Качество продукции, которое поддерживает та или иная компания-производитель, может всецело быть отображено на упаковке; а также подробная информация о самом продукте и о возможности его использования. Она должна непосредственно включать в себя перечень ингредиентов, инструкции по использованию продукта, указания о том, как правильно хранится данный товар; заставить покупателя поверить в необходимость приобретения именно этого продукта, а никакого другого. С помощью упаковки производитель может использовать любые методы, приведенные выше, для достижения конечного результата.

В работах американских авторов часто встречается название упаковки как «молчаливого торговца». Многие исследования подтверждают, что желание купить данный товар появляется у покупателя, прежде всего, благодаря упаковке. При этом реклама товара и изображение, представляющее продукт, должны правильно согласовываться с видом и формой упаковки, а сама упаковка, в свою очередь, должна очень ярко представлять компанию-производителя. В этом случае продукт создает свой определенный имидж товара в торговом зале.

Верно продуманная упаковка несет в себе определенную ценность с точки зрения удобства – в глазах потребителей и с точки зрения продвижения товара – в глазах производителя [3]. Таким образом, можно сказать, что упаковка стала основным инструментом маркетинга.

Для нестандартного вида продаж упаковка должна быть также своеобразной. В свою

очередь и место продажи товара очень сильно влияет на упаковку. Продукт, продаваемый в магазинах по сниженным ценам, должен быть упакован иным образом, нежели тот же самый товар, который имеет эксклюзивную упаковку для продажи в модном салоне.

К сожалению, лишь единицы в рядах российских производителей осознают важность упаковки товара и ее вклада в создание имиджа компании, что приводит к перенасыщению количеством разного товара, упаковка которого снижает уровень продаж. Совсем недавно для того чтобы успешно вывести свой продукт на рынок, было вполне достаточно просто его производить и совершить хотя бы пару правильных действий относительно элементов позиционирования товара. Сегодня же ситуация в корне изменилась вследствие жесткой конкуренции на рынке товаров и услуг. В частности, практически на всех товарных рынках имеются свои лидеры (чаще всего это мировые бренды), и чтобы завладеть хоть какой-то частью рыночной ниши, новые товары должны быть наиболее привлекательны для конечного потребителя.

Тщательно продуманные и креативные решения, представленные стильным и экспрессивным дизайном упаковки, будут вызывать позитивные эмоции, которые повлекут за собой повышение ценности бренда для потребителей, а значит и рост продаж [6]. Поэтому главная задача, которая стоит перед любой компанией, которая хочет, чтоб ее товары продавались, – придумать, в чем состоит уникальность предложения и как это передать через упаковку.

Таким образом, маркетинговые исследования в области упаковки являются важным аспектом товарной политики предприятия. Протестированная упаковка способна привлечь внимание потребителя к товару, побудить его совершить покупку и, как следствие, принести ему успех на рынке.

Список литературы:

1. Акулич И.Л. Маркетинг: учебник для студ. экон. спец. вузов / И.Л. Акулич. – Минск: Высшая школа, 2009. – 512 с.
2. Бовин А.А. Управление инновациями в организациях: учебное пособие / А.А. Бовин, Л.Е. Чередникова, В.А. Якимович. – М.: Омега-Л, 2009. – 415 с.
3. Васильев Г.А. Основы рекламы: учебное пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 719 с.
4. Вертакова Ю.В. Управление инновациями: теория и практика: учебное пособие / Ю.В. Вертакова, Е.С. Симоненко. – М.: Эксмо, 2008. – 432 с.
5. Овчинникова Г.П. Пути решения экологических проблем при производстве и переработке полимерных материалов: учебное пособие / Г.П. Овчинникова, Л.П. Никулина, В.В. Андреева. – Саратов, 2011. – 102 с.
6. Овчинникова Н.Н. Рекламное дело: учебное пособие / Н.Н. Овчинникова. – М.: Дашков и Ко, 2009. – 368 с.

Семенова Светлана Юрьевна

*студентка 2 курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»*

e-mail: sweety17.1992@mail.ru

Научный руководитель

Шелепина Наталья Владимировна

д.с.-х.н., г.н.с. управления науки и технологий

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: shel-nv@yandex.ru

Кондрашова А.В.

УПРАВЛЕНИЕ ИЗДЕРЖКАМИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ

В статье рассматриваются вопросы исчисления издержек по объему хозяйственной деятельности в соответствии с представлением о предпринимательстве как о процессе, охватывающем разработку товара, материально-техническое обеспечение, производство, реализацию и послепродажное обслуживание.

Ключевые слова: себестоимость продукции, издержки, исчисления издержек по объему хозяйственной деятельности.

Одним из решающих конкурентных преимуществ компании является преимущество более низких издержек. Управление издержками выступает важным фактором повышения конкурентоспособности компании.

Производственные компании всегда уделяли серьезное внимание снижению себестоимости продукции и издержек производства. В настоящее время многие компании развитых стран перешли от традиционной системы определения себестоимости к расчету себестоимости по объему хозяйственной деятельности. Первоначально эта система широко распространялась в промышленности, однако в последнее время она активно используется в сфере услуг [1].

Исчисление себестоимости по объему хозяйственной деятельности осуществляется в соответствии с новой концепцией предпринимательства. В соответствии с традиционным подходом общие издержки производства являются суммой издержек по отдельным производственным операциям. Вместе с тем главное значение для конкурентоспособности компании имеют издержки всего процесса – создания, реализации и послепродажного обслуживания готового товара. Исчисление себестоимости по объему хозяйственной деятельности призвано обеспечить учет и управление этими видами издержек. В основе перехода от традиционной системы определения себестоимости к исчислению себестоимости по объему хозяйственной деятельности лежит новое представление о предпринимательстве как о комплексном процессе, которое охватывает процесс разработки товара, материально-технического обеспечения, производства, реализации и послепродажного обслуживания.

Если при традиционном расчете себестоимости определяются затраты на выполнение конкретных работ, то при исчислении себестоимости по объему хозяйственной деятельности учитываются и потери от невыполненных работ из-за простоя оборудования, нарушений поставок исходных материалов, задержек в отгрузке готовых изделий и т.д. Стоимость того, что не выполнено, в традиционном бухгалтерском учете не фиксируется, а между тем ее величина может быть значительной. Исчисление себестоимости по объему хозяйственной деятельности позволяет контролировать не только издержки производства, но и конечный результат.

Максимального эффекта от введения исчисления себестоимости по объему хозяйственной деятельности следует ожидать в сфере услуг. Если на предприятиях сферы производства учитываются как издержки производства, так и издержки обращения, составляющие большую часть себестоимости по объему хозяйственной деятельности, то в сфере услуг (финансовый сектор, образование, здравоохранение и другие отрасли) традиционная система исчисления издержек или не работает, или неэффективна, а предприятия, оказывающие услуги, имеют ограниченную информацию о себестоимости.

Для того чтобы компания успешно функционировала на глобальном рынке, она должна хорошо знать издержки по объему хозяйственной деятельности и вместе с другими участниками хозяйственной цепочки контролировать эти издержки для достижения высоких конечных результатов. В современных условиях конкурентного преимущества в издержках нередко добиваются не технологические лидеры, а компании, которые хорошо знают издержки по всей технологической цепочке и уделяют им первостепенное внимание. Примером ком-

пании, которая хорошо контролирует издержки по всей цепочке производства и реализации продукции, является японская автомобильная компания Тойота, поставщики и дистрибьюторы которой входят в ее промышленно-финансовую группу (кейрецу). Объединившись в такую группу, десятки фирм образуют универсальный многоотраслевой концерн. Через эту сеть компания Тойота контролирует издержки по всему объему хозяйственной деятельности. Высокая конкурентоспособность японских кейрецу в значительной мере определяется характером связей между ними. Эти связи носят долговременный характер.

Важным фактором, который заставляет компании считать издержки по всей экономической цепочке, будет переход от ценообразования на основе издержек к определению издержек на основе цены. Традиционно цена определяется следующим образом: подсчитываются средние издержки и к ним прибавляется прибыль. В настоящее время западные компании переходят на другую модель ценообразования, когда цена, которую готов заплатить потребитель, определяет допустимый уровень издержек [4]. Переход на исчисление издержек по всей экономической цепочке – это непростое дело, так как оно предполагает обмен учетной информацией между компаниями, участвующими в производстве и доведении продукта до потребителя.

Конечная цель деятельности предприятия – производство материальных благ. Для достижения этой цели и управления компанией менеджменту необходима информация о финансовом состоянии, о производительности, о ключевых компетенциях и о ресурсах. Базовая финансовая информация является важным диагностическим инструментом. Она включает систему показателей, с помощью которой судят о состоянии компании и проблемах, которые необходимо устранить.

В диагностике компании важную роль занимает диагностика производительности важнейших ресурсов. Надо иметь представление не только о производительности труда, физического и умственного, но и совокупной производительности факторов производства. Существуют разные подходы к измерению и оценке общей производительности. В настоящее время становится популярным подход, когда об общей производительности судят по добавленной стоимости. Определяя стоимость, добавленную к издержкам, можно измерить производительность всех факторов производства. Анализ добавленной стоимости показывает, на что надо обратить внимание, какая часть экономической цепочки является наиболее производительной и максимально увеличивает стоимость. Одним из инструментов объективной оценки эффективности компании является сравнение ее производительности с производительностью мировых лидеров в данной отрасли. Достижение уровня производительности мировых лидеров – это достижение важного конкурентного преимущества.

Важным инструментом лидерской позиции компании является обладание ключевой компетенцией. Ключевая компетенция повышает рыночную ценность товара за счет его уникальных свойств. Ключевая компетенция организации связана с характером ее деятельности. Но любой организации необходима компетенция в инновационной деятельности. Причем организация должна уметь оценивать свою инновационную деятельность за тот или иной период времени.

Важной управленческой информацией выступает информация о распределении ресурсов: труда и капитала. Наилучшим вариантом при осуществлении капиталовложений в компании является вариант, когда рассматривается несколько возможностей и выбирается тот проект, который обеспечивает оптимальное соотношение возможностей и риска. Но для этого должно быть достаточно средств на капитальные затраты, чего у большинства компаний нет. Кроме того, необходимо учитывать последствия, если инвестирование не приведет к ожидаемым результатам [8].

В настоящее время самым ценным ресурсом компании является человеческий ресурс. Для компании важно уметь измерять эффективность использования этого ресурса. К настоящему времени разработаны методы измерения производительности физического труда. Что касается измерения производительности умственного труда, то здесь теория и практика находятся в начале пути. Между тем в экономике развитых стран происходят большие сдвиги. Изменяется отраслевая структура рабочей силы. Рабочая сила перемещается из отраслей материального производства в сферу услуг и наукоемкие отрасли [3]. Этот процесс происходит и в России (табл. 1). За период с 2000 г. по 2014 г. среднегодовая численность занятых в сельском

хозяйстве и лесном хозяйстве сократилась с 8996 тыс. человек до 6199 тыс. человек; обрабатывающей промышленности – с 12296 тыс. человек до 9925 тыс. человек. Их доля в среднегодовой численности занятых в экономике России за эти годы снизилась с 13,9% до 9,2% и с 19,1% до 14,6% соответственно. В то же время за этот период среднегодовая численность занятых в оптовой и розничной торговле, ремонте автотранспортных средств, бытовых изделий и предметов личного пользования увеличилась с 8806 тыс. человек до 12408 тыс. человек; в финансовой деятельности – с 657 тыс. человек до 858 тыс. человек; в операциях с недвижимым имуществом, арендой и предоставлением услуг – с 4490 тыс. человек до 5920 тыс. человек. Если в 2000 г. их доля в среднегодовой численности занятых в экономике России составляла 13,7%; 1,0%; 7,0%, то в 2014 г она была равна 18,4%; 2,0%; 8,7% соответственно [5, 6]. Происходят большие изменения в профессионально-квалификационной структуре рабочей силы. По данным Госкомстата, в 2014 г. в стране были заняты выполнением информационно-аналитических проблем и преимущественно умственным трудом 48% работающих [5].

Таблица 1 – Среднегодовая численность занятых в экономике России по видам экономической деятельности

	Тыс. человек				В процентах к итогу			
	2000 г.	2005 г.	2013 г.	2014 г.	2000 г.	2005 г.	2013 г.	2014 г.
Всего в экономике,	64517	66792	67901	67762	100	100	100	100
в том числе по видам экономической деятельности:								
сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	8996	7381	6364	6199	13,9	11,1	9,4	9,2
рыболовство, рыбоводство	138	138	139	137	0,2	0,2	0,2	0,2
добыча полезных ископаемых	1110	1051	1075	1068	1,7	1,6	1,6	1,6
обрабатывающие производства	12296	11506	10065	9925	19,1	17,2	14,8	14,6
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	1886	1912	1936	1939	2,9	2,9	2,9	2,9
строительство	4325	4916	5712	5740	6,7	7,4	8,4	8,5
оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	8806	11088	12408	12500	13,7	16,6	18,3	18,4
гостиницы и рестораны	948	1163	1267	1275	1,5	1,7	1,9	1,9
транспорт и связь	5056	5369	5420	5426	7,8	8,0	8,0	8,0
из них связь	-	940	856	856	-	1,4	1,3	1,3
финансовая деятельность	657	858	1309	1332	1,0	1,3	1,9	2,0
операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	4490	4879	5815	5920	7,0	7,3	8,5	8,7
государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное страхование	3098	3458	3711	3714	4,8	5,2	5,5	5,5
образование	5979	6039	5570	5492	9,3	9,0	8,2	8,1
здравоохранение и предоставление социальных услуг	4408	4548	4523	4501	6,8	6,8	6,7	6,6
предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	2313	2460	2520	2529	3,6	3,7	3,7	3,7

Способность компании измерять и обеспечивать высокую производительность работников умственного труда становится важным конкурентным преимуществом компании.

Список литературы:

1. Друкер П. Менеджмент. Вызовы XXI века / пер. с англ. – М.: Манн, Иванов, Фарбер, 2012. – 256 с.
2. Ковалев В.В. Финансовый менеджмент: теория и практика: учебник. – М.: Проспект, 2007. – 1024 с.
3. Рудакова О.В., Бардовский В.П. Научно-технический потенциал: Россия на фоне мировых тенденций // Вестник ОрелГИЭТ. – 2014. – №1 (27). – С. 35-42.
4. Одегов Ю.Г., Руденко Г.Г., Бабынина Л.С. Экономика труда: учебник. В 2 т. Т. 2. – М.: Альфа-Пресс, 2007. – 924 с.
5. Среднегодовая численность занятых в экономике России по видам экономической деятельности // Россия в цифрах. 2015: крат. стат. сб. – М.: Росстат, 2015. – С. 93.
6. Среднегодовая численность занятых в экономике России по видам экономической деятельности // Российский статистический ежегодник. – М.: Росстат, 2009. – С. 136.
7. Тихонова Н.Н., Валишина Р.И., Лимарева Ю.А. Сравнительный анализ научно-технического потенциала России и других стран [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sibak.info/12797>.

Кондрашова Анна Викторовна

*студентка 2 курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: anna08051974@gmail.com*

Научный руководитель

Бардовский Виктор Петрович

*к.э.н., профессор кафедры менеджмента
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: bardovskijv@bk.ru*

УДК 005.32

Киселев И.О., Ершова Е.А.

**СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ КЛИМАТ КАК ЭЛЕМЕНТ
ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ**

В статье рассмотрены факторы, влияющие на развитие корпоративной культуры, среди которых важное значение имеет создание социально-психологического климата. Деятельность по формированию эффективной корпоративной культуры организации является актуальной для практики функционирования. В связи с этим необходимо осуществлять поиск эффективных способов развития психической деятельности и поведения людей, которые взаимодействуют между собой в процессе трудовой деятельности.

Ключевые слова: корпоративная культура, климат, эффективность, управление, факторы, ценности, сотрудники, конфликты, результативность.

Одним из направлений деятельности организации является создание качественной системы управления эффективностью персонала. В отличие от других ресурсов предприятия, человеческие ресурсы требуют к себе внимания и особого отношения [9, с. 101]. Разработка обоснованных и грамотных решений в области кадровой политики, оплаты труда и социального благополучия трудового коллектива способствует стабильности развития экономики труда во всех сферах деятельности [14, с. 135].

По мнению Лытневой Н.А. в рыночной экономике заработная плата является основой повышения заинтересованности работающих в результатах труда, его производительности, повышении объемов произведенной продукции, улучшении ее качества и ассортимента [4, с. 139]. Вместе с тем, к важным факторам управления персоналом организации, влияющим на результативность его деятельности, относится корпоративная культура.

В экономической литературе под корпоративной культурой понимают совокупность различных проявлений коллектива, а именно, материальные и духовные ценности, которые характерны только определенной организации, выражающие ее индивидуальные принципы, а также восприятие себя и других во внешней окружающей среде. Термин «корпоративная культура» в российском менеджменте используется не так давно. Такая категория была присуща зарубежной практике. В России атрибуты корпоративной культуры присутствовали в виде «доски передовиков труда», значков, почетных грамот, а также символика, традиции, стиль одежды. Однако перечисленные атрибуты не отражают всей сути корпоративной культуры.

В современных условиях к факторам конкурентоспособности коммерческой организации на внутреннем и внешнем рынке является сплоченный коллектив, единая команда, которая реализует стратегию ее развития. В результате, создание такой команды, создание и укрепление эффективной корпоративной культуры организации, является актуальной задачей, основу которой составляют ценности организаций [3]. Таким образом, для успешного функционирования в условиях конкуренции, коммерческим организациям целесообразно работать над эффективной корпоративной культуры.

Одним из направлений развития корпоративной культуры является создание социально-психологического климата организации и обеспечение его взаимосвязи с корпоративной культурой, поскольку корпоративная культура зависит от социально-психологического климата, а он в свою очередь зависит от корпоративной культуры. В частности, если произойдут изменения в психологическом состоянии коллектива, то это отразится на корпоративной культуре. При этом могут возникнуть изменения, как в лучшую, так и в худшую сторону. В то же время, если же внести изменения в корпоративную культуру организации, то социально-психологический климат коллектива также измениться. Таким образом, можно заметить прямо пропорциональную и обратно пропорциональную зависимость, которую необходимо учитывать при создании корпоративной культуры.

В современных условиях развития любой организации эффективность сотрудника определяется огромным количеством факторов [5]. Эти факторы могут быть как внутренние, так и внешние. Если говорить о внешних факторах, то несомненно, можно выделить те факторы, которые влияют на эффективность деятельности сотрудника и организации в целом [15].

Одним из внутренних факторов является социально-психологический климат, который представляет собой совокупность психической деятельности и поведения людей, которые взаимодействуют между собой в качестве социальных субъектов.

Одним из главных представителей науки, изучавших социально-психологический климат, является Парыгин Б.Д. Автор отмечал близость понятий социально психологический климат и психологическая атмосфера. По мнению Парыгина Б.Д., атмосфера – «это неустойчивая, постоянно изменяющаяся и подчас неуловимая сторона коллективного сознания». Но также стоит заметить, что атмосфера разных видов общества или групп всегда проявляется через характер психического настроения коллектива, который может быть разным в зависимости от окружающей среды.

Кибанов А.Я. выделял следующие детерминанты психологического климата:

- экономические, например, заработная плата;
- социальные, предусматривающие развитие социальной инфраструктуры, повышение социального уровня работников посредством решения жилищного вопроса, комфортность жилищных условий, транспортная доставка работников на рабочие площадки, наличие детских садов и других учреждений, развитой торговой сети, объектов культурно-бытового обслуживания и др.;
- производственно-гигиенические (в том числе интерьер офисных помещений, степень их освещенности и зашумленности, загрязненность воздуха и др.);
- социально-психологические (связанные с социальным уровнем членов коллектива);

- личностные – интеллектуальные способности работников коллектива.

Нами было проведено исследование влияния социально-психологического климата на эффективность деятельности сотрудников в одной из организаций города Орла. Данное исследование осуществлялось путем диагностики степени удовлетворенности сотрудников. Анализ степени удовлетворенности сотрудников производился по таким показателям как, содержание работы, отношение в коллективе и с руководителем, материальная и нематериальная мотивация [6]. Выявление уровня сплоченности коллектива, частоты конфликтов в организации, уровня психологической совместимости сотрудников и влияния социально-психологического климата на эффективность бизнес-процессов было осуществлено с помощью такого инструмента, как интервью с управляющим и анкетирование сотрудников с использованием методики О. Немова и опросника Басса-Дарки.

При проведении анкетирования сотрудников было выявлено, что руководство в основном придерживается демократического стиля управления, то есть руководитель доверяет своим подчинённым во всех вопросах, и либеральному стилю, то есть полная отстраненность руководителя от коллектива.

В тоже время сотрудниками ставится под сомнение уровень профессионализма руководителей, так как больше половины опрошенных считают, что их не устраивает уровень профессионализма руководителя. Если учитывать высокий уровень доброжелательности отношений между сотрудниками и руководителем и низкий уровень конфликтов, то можно прийти к выводу, что результаты, которые были получены в ходе исследования можно считать объективным мнением сотрудников. Скорее всего, такое мнение среди персонала организации связано с тем, что на должности руководителей организаций попадают в основном достаточно молодые и еще не совсем опытные сотрудники.

Стоит еще также отметить, что ни один из сотрудников не ответил, что продолжит работу на прежнем месте работы. Это говорит о том, что сотрудники организации не удовлетворены своим нынешним местом работы. Ряд сотрудников ответили, что сменят место работы, если им предложит работу другая организация, то есть они фактически находятся на грани увольнения в данный момент. И только лишь несколько сотрудников, скорее всего, остались бы на прежнем месте работы. Причиной появления данной неудовлетворенности может служить низкая степень заинтересованности сохранить персонал со стороны руководителей, как высшего звена, так и низшего.

В целях эффективного управления и выстраивания объективных взаимоотношений между работниками и работодателями, снижения риска обострения социально-экономической обстановки в регионе необходимо использование инструментов и технологий, основанных на методике контроля и мониторинга исполнения действующего законодательства в области оплаты и стимулирования труда [13, с. 1499]. Поскольку, как показало исследование, большинство сотрудников не устраивает их заработная плата [11, 12]. Это связано с тем, что, например, у персонала торгового предприятия, заработная плата представляет собой оклад плюс процент от продаж. Торговля подразумевает сезонность, то есть в определенные периоды года продавцы не могут рассчитывать на достойную заработную плату, что даже не связано с качеством их труда, а с непосредственным спросом на рынке. В связи с этим возникают конфликты, которые также могут быть вызваны задержкой выплаты заработной платы [2]. Наличие просроченной задолженности по заработной плате работников ведет к необходимости изучения причин невыплаты, выявлению фактов злоупотребления и использовании средств в корыстных целях руководством организации, а также определения суммы отвлечения денежных средств на необоснованные расходы и цели, не связанные с деятельностью организации [1, с. 120].

Кроме того, конфликты в коллективе в основном возникают из-за недопонимания и психологической несовместимости, что является нормальным положением для любой организации, как общности людей с разным темпераментом, характером и привычками. Некоторые сотрудники отмечают, что причиной конфликтов выступает разный объем выполняемой работы при одинаковой оплате труда. Это является отрицательным фактором и возвращает к вопросу о проблемах в формировании заработной платы и проблемы с неценностью личного вклада сотрудников в общий рабочий процесс.

Результаты исследования показывают, что в организации может быть достаточно

сплоченный коллектив, однако при этом некоторые сотрудники чувствуют несправедливость в отношении к ним со стороны руководства. Из-за отсутствия контроля со стороны руководства наблюдается неравномерное распределение затраченных усилий сотрудниками, разный вклад в работу, что является фактором, неблагоприятно влияющим на социально-психологический климат.

Для решения данных проблем был предложен ряд рекомендаций по улучшению социально-психологического климата с целью повышения эффективности деятельности сотрудников [10]. Положительным моментом в укреплении климата коллектива являются совместные мероприятия работников коллектива, их встречи, различные контакты, беседы, которые способствуют повышению уровня сплоченности работников и обеспечивают психологический комфорт во всех структурных подразделениях организации. Наиболее распространенными видами таких мероприятий являются общие собрания и планерки, на которых рассматриваются направления развития деятельности предприятия, в том числе развития корпоративной культуры. При этом административно-управленческому персоналу необходимо обеспечить тесное взаимодействие работников организации, обеспечить их позитивный настрой на выполнение поставленных задач. Хорошо организованное собрание настраивает коллектив на активное выполнение плановых заданий, повышает их интерес к работе предприятия, его результативности в виде прибыли рентабельности. При этом рациональный инструктаж персонала, конкретное обозначение выполнения должностных обязанностей, повышает ежедневную эффективность использования трудовых кадров, организует работников, предприятия. единый механизм в реализации стратегии

Кроме того, эффективно проведенное деловое совещание создает у работников определенный позитивный настрой, который нацеливает их на достижение высоких результатов. Четко обозначенные задания на текущий день, разъясненные со всеми нюансами способы их выполнения сами по себе, без всяких дополнительных призывов обеспечивают в коллективе бодрое деловое настроение.

К рекомендуемым мероприятиям относится проведение корпоративных мероприятий, способствующих формированию позитивного психологического климата. Традиция совместно проводить праздники как нельзя лучше сближает сотрудников и способствует возникновению между ними дружеских доверительных отношений. К таким праздникам относятся фирменные знаменательные даты: день основания, открытие нового подразделения, филиала и т.д., которые позволяют работникам осознавать свою причастность к действительно серьезному и важному делу. Общение сотрудников организации благоприятно сказывается на ее психологическом климате.

Эффективным фактором улучшения внутреннего климата в организации является обмен информацией и доступность руководства [7]. Эффективно налаженные коммуникации способствуют устранению множества потенциальных проблем, связанных с непониманием или различиями в трактовке тех или иных информационных сообщений. Они предупреждают распространение слухов и сплетен, которые негативно влияют на психологический настрой работников и общую обстановку внутри фирмы.

Открытость руководства и его готовность к контактам поддерживает у сотрудников уверенность в том, что в критической ситуации они не останутся один на один со своими проблемами. Кроме того, внимание к предложениям подчиненных зачастую оказывается полезным и для самого руководства, поскольку такие предложения могут указать более эффективные способы достижения целей или новые направления развития.

Таким образом, кадровая политика должна быть направлена на стабилизацию трудовых ресурсов организации, рациональное распределение работников по соответствующим должностям в целях повышения профессионального уровня, эффективности работы каждого специалиста, направленной на выполнение миссии организации и максимизацию прибыли [8, с. 215]. Внедрение предлагаемых мероприятий позволит организации создать обратную связь между сотрудниками и руководством организации, повысить эффективность деятельности и командного взаимодействия, поддерживать положительный внутренний имидж компании среди сотрудников и повысить уровень благоприятного социально-психологического климата в коллективе.

Список литературы:

1. Быков Р.А., Лытнева Н.А. Риск в системе оплаты труда работников организации // Вестник Орловского государственного аграрного университета. – 2012. – Т.35. – №2. – С. 117-122.
2. Быков Р.А., Лытнева Н.А. Риски в управлении трудовыми ресурсами: способы их выявления и оценки // Научные записки ОрелГИЭТ – 2014. – №1 (9). – С. 127-134.
3. Лытнева Н.А. Управление системными изменениями // Вестник ОрелГИЭТ. – 2008. – №4. – С. 72-83.
4. Лытнева Н.А. Системы оплаты труда на предприятиях реального сектора экономики // Вестник Орловского государственного аграрного университета. – 2012. – Т.35. – №2. – С. 139-143.
5. Лытнева Н.А. Инновационная образовательная модель и технологии подготовки экономических кадров для малого предпринимательства // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2013. – №2 (8). – С. 141-147.
6. Лытнева Н.А. Совершенствование методов управления результативностью промышленных предприятий // Вестник ОрелГИЭТ. – 2014. – №3 (29). – С. 92-97.
7. 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.
8. Лытнева Н.А. Методический инструментарий оценки кадров в управлении персоналом организации // Актуальные направления научных исследований: от теории к практике: материалы IV Международной научно-практической конференции. – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2015. – С. 212-216.
9. Лытнева Н.А., Парушина Н.В. Развитие методического инструментария в управлении оценкой эффективности персонала // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – №2 (32). – С. 101-106.
10. Лытнева Н.А., Пьянова Н.В. Методика внутреннего контроля в системе управления расчетами с подотчетными лицами в малом бизнесе // Вестник ОрелГИЭТ. – 2013. – №2 (24). – С. 78-84.
11. Парушина Н.В., Лытнева Н.А. Анализ эффективности использования трудовых ресурсов и фонда заработной платы организации // Аудитор. – 2012. – №8. – С. 38-47.
12. Парушина Н.В., Лытнева Н.А. Анализ эффективности использования трудовых ресурсов и фонда заработной платы организации // Аудитор. – 2012. – №9. – С. 30-35.
13. Парушина Н.В., Лытнева Н.А. Система эффективного управления и контроля оплаты труда и соблюдения трудового законодательства в организациях // Фундаментальные исследования. – 2014. – №12-7. – С. 1498-1502.
14. Парушина Н.В., Лытнева Н.А. Система показателей экономики труда в управлении кадровым потенциалом организации // Вестник Орловского государственного аграрного университета. – 2012. – Т.35. – №2. – С. 131-135.
15. Парушина Н.В., Лытнева Н.А., Кулик И.О. Контроль управления эффективностью труда работников сферы предпринимательства: оплата труда // Среднерусский вестник общественных наук. – 2015. – Т.10. – №6. – С. 329-336.

Киселев Иван Олегович

*магистр 1 курса факультета «Государственное, муниципальное
управление и экономика народного хозяйства»
ФГБОУ ВО «РАНХиГС», Орловский филиал
e-mail: kiselev-vanya@mail.ru*

Ершова Елена Александровна

*аспирантка профессор кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: kaf_finacial@ogiet.ru*

Научный руководитель

Лытнева Наталья Алексеевна

*д.э.н., профессор кафедры «Менеджмент и государственное управление»
ФГБОУ ВО «РАНХиГС», Орловский филиал
д.э.н., профессор кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: ukap-lytneva@yandex.ru*

Павлова Н.А.

СТАНДАРТИЗАЦИЯ КОСМЕТИЧЕСКИХ ТОВАРОВ

Проблема безопасности и качества косметических средств актуальна, так как эти товары можно отнести к продукции повседневного спроса. В данной работе рассматривается соответствие косметических средств требованиям и их стандартизация.

Ключевые слова: косметическая продукция, косметика, стандартизация, ГОСТ, ТУ, ОСТ, качество продукции.

Качество, безусловно, считается основным и обязательным показателем, оценивающим безопасность и безвредность продукции, эффективность и приемлемость работ и услуг. Основной задачей большинства мировых держав, крупных компаний и организаций является необходимость улучшения качества продукции, услуг. Отсюда вытекает цель любой национальной экономики – обеспечение высокого качества жизни населения.

Только стандартизация в индустриальном государстве позволяет гарантировать качество услуг и продукции, которые производят предприятия и организации различных форм собственности. Чтобы оценить соответствие качества продукции и услуг стандартам, необходимо измерение их основных параметров, начиная от значений, которые определяют данную продукцию, заканчивая внешними факторами, которые определяют условия эксплуатации, перевозки и хранения этой продукции.

Понятие «стандартизация» включает в себя инсталляцию и применение правил для организации деятельности в определенной отрасли.

Вся современная жизнь пронизана стандартами и поэтому сегодня стандартизации уделяется очень много внимания и в России и за рубежом. Параллельно с развитием общества должна развиваться и стандартизация, поскольку она сопровождает развитие различных отраслей промышленности, науки и способствует НТП. Стандарты позволяют структурировать разноплановые требования производителей и потребителей, поскольку создаются с инновационным подходом.

Стандартизация создает организационно-техническую основу для производства высококачественной продукции. При переходе страны к рыночной экономике, отличительными чертами которой являются свободная конкуренция, непредсказуемость спроса потребителя, борьба за каждого потенциального покупателя, специалистами различных компаний используются методы и правила стандартизации, которые позволяют добиться высокого качества реализуемых товаров и услуг.

Исполнение всех обязательных и даже рекомендуемых требований стандарта является, бесспорно, эффективной политикой для любого производителя или торгового представителя при повышении узнаваемости и престижности торговой марки. Таким образом, стандарт стал своеобразным рычагом рыночной стимуляции, обеспечивающим конкурентоспособность и длительные деловые отношения между производителем, заказчиком и продавцом.

Стандартизация представляет собой деятельность, которая определяет правила, нормы и требования по отношению к товарам и услугам в интересах защиты прав потребителей и государства, кроме того уделяет внимание качеству товаров и услуг, а значит, обеспечивает безопасность для жизни и здоровья людей и окружающей среды.

В федеральных законах Российской Федерации «О стандартизации» и «О защите прав потребителей» закреплены основные положения, обязательные к исполнению всеми предприятиями, концернами, ассоциациями, межотраслевыми, региональными и прочими объединениями независимо от форм собственности, а также индивидуальными предпринимателями.

Комитет по стандартизации, метрологии и сертификации, сокращено Госстандарт

России, осуществляет деятельность, направленную на контроль соответствия стандартам качества продукции, товаров и услуг в России. Кроме того, комитет представляет ее интересы за рубежом.

Основными принципами стандартизации являются:

- максимальный учет заинтересованных лиц при проведении стандартизации;
- международный стандарт является основой при разработке национального;
- стандарты, противоречащие техническим характеристикам, неприемлемы;
- невозможность препятствия производству качественной продукции.

Ключевыми задачами стандартизации будут:

- создание деловых отношений между разработчиками, производителями, торговыми партнерами и конечными потребителями;
- определение требований по совместимости и взаимозаменяемости продукции и комплектующих изделий и их унифицирование;
- уточнение оптимальных требований по качеству изготавливаемой продукции.

Главнейшей задачей стандартизации является оформление системы нормативной базы, включающей в себя документы (стандарты, технические условия, общероссийские классификаторы, методические рекомендации, положения, правила).

Перечислим основные виды нормативной документации, которые представлены в России:

- Государственные стандарты РФ (ГОСТ Р);
- Технические условия (ТУ);
- Межгосударственные стандарты (ГОСТ);
- Отраслевые стандарты (ОСТ);
- Стандарты предприятий (СТП).

Также к нормативной документации следует отнести общероссийские классификаторы технико-экономической информации.

Межгосударственные стандарты (ГОСТ) представляют собой стандарты, установленные государствами, которые подписали Соглашение о проведении согласованной политики в области стандартизации, метрологии и сертификации и непосредственно ими применяемые.

Новые ГОСТы, как и уже имеющиеся, которые были созданы в рамках соглашения, применяются на территории России без изменения оформления и без изменения их обозначения.

До момента утверждения новых ГОСТов на территории России действовали советские ГОСТы. Государственные стандарты РФ (ГОСТ Р) являются новым видом национального стандарта, утвержденного Госстандартом России и действующего на всей территории.

В ГОСТ и ГОСТ Р включают:

- непреложные требования к качеству продукции, обеспечивающие ее безопасность для здоровья и жизни человека, а также для окружающей среды;
- основные свойства, ценные для потребителя продукции, а также требования к ее упаковке, хранению и утилизации;
- обязательные требования техники безопасности и производственной санитарии;
- обязательные методы контроля качества продукции, позволяющие обеспечить безопасность и экологичность товаров, а также дающие возможность оценить уровень ее качества;
- требования, выполнение которых в процессе производства позволяет произвести безопасную продукцию;
- правила по оформлению технической документации, терминологии, определение и обозначение понятий, метрологические и другие общетехнические нормы и правила;
- требования по совместимости и взаимозаменяемости продукции.

Стандарты научно-технических и инженерных обществ (СТО) – это новый для РФ вид нормативной документации, разрабатываемый и утверждаемый данными обществами. Эти стандарты формируются из инноваций, внесенных фундаментальной и прикладной науками. Данный вид стандартов очень развит в западных странах.

Стандартами предприятия (СТП) являются такие стандарты, которые направлены на обеспечение качества самим производителем. Эти стандарты могут быть использованы другими предприятиями, но только в случаях согласия разработчиков и свободного доступа в интернет. Безусловно, противоречие ГОСТу и ОСТ недопустимо.

Отраслевые стандарты – (ОСТ). Данный вид стандартов обычно разрабатывается и утверждается отраслевыми министерствами (ведомствами) России в случаях, если на объекты стандартизации вдруг отсутствует ГОСТ либо если необходимо увеличить объем требований ГОСТ или ГОСТ Р.

Отраслевые стандарты в Российской Федерации обязательно применяются предприятиями, которые входят в систему данного министерства или ведомства, и на добровольной основе – предпринимателями и предприятиями различных форм собственности. Требования ОСТ так же, как и СТО, не должны противоречить обязательным требованиям ГОСТ Р.

Технические условия (ТУ) – еще один вид нормативной документации, утверждаемый предприятием-разработчиком согласованно с предприятием заказчиком или клиентом.

Технические условия распространяют свое влияние только на узкую группу продукции (продукция, выпускаемая мелкими сериями, продукция часто меняющегося ассортимента), в отличие от ГОСТа.

ТУ закрепляются предприятием-разработчиком данных стандартов. На территории России их могут применять все предприятия независимо от форм собственности и подчинения.

По объекту, содержанию и назначению стандарты подразделяются на:

- основополагающие стандарты – это нормативные документы, закрепляющие общие организационно-методические положения о порядке проведения стандартизации, а также устанавливающие общетехнические положения касательно терминологии, маркировки, построения, изложения и оформления различной документации;

- стандарты на процессы, устанавливающие требования к выполнению технологических процессов проектирования и производства продукции и всего ее дальнейшего жизненного цикла, включая эксплуатацию, хранение, транспортировку и ремонт;

- стандарты на продукцию и услуги закрепляют требования к однородной продукции. Вопросы классификации продукции, ее основные размеры и параметры, общие технические требования, правила приемки, маркировки, упаковки, транспортировки и хранения – все это закреплено в этих стандартах;

- стандарты на методы испытаний (контроля). Данные стандарты направлены на установление порядка проведения работ по контролю за качеством продукции на всех стадиях жизненного цикла, начиная с процедуры отбора проб, их подготовки к испытаниям с описанием применяемого оборудования, заканчивая порядком обработки полученных результатов.

Если применять стандарты на методы испытаний по одному показателю качества, то это будут стандарты узкой направленности, а если по комплексу показателей качества, то широкой.

Косметические изделия являются довольно крупной группой товаров по ассортименту. Преобладающая часть косметических изделий, выпускаемых в России, имеет документы, разрабатываемые самим изготовителем, то есть они имеют технические условия (ТУ). Это не является нарушением российского законодательства, поскольку технические условия, как правило, проходят регистрацию и экспертизу. Но большим доверием потребителей косметики пользуются товары, которые были произведены согласно стандартам, активно разработанным в последние годы.

Функцией этих документов является систематизация и упорядочение существующей нормативно-правовой базы в этой сфере производства, чистка и удаление устаревших обязательных требований, содержащихся в уже имеющихся стандартах и иных документах на косметическую продукцию, а также приведение этих требований к мировым стандартам. Стандарты на косметическую продукцию вида «Общие технические условия» (ОТУ), охватывают большую часть выпускаемых сегодня косметических изделий:

- ГОСТ Р 31649-2012 «Продукция декоративной косметики на жировосковой основе.

Общие технические условия».

- ГОСТ Р 31460-2012 «Кремы косметические. Общие технические условия».
- ГОСТ Р 31697-2012 «Продукция декоративной косметики на эмульсионной основе.

Общие технические условия».

- ГОСТ Р 31696-2012 «Продукция косметическая гигиеническая моющая. Общие технические условия».

- ГОСТ Р 31689-2013 «Продукция косметическая порошкообразная и компактная.

Общие технические условия».

- ГОСТ Р 32117-2013 «Продукция парфюмерно-косметическая. Информация для потребителя. Общие требования».

Стандарты закрепляют требования, особенно это касается требований безопасности к косметическим изделиям, правил верного отбора проб, испытаний, требований к упаковке и маркировке, требований к процессам хранения, перевозки и утилизации.

Любой из представленных ГОСТов работает для определенной группы товаров, схожих по назначению и технологии производства. Это позволяет упорядочить требования к продукции как при ее изготовлении, так и при подтверждении соответствия и при контроле на рынке.

Определение показателей, которые обеспечивают безопасность, – вот важное достоинство документов. С помощью этого вероятность двоякого толкования обязательных требований при осуществлении контроля на рынке и излишнее административное давление на рынке уменьшается.

Выпуск продукции в соответствии с требованиями основных стандартов во многом облегчает работу изготовителя, так как дает возможность не разрабатывать ТУ для каждого вида продукции.

Сегодня возникает проблема стимулирования предприятий изготавливать продукцию в соответствии с нормативными документами, поскольку стандарты носят исключительно рекомендательный характер и не все требования стандартов обязательны.

Сертификат и знак соответствия являются для потребителей гарантом безопасности в том случае, если продукция подлежит обязательной сертификации. Аналогично практике зарубежных стран, где для информации потребителя о качестве товара используют знаки соответствия стандарту, Госстандарт РФ принял нормативный документ ГОСТ Р 1.9-2004 «Стандартизация в Российской Федерации. Знак соответствия национальным стандартам Российской Федерации. Изображение. Порядок применения». Маркировка знаком не заменяет сертификацию, если продукция обязательно подлежит ей.

В соответствии с этим документом предприятия-изготовители могут добровольно по своей инициативе использовать знак соответствия, если их продукция производится в полном соответствии с требованиями российского государственного стандарта. При этом они обязаны соблюдать правила и процедуры ГОСТ Р 1.9-2004.

Чтобы иметь право помечать свою продукцию данным знаком, нужно получить лицензию в территориальном органе Госстандарта России, выполнив ряд условий. В первую очередь необходимо предоставить территориальному органу достоверные доказательства соответствия конкретной продукции требованиям государственного стандарта, по которому она производится. Это должен быть нормативный документ вида ТУ, технических требований и методов контроля (испытаний, измерений, анализа). Территориальный орган Госстандарта приводит оценку полноты и объективности представленных доказательств.

Кроме того необходимо приложить к заявлению о выдаче лицензии:

- декларацию изготовителя о соответствии продукции всем требованиям стандарта;
- для продукции, подлежащей обязательной сертификации, – копию сертификата соответствия;
- копию сертификата на систему качества либо заключение о результатах анализа производства;
- копии протоколов испытаний.

Данные требования свидетельствуют о значительном объеме работы, который предстоит провести предприятию, прежде чем будет получено право использовать знак соответствия стандарту.

Если после анализа документов территориальный орган убеждается в правоте притязаний заявителя, лицензия выдается. Или же может последовать отказ, или предложение о дополнительных испытаниях продукции и повторной оценке производства с обязательным участием представителей территориального органа.

В России, в отличие от европейских стран, еще не набран опыт подобного рода процедур. О преимуществах для предприятий, выпускающих продукцию со знаком соответствия Российскому государственному стандарту, можно говорить лишь в будущем времени. По мнению Госстандарта, производитель такой продукции вправе претендовать на те или иные меры государственной поддержки.

Из практики стандартизации и сертификации в РФ за последние годы можно вывести, что знак соответствия применяется только для сертифицированной продукции по системе ГОСТ Р. Изготовитель сможет более широко пользоваться этим знаком, когда в России будет на законодательной основе введен такой способ доказательства соответствия, как заявление-декларация изготовителя.

Таким образом, улучшение качества продукции на сегодняшний день выступает одной из наиболее важных задач для российских производителей. При этом в соответствии с Законом РФ «О защите прав потребителей» в понятие «качество» также входит требование безопасности для жизни, здоровья и имущества потребителя и окружающей среды. Для выполнения вышеуказанных задач необходима разработка и применение нормативных документов по стандартизации, устанавливающих правовые основы, обязательные для государственных органов управления, предприятий и предпринимателей, а также общественных объединений.

Создание условий для деятельности предприятий, организаций и предпринимателей на едином товарном рынке РФ и для участия в международной торговле может быть достигнуто с помощью подтверждения соответствия продукции установленным требованиям. Сложности, нуждающиеся в разрешении, требуют совершенствования соответствующих нормативных документов.

Список литературы:

1. ГОСТ Р 32117-2013 Продукция парфюмерно-косметическая. Информация для потребителя. Общие требования. – Введен 01.01.2014. – М.: Стандартинформ, 2014. – 11 с.
2. ГОСТ Р 31679-2012 Продукция косметическая жидкая. Общие технические условия. – Введен 01.07.2013. – М.: Стандартинформ, 2014. – 8 с.
3. ГОСТ Р 31460-2012 Кремы косметические. Общие технические условия. – Введен 01.07.2013. – М.: Стандартинформ, 2013. – 12 с.
4. Алексеев Н.С. Теоретические основы товароведения непродовольственных товаров: учебник для вузов. – М.: ПрофОбрИздат, 2010. – 295 с. – ISBN 5-282-00645-6.
5. Вилкова С.А. Товароведение и экспертиза парфюмерно-косметических товаров: учебник для вузов. – М.: Дашков и Ко, 2012. – 282 с. – ISBN:5-932110-05-8.
6. Лифиц И.М. Стандартизация, метрология и сертификация: учебник для вузов. – М.: Юрайт, 2013. – 411 с. – ISBN:978-5-9916-2746-7.
7. Сергеев А.Г. Метрология, стандартизация, и сертификация: учебник для вузов. – М.: Юрайт, 2010. – 411 с. – ISBN:978-5-9916-0160-37.
8. Товароведение непродовольственных товаров: учебник для вузов / А.П. Ходыкин и др. – М.: Дашков и Ко, 2012. – 542 с. – ISBN: 978-5-394-01736-0.

Павлова Наталья Александровна

*студентка 2 курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: OparNatka02@mail.ru*

Научный руководитель

Пашкевич Людмила Аркадьевна

*к.т.н., доцент кафедры товароведения, экспертизы товаров и туризма
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: lyudmila.pashckevitch@yandex.ru*

И.Д. Денисова

ТРАДИЦИОННЫЕ И НОВЫЕ МЕДИА: РОЛЬ РОССИИ В РЕКЛАМНОМ РЫНКЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

На развитие экономики страны большое влияние оказывает рекламный рынок, который стремительно развивается. Традиционные средства массовой коммуникации постепенно вытеснили новые медиа. В этих условиях любой человек имеет доступ к большому количеству информации и может самостоятельно ее формировать и производить. Таким образом, в настоящее время традиционные медиа переживают свой упадок, а новые медиа успешно развиваются. Поэтому важнейшая роль, способствующая развитию рекламного рынка и экономики России в целом, отводится новым медиа.

Ключевые слова: газеты, журналы, интернет-реклама, контент, мультимедийная журналистика, новые медиа, печатные СМИ, радио, реклама, рекламный рынок, сегменты рекламного рынка, СМИ, телевидение, традиционные медиа, экономика России, new-media.

В современных социально-экономических и общественно-политических условиях главным фактором, определяющим развитие медиасреды, являются особенности субъектно-объектных отношений в коммуникационных технологиях страны.

Традиционные рекламные ресурсы постепенно утрачивают свои позиции на рекламном рынке, предпочтение общественности в лице не только рекламодателей, но и заинтересованных граждан обращается на новые коммуникационные пространства, в которых каждый пользователь не только может получать множество информации, но и самостоятельно ее формировать. Компании, предвидя данную тенденцию, все большее количество рекламы размещают в новых медиа и перенаправляют свое внимание на проекты, связанные именно с ними.

Главные предпосылки перехода от традиционных медиа к новым стали формироваться еще в 2006-2008 годах, когда достаточно резко стало возрастать значение сетевых ресурсов при информировании общества, а также их влияние на формирование различной информации [3, с. 222].

В то же время начали меняться методики работы с текстами – для этих целей стал использоваться интернет из-за своей информационной доступности и открытости, а также большого количества разнообразной информации. В сети Интернет стали не только искать необходимую информацию, но и начали проверять ее, детализировать, получать мнение о ней у заинтересованных лиц.

Следующей предпосылкой появления новых медиа является появление пользовательского, народного контента, подготовленного общественностью, а также возрастание спроса на мультимедийную журналистику и появление виртуальных кабинетов.

Все черты перечисленных предпосылок появления нового медиапространства наблюдаются в настоящее время как основа современных новых медиа. В настоящее время наблюдается упадок традиционных медиа - необходимую информацию общественность может получить из других источников, а также происходит развитие и усовершенствование уже имеющих многочисленных каналов коммуникации, которые обладают интерактивностью.

Интерактивность новых медиа представляет собой их способность к трансформации информации.

По данным экспертов, в настоящее время Россия занимает 19-е место по уровню проникновения новых медиа, хотя темпы популярности новых медиа у общественности с каждым годом растут: так, в 2012 году этот показатель был на уровне 7,3 процентных пункта, а в 2015 году поднялся до 11 процентных пунктов. Можно с большой уверенностью спрогнозировать, что данная тенденция будет только увеличиваться из-за повсеместного распространения и адаптации новых медиа [5, с. 74].

Суммарный объем рекламы в средствах ее распространения за вычетом НДС как в традиционных медиа, так и в новых медиа на рекламном рынке России в 2015 году превышает 307 млрд руб., что на 10 процентных пунктов меньше показателей 2014 года. Эта тенденция характеризует рекламный рынок России как динамично развивающийся, даже несмотря на экономический кризис в стране (табл.1) [7].

Таблица 1 – Объем рынка рекламы в традиционных медиа в 2015 году

Сегменты	Январь-Декабрь 2015 года, млрд рублей	Динамика %
Телевидение	136,7	-14
в т.ч. основные каналы	134,2	-14
нишевые каналы	2,5	-38
Радио	14,2	-16
Пресса	23,3	-29
в т.ч. газеты	6,5	-20
журналы	11,6	-29
рекламные издания	5,3	-38
Наружная реклама	32	-21
Реклама в кинотеатрах	0,9	-14
ИТОГО по сегменту рекламы в медиа	307,5	-10
ИТОГО по сегменту маркетинговых услуг	88,3	-10

Что касается традиционных медиа, то их крупнейшим сегментом остается телевидение, которое, в свою очередь, по данным экспертов, привлекло порядка 134 млрд руб. и потеряло около 14 процентных пунктов рекламных бюджетов за 2015 год.

Такие сегменты традиционных медиа, как наружная реклама, реклама на радио и печатная пресса также продолжают терять рекламные бюджеты, причем радио потеряло 16 процентных пунктов рекламного бюджета, заработав 14,2 млрд руб., а печатные медиа – потеряли 29 процентных пункта, заработав 23,3 млрд руб. (табл. 2) [7].

Таблица 2 – Объем региональной рекламы в традиционных медиа в 2015 году

Сегменты	Январь-Декабрь 2015 года, млрд рублей	Динамика, %
Телевидение	21	-19%
Радио	6,8	-17%
Пресса	7,5	-34%
Наружная реклама	10	-20%
ИТОГО по 4-м медиа сегментам	45,4	-22%

Региональные рынки рекламы характеризуются более оптимистичными показателями – их рекламный бюджет за 2015 год составил 45 млрд руб., но в целом они также разделяют тенденцию падения показателей по всем сегментам традиционных медиа [1, с. 35].

Таким образом, можно отметить, что перспективы традиционных медиа в будущем будут полностью зависеть не только от законодательной базы, экономического состояния страны и рекламного рынка в целом, но и от тенденций развития сегментов новых медиа.

Телевидение будет оставаться одним из главных сегментов традиционных медиа, большая доля его пользователей будет сосредоточена на просмотре каналов, которых станет еще больше, на своих персональных устройствах.

Этот процесс совместится с активностью пользователей в интернет-пространствах. Прогноз экспертов по сегменту печатных СМИ остается достаточно негативным вплоть до полной их трансформации к 2030 году, а сегмент традиционных медиа – радио – полностью перейдет на интернет-вещание [4, с. 40].

Что касается новых медиа, их отрасль по праву остается одной из самых востребованных не только для пользования широкой общественности, но и для инвестирования со стороны предпринимателей.

Стремительное развитие новых медиа происходит главным образом за счет формирования общественностью контента, где каждый пользователь становится генератором идей. Эксперты отмечают, что данная тенденция будет усиливаться (табл. 3) [7].

Таблица 3 – Объем рынка рекламы в новых медиа в 2015 году

Сегменты	Январь-Декабрь 2015 года, млрд рублей	Динамика %
Интернет	97	15
в т.ч. медийная реклама	18,7	-2
контекстная реклама	78,3	20
ИТОГО по сегменту	194	13

По объему доходов интернет-реклама уступает телевидению, однако, исходя из представленных в таблице данных, можно сделать вывод, что закупки рекламы в интернете выросли в 2015 году на 15 процентных пунктов, причем преимущественно за счет контекстных объявлений [6, с. 110].

В 2015 году объем интернет-рынка рекламы вырос на 20 процентных пунктов больше, чем в 2014 году, в свою очередь, рекламный бюджет составил 78,3 млрд руб. При этом, отмеченная положительная тенденция продолжает расти – согласно данным экспертом, по итогам первого квартала 2016 года контекстная реклама показала рост на 17 процентных пунктов.

Данные показатели являются достаточно оптимистичными на фоне упадка сегментов традиционных медиа, и, по мнению экспертов, эта тенденция продолжится и в будущем. Реклама в новых медиа остается единственным сегментом рекламного рынка России, который показывает уверенный рост [2, с. 37].

Можно сделать вывод, что Интернет вобрал в себя всю информацию, накопленную человечеством, и с каждым годом его аудитория вырастает. Новые медиа – это качественный способ представления большого количества информации, где каждый пользователь сам ее генерирует.

Несмотря на то, что объект новых медиа может быть описан достаточно формально и что он постоянно изменяется, новые медиа с каждым годом становятся все более программируемыми, а многие операции в них можно автоматизировать. Благодаря этому множество действий теперь можно выполнить без непосредственного участия и контроля со стороны человека.

В среде новых медиа станет возможен перевод одного формата медиаобъекта в другие, что сделает их еще более адаптируемыми. В новых медиа становится возможным изменение способов предоставления большого числа информации.

Таким образом, развитие глобальных коммуникационных каналов является очень актуальным вопросом в настоящее время и вызывает множество дискуссий по всему миру. Споры по поводу отнесения новых медиа к новым СМИ еще не утихли, хотя, несомненно, больше обсуждаются возможности новых медиа, перспективы их развития и уживаемость с традиционными медиа. По нашему мнению, традиционные медиа и новые медиа будут существовать вместе, в будущем дополняя друг друга.

Список литературы:

1. Воронцова О.И. Борьба за аудиторию: Традиционные СМИ и Новые медиа // Социология. – 2015. – №4-3. – С. 34-36.
2. Поляков В.А. Анализ становления мирового рекламного рынка и рекламы в России // Маркетинг в России и за рубежом. – 2014. – №2. – С. 35-39.
3. Рогалева О.С., Шкайдерова Т.В. Новые медиа: эволюция понятия (аналитический обзор) // Вестник Омского университета. – 2015. – №1 (75). – С. 222-225.
4. Соловьева Т.С. Понятие «реклама» как средство массовой коммуникации // Социосфера. –

2014. – №1. – С. 39-42.

5. Чернавский А.С. Особенности современного медиапотребления и феномен новых медиа // Власть. – 2015. – №7. – С. 73-75.

6. Шестеркина Л.П., Борченко И.Д. Основные характеристики новых социальных медиа // Ученые записки Забайкальского государственного университета. – 2015. – №2. – С. 107-111.

7. Статистика рекламного рынка России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.akarussia.ru/> (дата обращения: 12.03.2016).

Денисова Инга Дмитриевна

*студентка 2 курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: ingdenisova@yandex.ru*

Научный руководитель

Блок Мартин Арнольдович

*к.э.н., доцент кафедры истории, философии, рекламы и связей с общественностью
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: bmy1@yandex.ru*

УДК 005.34

Димитрова Е.В.

ИМИДЖ ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА

В данной статье рассмотрены основные компоненты имиджа делового человека: внешний, коммуникативный, поведенческий. Именно деловой имидж позволяет создать первое впечатление о человеке. Чем он привлекательнее, тем выше профессиональный авторитет бизнесмена и общественная репутация политика.

Ключевые слова: имидж, коммуникация, манера общения, этикет, деловой человек.

Имидж (image) в переводе с английского означает «образ, изображение, впечатление». Однако имидж – это не просто образ, это то, что человек специально выбирает, создаёт и поддерживает, применяет ради достижения поставленных целей и решения жизненных задач.

В современном мире имидж делового человека играет достаточно важную роль. Под имиджем обычно понимается сформировавшийся образ, в котором выделяют ценностные характеристики и черты, оказывающие определенное воздействие на окружающих. Имидж складывается в ходе личных контактов человека, на основе мнений, высказываемых о нем окружающими, и является одним из факторов, определяющих деловой успех. С помощью имиджа, с одной стороны, мы стараемся дать информацию для окружающих, а с другой – преследуем свои конкретные цели [1].

По мнению Ф. Дейвиса, «ты можешь быть каким угодно умным, честным и профессиональным, но значимым для общества ты станешь только тогда, когда сможешь подать себя соответствующим образом» [2].

Успешная деловая деятельность, достижение человеком его целей, способность оказывать влияние на людей требуют от него играть такие «роли», которые будут демонстрировать его наиболее показательные, положительные черты. Как говорит профессор И.А. Стернин: «Для этого мы надеваем долговременную ролевую маску – создаём свой имидж» [3, с. 45].

В связи с этим, можно сформулировать основные компоненты имиджа делового человека [4]: внешний компонент (то есть то, как человек выглядит внешне); коммуникативный компонент (какое впечатление он производит в общении); поведенческий компонент (связан с поступками, которые совершает деловой человек).

Ведение любого дела – это, прежде всего, установление контактов, в которых, по подсчётам психологов, в 80 случаях из 100 своё отношение к другому человеку люди строят на основе первого впечатления, важнейшей составной частью которого является внешний вид. Довольно часто именно первое впечатление оказывается наиболее точным. Поэтому опытные имиджмейкеры разрабатывают для кандидата все: начиная от внешнего образа (причёска, костюм) и заканчивая манерой поведения, говорения. При этом важно помнить несколько правил хорошего внешнего имиджа делового человека:

- парой для костюма обязательно должен стать галстук. В качестве исключения – только пиджаки спортивного типа, которые можно надеть с футболкой;
- рабочий костюм женщины вы или мужчины не должен быть ярким. Лучше всего подойдут спокойные, теплые тона;
- пестрые блузки и рубашки – признак дурного тона;
- не допускайте смешение цветов в одежде. Оттенки должны сочетаться друг с другом;
- лучший стиль для делового человека – классический. Но это не говорит о том, что нужно надевать все строгое и черное. Современная индустрия моды подарила людям множество оттенков: от синего до бежевого и коричневого;
- в дневное время нужно надевать светлую одежду, в вечернее – темную;
- не следует забывать об аксессуарах. Но нельзя обвешивать себя огромным количеством украшений и лишних деталей, чтобы не быть похожими на новогоднюю елку. Пары изящных дополнений к образу будет вполне достаточно;
- что касается косметики для деловых женщин, то здесь для всех совет один – «боевой раскрас» может обернуться агрессией к вашей персоне. Макияж должен быть натуральным и естественным.

Поведение также влияет на деловой имидж. Спокойствие, тактичность и выдержанность – вот главные атрибуты телодвижения делового человека. Не помешает и чувство самообладания. Если вы будете спокойны в общении с окружающими, а ваши жесты будут расслабленными и непринужденными, то вы завоеуете доверие и уважение окружающих.

Следующим компонентом делового имиджа является тактика общения (умелая ориентация в конкретной ситуации, владение механизмами психологического воздействия и т.д.).

О человеке может сложиться хорошее внешнее впечатление, но до тех пор, пока он не откроет рот. Стоит допустить несколько ошибок в речи, и первое впечатление будет испорчено. Поэтому деловому человеку важно уметь правильно говорить [5]:

- не вступайте в разговор, если не знаете его темы. С другой стороны, если вы знаете, о чем идет речь, можно показать это собеседникам;
- уважайте своих собеседников. Внимательно слушайте, будьте тактичны и вежливы;
- метафоры, образы и различные сравнения станут прекрасным украшением вашей речи;
- избегайте слов-паразитов и шаблонных фраз;
- старайтесь говорить только правду и не искажайте информацию, которой владеете.

Деловой этикет тоже немаловажен в этом случае. Все, что вы говорите и пишете, должно быть изложено хорошим языком, грамотно. Умение человека грамотно говорить влияет в целом на его образ. От умения общаться часто зависят шансы заключить тот или иной контракт. Деловому человеку, для того чтобы преуспеть, надо овладеть и искусством риторики, то есть мастерством красноречия. Очень важно следить и за своей дикцией – произношением и интонацией. Никогда в деловом общении не стоит употреблять жаргонных слов и оскорбительных выражений; необходимо учиться слушать других и при этом показывать, что вам интересно [6].

Если вы зарекомендовали себя как профессионал своего дела, хороший собеседник, к тому же имеющий прекрасный вкус в одежде, к вам будут тянуться и прислушиваться. Эту особенность можно использовать, воздействуя на аудиторию с целью добиться определенных выгод. Но не стоит забывать, что имидж и репутация делового человека – понятия протекающие одно из другого. Они зарабатываются в течение длительного времени, а потерять их можно за одну минуту. Поэтому к работе над тем образом, который должны увидеть

окружающие, стоит подойти со всей серьезностью.

Таким образом, любому человеку, а деловому – в особенности, необходим имидж компетентного, знающего и уверенного в своей правоте, приветливого человека.

Список литературы:

1. Алехина И.В. Имидж и этикет делового человека. – М.: ЭНИ, 2013. – 389 с.
2. Гильманова А.Н. Самоменеджмент и журналистика: учебно-методическое пособие. – Казань: Казанский университет, 2012. – 124 с.
3. Имидж делового человека и пути его формирования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.taby27.ru/studentam_aspirantam/image_wse/imidzhelogija_sdacha_rabot/446.html.
4. Кузин Ф.А. Современный имидж делового человека, бизнесмена, политика. – М.: Ось, 2012. – 512 с.
5. Стернин И.А. Практическая риторика: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – 5-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2008. – 272 с.
6. Этикет деловых отношений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.azerilove.net/articles/140/1/%CF%F0%E0%E2%E8%EB%E0-%FD%F2%E8%EA%E5%F2%E0/print/>.

Димитрова Екатерина Викторовна

студентка 3 курса факультета бизнеса и рекламы

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: katiadimitrova94@yandex.ru

Научный руководитель

Зайцева Наталья Николаевна

ст. преподаватель кафедры иностранных языков

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: natasha5103469@yandex.ru

УДК 658.788.4

Семенова С.Ю.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ИНДУСТРИИ УПАКОВКИ

В данной статье рассматриваются тенденции развития российской индустрии упаковки. В настоящее время современными видами упаковки являются гибкие и жесткие пластики, бумага, картон, стеклянная и металлическая упаковки. Движущими силами развития упаковочной отрасли являются: изменения потребительского спроса, рост торговых сетей, монополизм среди производителей сырья для упаковочной продукции и др.

Ключевые слова: тара, гофропродукция, современный рынок, металлическая упаковка, макулатура, гибкие упаковочные материалы.

Упаковочная индустрия – это один из наиболее крупных, диверсифицированных и конкурентных секторов мировой экономики, развивающийся быстро и стабильно. Вместе с тем, она сильно зависит от цен на материалы и оборудование, от уровня спроса со стороны производителей – основных заказчиков тары и упаковки [2].

В декабрьском прогнозе президента Национальной конфедерации упаковщиков Владимира Чуйкова макроэкономические показатели российской экономики на 2014 г. были снижены по сравнению с сентябрьскими данными. Так, оценка роста ВВП снижена с 3,0 до 2,5%, в основном, за счет пересмотра динамики потребительских расходов и товарного экспорта.

В 2013 г. емкость российской упаковочной отрасли, по оценкам экспертов, составила около 16,5 млрд долларов США. При этом трудно оценить влияние девальвации в конце

2013 г., так что это довольно скромная оценка. Разделение российского рынка упаковки по сегментам приведено на рис. 1.

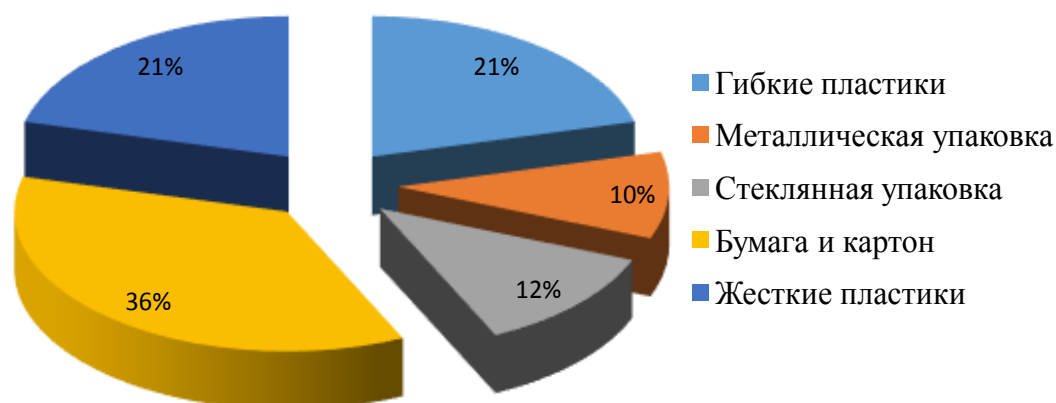


Рисунок 1 – Емкость российского рынка упаковки по основным сегментам

По мнению Ассоциации упаковочного и перерабатывающего оборудования «ПАКМАШ», сегодня российская упаковочная индустрия – это система взаимосвязанных процессов и производств: от производства упаковочных материалов, проектирования упаковки, разработки дизайна, печати и конвертинга, контроля качества упакованной продукции до организации упаковочных процессов на перерабатывающих производствах и процессов утилизации и переработки отходов упаковки.

Этим комплексом проблем в Центральном, Приволжском, Уральском, Сибирском, Северо-Западном и Южном федеральных округах России, по данным «ПАКМАШ», заняты более 2244 специализированных предприятий. Производством и поставками технологий, машин и оборудования для формирования упаковки занято более 870 предприятий [4].

В связи с этим, движущими силами развития упаковочной отрасли будут являться:

1) изменение потребительского спроса. По данным Nielsen, мирового эксперта в области маркетинговой информации, объемы продаж продуктов первой необходимости сокращаются уже полгода, тогда как рост продаж в стоимостном выражении замедлился до 9,4%. В других исследовательских компаниях также замечают изменения в продуктовых корзинах россиян и покупательский пессимизм. Наиболее ощутимо стагнация потребительского спроса проявляется в регионах.

Эксперты считают, что происходит перераспределение спроса: в ходе предновогоднего опроса потребителей более трети заявили, что стали покупать меньше одних категорий товаров и больше других. Россияне не только экономят, но и оптимизируют свою корзину. Многие стали активнее пользоваться системой скидок, «выгодных» цен и специальных предложений.

Применительно к упаковке это означает снижение ее потребления, скажем, в сегменте замороженных продуктов, бакалеи и рост в сегментах свежих продуктов – овощей и фруктов. Кроме этого, задачу удовлетворения спроса в низком и среднем ценовых сегментах производители решают за счет предложения продукции в упаковке меньшего веса.

2) рост торговых сетей. По оценкам информационно-консалтингового агентства INFOLine, в течение пяти лет в России будет открыто не менее 800 гипермаркетов, а их общее количество возрастет до 1400. Лидер открытий гипермаркетов – сеть «Магнит» – уже заявила об открытии до 2017 г. 400 торговых объектов данного формата. Аналитики склонны этому верить. В упаковке это означает рост спроса на более легкую, информативную, яркую и, что немаловажно, дешевую упаковку.

3) монополизм «сырьевиков», который в большинстве сегментов упаковочной отрасли сохраняется. Также можно отметить, что Минэкономразвития и другие ведомства бо-

руются за выстраивание конкурентного рынка. И эта работа после вступления России в ВТО дает свои первые результаты. Снижены до 5% пошлины на ввоз мелованных картонов. Снижены ставки и на некоторые виды пленок и полимеров. В то же время по тарным картонам сохраняются заградительные импортные пошлины, не позволяющие сформировать по настоящему конкурентную среду на рынке сырья.

В свою очередь, отсутствие конкуренции на рынке целлюлозных тарных картонов создает условия для допущения различного рода злоупотреблений. Да и законодательство не применяется в полной мере для формирования цивилизованного рынка. В частности, применительно к рынку целлюлозных тарных картонов, должно быть наказуемо установление предприятиями, занимающими доминирующее положение на рынке, высоких внутренних цен и формирование рынка за счет экспортных поставок по цене на 30% ниже внутренних. Кроме того, вертикально интегрированные компании, имеющие собственную переработку, не могут получать нерыночное конкурентное преимущество, поставляя аффилированным компаниям тарные картоны по заниженным ценам, вступая тем самым в недобросовестную конкуренцию с неинтегрированными переработчиками [5].

Оба этих обстоятельства идут в разрез с Законом РФ «О защите конкуренции», создают условия для недобросовестной конкуренции и мешают выстраивать цивилизованный, конкурентный рынок.

Такое положение дел не может устраивать всех переработчиков тарных картонов и неизбежно рано или поздно приведет к необходимости установления Законом установленных правил поведения на рынке.

4) у российских упаковочных компаний крайне мало возможностей для роста экспорта на внешние рынки. Из-за третьей проблемы поставщики сырья практически не предлагают новые материалы, нет и инновационных разработок, позволяющих конкурировать на внешних рынках.

5) конверторы и в разной степени интегрированные игроки находятся в ножницах конъюнктуры: с одной стороны, высокие и растущие цены на сырье, с другой – снижение темпов роста рынка и снижение цен на готовую продукцию. Это относится ко всем сегментам упаковочного рынка.

Основные сегменты упаковочного производства.

Гофропродукция. По имеющимся данным, рынок гофропродукции в 2013 г. вырос на 2,3% по отношению к 2012 г. (с 4 393 до 4 494 млн м²).

В 2014 г. прирост рынка гофропродукции будет находиться в диапазоне от 1,8% до 3,1%. Таким образом, емкость рынка в 2014 г. составит от 4 574 до 4 636 млн м² (рис. 2).

Сегодня установленные паспортные мощности гофроагрегатов в среднем по отрасли загружены на 63-64%. При этом загрузка мощностей с учетом инфраструктурных ограничений производителей (логистические ограничения, состояние оборудования, достаточность рабочей силы и т. п.) оценивается на уровне 75%. Это неплохой показатель, но на фоне достаточно скромного, даже по европейским меркам, роста рынка, а также с учетом введенных в 2012-2013 гг. и пока незагруженных мощностей конкурентная ситуация будет оставаться напряженной.

Глобально основными возмутителями спокойствия будут оставаться крупные вертикально-интегрированные производители гофропродукции. На региональных рынках свою лепту внесут новые средние производства. В этой связи ожидать значительного улучшения отраслевой доходности не приходится. Преимущества получают игроки, обеспечившие себе доступ к эффективным видам сырья, что, учитывая высокую долю тарных картонов в себестоимости продукции, позволит повысить внутреннюю эффективность. И далеко не факт, что такими игроками станут вертикально-интегрированные производители, вынужденные использовать дорогостоящие и не всегда эффективные картоны и бумаги [1].

Рынок тарных картонов. В конце июля 2013 г. осуществлен запуск б/у бумагоделательной машины (БДМ) по производству макулатурных тарных картонов на Каменской бумажно-картонной фабрике (Тверская обл.). Проектная мощность БДМ – 250 тыс. т/год.

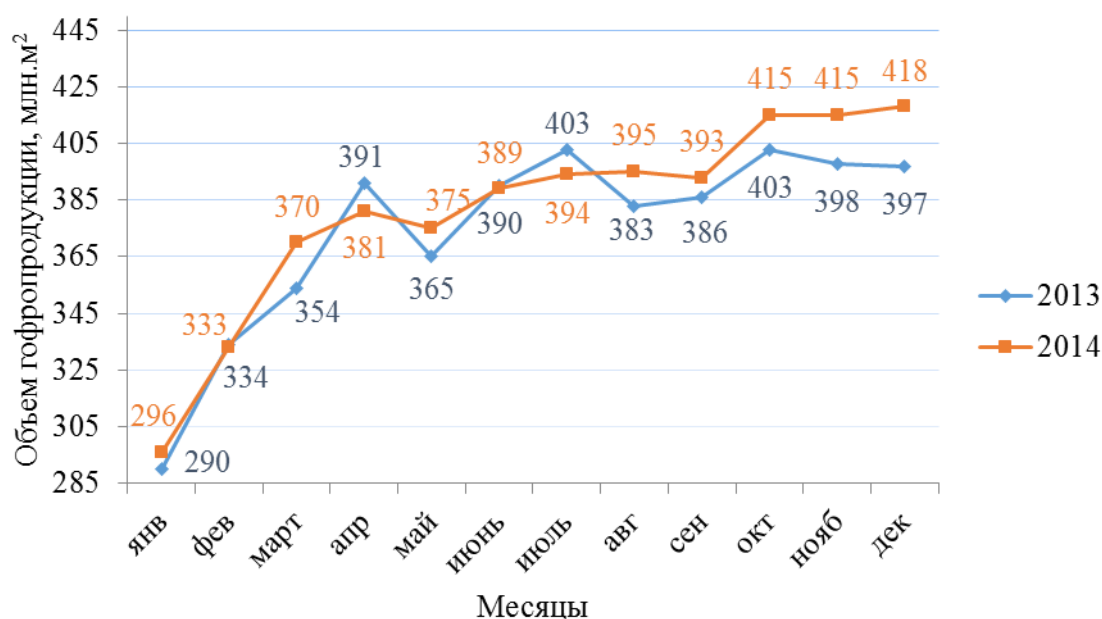


Рисунок 2 – Прогноз динамики производства гофропродукции в РФ в 2014 г., млн м²

В декабре осуществлен запуск на б/у БДМ по производству макулатурного картона на бумажной фабрике «Маяк» (Пензенская обл.). Проектная мощность – 70 тыс. т.

Продолжается вывод на проектную мощность БДМ по производству макулатурного картона на «Гофроне», «Гофротаре» (Белгородская обл.), «Л-Пак» (Липецкая обл.). Мощности каждого составляют ориентировочно около 50 тыс. т.

По состоянию на конец 2013 г. потенциал замещения целлюлозных тарных картонов не до конца исчерпан, но возможностей остается все меньше, и замещать необходимо более эффективными макулатурными картонами, что в настоящее время далеко не так. Сравнивая требования поставщика оборудования к тарным картонам с фактическим состоянием в 2012 и 2013 гг., приходим к неутешительным выводам: эффективных картонов, способных конкурировать с целлюлозными отечественными и зарубежными макулатурными картонами, как не было, так и нет.

Как и в 2012 г., в 2013 г. только по трем из 12 параметров отечественные макулатурные тарные картоны соответствуют требованиям эффективной переработки:

1) ситуация улучшилась по двум показателям: повреждению торцов и отсутствию влажных полос;

2) ситуация ухудшилась по показателю впитываемости, не изменилась по ключевым показателям: неравномерности намотки рулонов и влажности по ширине.

В итоге, по опыту более зрелых рынков, неизбежен процесс дефрагментации: уход с рынка слабых игроков с неэффективными и устаревшими мощностями или перепроизводство и снижение цен.

Стоит заметить, что SFT Group обещает в ближайшее время представить кардинально новые, сопоставимые по качеству с лучшими зарубежными образцами тарные картоны. Бумажная фабрика «Маяк» также готовится представить тарные картоны с улучшенными свойствами [5].

Рынок макулатуры. Взрывной рост спроса на макулатурный тарный картон обострил ситуацию на рынке макулатуры. Прирост цен на макулатуру марки МС-5Б в 2013 г. (по данным российской Ассоциации организаций и предприятий целлюлозно-бумажной промышленности «Бумпром») составил 75%, до 8 тыс. руб. в среднем по рынку. Для наращивания сбора из ретейла практически нет возможности – собрали все. Кроме того, по ряду причин сформировалась очень высокая себестоимость макулатуры, на уровне 6,5 тыс. руб. на складе поставщика.

Таким образом, сдерживающим фактором для роста цен на макулатуру неизбежно станет временное или постоянное прекращение производства тарного картона рядом компаний, имеющих низкую рентабельность производства, при достижении критического уровня цен [3].

Складные картонные коробки. По имеющимся данным, рынок складных картонных коробок в 2013 г. снизился на 2% по сравнению с 2012 г. (с 1 162 до 1 140 млн м²). В 2014 г. прирост рынка картонных коробок будет находиться в диапазоне от 1 до 2%.

Несмотря на спад рынка, конкуренция в этом секторе усиливается. Сегодня установленные мощности по производству складных картонных коробок значительно превышают спрос: средняя загрузка печатных мощностей в 2012 г. составила 66%, а по итогам 2013 г. прогнозируется на уровне 62%.

Еще хуже ситуация на рынке упаковки из микрогофрокартона: на фоне провала производства ликероводочных изделий, вина и пива средняя загрузка печатных мощностей в 2012 г. составила 45%, по итогам 2013 г. прогнозируется на уровне 35%.

Гибкие упаковочные материалы. По имеющимся данным, рынок гибких упаковочных материалов из полиолефиновых пленок для первичной и вторичной упаковки в 2013 г. вырос на 1% по сравнению с 2012 г. (приблизительно с 1 100 до 1 110 тыс. т).

В 2014 г. прирост рынка гибких упаковочных материалов находится в диапазоне от 2 до 4%. Конкуренция в этом сегменте рынка также растет. Сегодня установленные мощности по производству гибких упаковочных материалов значительно превышают спрос. Так, на рынке многослойных пленок средняя загрузка печатных мощностей в 2012 г. составила 62%, а по итогам 2013 г. прогнозируется на уровне 55%.

Стеклопакет. По данным Росстата, в 2013 г. производство стеклянных банок составило 1449 млн шт. и упало по сравнению с 2012 г. на 14%. Производство бутылок из стекла составило 11070 млн шт. и упало по сравнению с 2012 г. на 11%.

По сообщению портала GlassNews, трендом на рынке тарного стекла в 2014 г., по мнению экспертов, является демпинг. Прошлый год выдался для отрасли крайне сложным. Фактор, оказавший значительное влияние на рынок, – снижение объемов производимого в стране крепкого алкоголя и пива вследствие новых норм госрегулирования. По итогам 2013 г. более чем на 20% снизилось производство водки, а объемы производства пива, по разным оценкам, упали более чем на 30%. В европейской части страны производственные мощности превышают потребности внутреннего рынка как минимум на 40% – 24 млрд бутылок против 14,5 млрд [4].

Металлическая упаковка. Устойчивых статистических данных по рынку металлической упаковки нет. Только с августа 2013 г. Росстат начал публиковать данные по консервным банкам из черных металлов.

По сообщению ИА «КредИнформ», на данный момент, несмотря на все усилия отечественных производителей, наблюдается стагнация рынка (состояние, когда почти все хозяйствующие субъекты находятся в растерянности относительно возможных перспектив развития, и ни один из крупных секторов хозяйства не обещает растущего спроса). Некоторые предприятия, производящие жестяную банку, в силу определенных причин близки к неблагоприятному финансовому состоянию. К причинам этого можно отнести, прежде всего, то, что в настоящее время происходит изменение структуры потребления консервированной продукции: увеличивается доля дорогих консервов, упакованных в современные жестяные банки с использованием легко вскрываемых крышек, в то время как доля дешевых консервов, тара для которых производится по устаревшим технологиям, уменьшается.

Многие российские производители не справляются с конкуренцией технологий и продуктов.

В России период с осени 2008 г. по осень 2013 г. фактически ушел на то, чтобы осознать, что сырьевой сектор на очень долгие годы потерял способность быть движущим фактором нашего роста. В результате пересмотра экономических ориентиров государством в качестве приоритетных задач впервые названы: повышение производительности труда, созда-

ние высокотехнологичных рабочих мест, необходимость реализации промышленной политики. Назван набор приоритетных отраслей для завоевания технологического лидерства.

Значительные бюджетные средства вкладываются в рамках Гособоронзаказа в обновление производственных мощностей предприятий ОПК. Расширяется объем внутреннего рынка за счет развития Таможенного союза и применения не запрещенных правилами ВТО протекционистских мер. Подтверждена готовность государства поддержать из средств Фонда национального благосостояния (ФНБ) масштабные проекты, усиливающие внутреннюю связанность регионов. Проведены конкурсы на поддержку из федерального бюджета инжиниринговых центров в регионах [3].

Страна вступила в ВТО. Федеральные ведомства нацеливаются на изменение места в мировых рейтингах инвестиционной привлекательности. Все это будет делаться для выстраивания цивилизованного рынка для свободных людей.

Список литературы:

1. Дермот Д.М. Тенденции применения полимерных материалов для тароупаковочных изделий // Тара и упаковка. – 2009. – №3. – С. 10-11.
2. Ефремов Н.Ф. Тара и её производство: учебное пособие. – М.: МГУП, 2010. – 312 с.
3. Тенденции российского рынка гибких упаковочных материалов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://plastinfo.ru/information/articles/473>.
4. Состояние и перспективы развития российского рынка гибкой упаковки в 2014 г [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.atlasflex.ru/articles/flexipackaging-article-1.php>.
5. Перспективы российской индустрии упаковки в 2014 г [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://article.unipack.ru/48776>.

Семенова Светлана Юрьевна

*студентка 2 курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: sweet17.1992@mail.ru*

Научный руководитель

Шелепина Наталья Владимировна

*д.с.-х.н., профессор РАЕ, доцент кафедры товароведения, экспертизы товаров и туризма
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: shel-nv@yandex.ru*

УДК 659.117.1

Скворцова Н.А., Ясакова А.В., Курпатова А.С.

ВЛИЯНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПОДСОЗНАНИЕ ПОКУПАТЕЛЯ В СФЕРЕ ТОРГОВОГО ДЕЛА

В данной статье рассматривается психология рекламного воздействия. Данная тема актуальна, так как наиболее важная задача общей психологии – изучение психических процессов человека. Сегодня эти процессы исследуются в основном для того, чтобы создать наиболее эффективную психологическую и коммерческую рекламу, поскольку она выступает мощным средством для внедрения в сознание человека определенной установки: «пойди и купи то, что мы тебе предлагаем». Авторы анализируют влияние рекламы в СМИ на подсознание человека.

Ключевые слова: психологическое воздействие, мотивация, рекламный метод, маркетинг, торговое дело.

При изучении психологического воздействия рекламы на человека, при исследовании воздействия рекламиста на потребителя нужно понимать, что эффективность этого воздей-

ствия не будет определяться какими-то отдельными психическими процессами, характеристиками психики, либо характеристиками рекламы, либо только ее способностью привлекать внимание или вызывать положительные эмоции, запоминаемостью. Для того чтобы понимать, где нужно искать резервы повышения эффективности влияния рекламы на потребителя и какие при этом могут быть допущены ошибки, нужно детально исследовать почти всю психологию покупателя и все его психические процессы [1, с. 14].

Коммуникация в рекламе – это процесс, состоящий из зависимых друг от друга шагов, каждый из которых необходим, чтобы сделать наши мысли понятными другим людям. Иначе, коммуникация – это двусторонний обмен информацией.

На рубеже 19-20 веков рекламу в психологии понимали как однонаправленное воздействие рекламиста на покупателя, хотя в настоящее время это мнение рассматривается некоторыми современными авторами. Сегодня немало практикующих до сих пор верят, что, влияя на подсознание людей, коммерческая реклама может напрямую создавать потребности в товарах, которые рекламируются, и услугах как бы искусственно. Проблема изучения эффективности методологии психологического воздействия в рекламе сегодня является основной проблемой психологии рекламы. Политиков, психотерапевтов, менеджеров, маркетологов всё время привлекала возможность управления поведением людей методами психологического воздействия на них. В современных условиях средства рекламы настолько разные, что многие из них технически совершенны и имеют сложную классификацию по месту применения, назначению, характеру использования, степени воздействия на людей. Из всемирного опыта известно, насколько сильна реклама.

Проблема психологических воздействий в рекламе очень тесно связана с другой проблемой: проблемой выбора. Любой вид рекламы в СМИ (рис. 1) (печатная, телевизионная или радиореклама) использует разные психологические приемы для того, чтобы «задеть за живое» потенциального потребителя. Это воздействие осуществляется объединением представлений о данном товаре с внутренними и основными потребностями. В рекламе всегда скрывают послание, что покупка данного товара принесет пользу, будет приятной и сделает нас самыми счастливыми [2, с. 215].

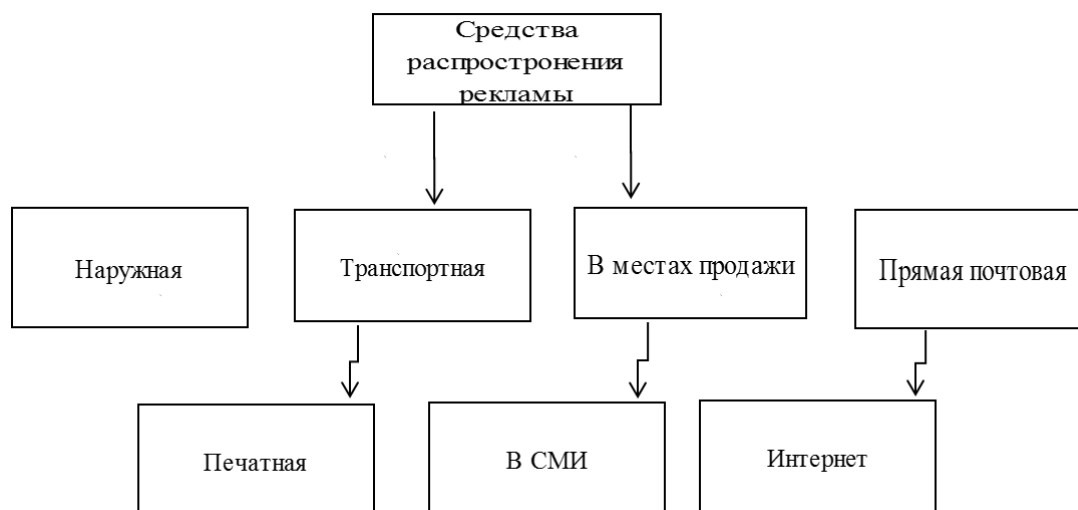


Рисунок 1 – Средства распространения рекламы

Для манипуляции общественным сознанием используются такие методы, как:

- Информационный метод. Реклама объясняет предназначение товара и описывает его свойства, привлекая внимание потребителей.

- Эмоциональный метод. Товары становятся доказательством заботы и любви людей. Чем теснее товар связан с нашими естественными положительными эмоциями, тем действеннее реклама. Если реклама ассоциируется с развлечениями, то это также эмоциональный метод. Таким образом, в нас пробуждают эмоции, связанные с детством, семьей и второй половинкой [5, с. 88].

- Патриотический метод. Часто в рекламе распространяют призыв к национальной гордости, патриотизму. Это ведет к манипуляции сознания, увеличению объема продаж товаров.

- Метод пробуждения страха. Создает в воображении зрителя угрозу и страх перед тем, что может что-то случиться, если не будет приобретен данный товар.

Но при всём разнообразии методов предсказание успеха рекламы сделать нелегко, так как все люди в мире индивидуальны. Каждый ведет себя в соответствии со своими привычками. Из этого следует, что поведение массового потребителя практически непредсказуемо.

Во-первых, непрерывное изменение своих мнений, убеждений и вкусов делают более сложной деятельность рекламодателя в отношении влияния на поведение потребителя. То, что нам нравилось последние годы, может утратить привлекательность уже сегодня.

Во-вторых, поведение многих людей лишено последовательности и предсказуемости.

В-третьих, люди часто не способны объяснить свои поступки. Любая женщина может сказать, что купила платье по необходимости или потому что была большая скидка, хотя действительная причина может быть совсем другой. Часто люди не понимают, почему ведут себя так, а не иначе. Но если понимаем правдивые мотивы своего поведения, то почему-то боимся их выражать [6, с. 95].

Мотивация – это внутреннее побуждение, которое лежит в основе покупательских действий потребителя. Это побуждение возникает из-за потребности уменьшить собственные нужды и удовлетворить «хотения», возникающие в ходе жизнедеятельности. Жаль, что мотивацию нельзя наблюдать непосредственно. Нередко принятие решения определяется не одним мотивом, а целой их комбинацией. Причины того, что люди перестают покупать товары одной фирмы и переключаются на другие, могут быть разные: более богатый ассортимент, близкая расположенность, более удачная реклама. Причин может быть множество для того, чтобы потребитель перешёл на продукцию или услуги другой компании (даже если цены на некоторые товары в первом случае будут ниже), чем во втором. Мы имеем разные нужды и желания и, значит, разную мотивацию. Понять нужды сложно, одну и ту же потребность можно удовлетворять разными путями. Подобным образом одинаковые товары должны удовлетворять разные потребности людей. Не всегда понятно, какую потребность удовлетворяет товар. При исследованиях психологи доказали, что восприятие и переработка рекламы осуществляются под воздействием разных факторов, но три из них присутствуют почти всегда: когнитивный (познавательный) фактор, эмоциональный (аффективный) фактор и поведенческий (конативный) фактор. Так как одна из главнейших задач рекламы состоит в выделении рекламируемого товара, привлечении к нему внимания покупателя, то исследование когнитивных процессов психики очень актуально в рамках рекламной деятельности [3, с. 29].

Кроме внутренних влияний, поведение потребителя подвержено еще и многим внешним воздействиям, исходящим из разного окружения: семейного, социального и культурного. Большое влияние на людей оказывает семья.

Наши отношения и убеждения относительно морали, религии, межличностных взаимоотношений, политики формируются, главным образом, в семье. С малого возраста семья воспитывает наши потребительские взгляды: отношение к товарам и потребительские привычки. Предпочтения в еде, например, устанавливаются на базе пищи, потребляемой человеком в процессе взросления. Если с раннего возраста человек привыкает, что головную боль надо лечить народной медициной, а не лекарствами, то у взрослого покупательские привычки в большинстве случаев будут неизменными. Печально, что в последние годы влияние семьи уменьшилось, так как работающие родители не так много уделяют времени воспитанию детей, ищущих социальные ценности за пределами семейного круга. Очень эффективно влияют «авторитеты» на потребителя. «Авторитет» — лицо или организация, чьи советы считаются правильными теми людьми, которые имеют с ними общие интересы в какой-либо сфере деятельности [6, с. 56]. Авторитеты есть во всех областях, например, в спорте, религии, моде, экономике и др.

На рисунке 2, рассмотрим процесс психологического воздействия на подсознание покупателя.

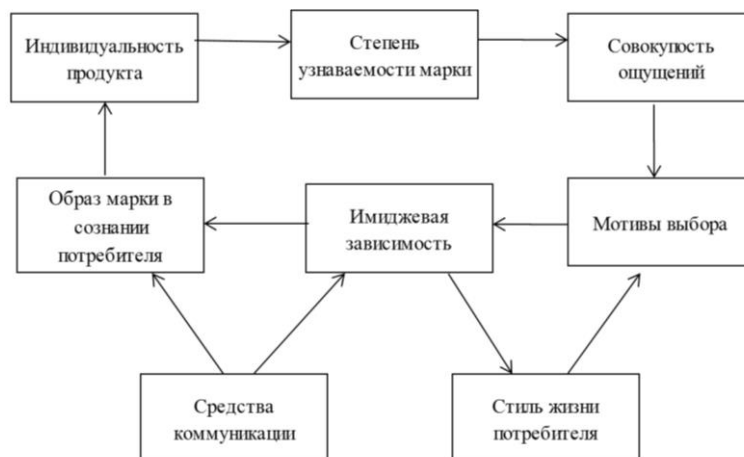


Рисунок 2 – Процесс психологического воздействия рекламы на подсознание потребителя в торговой деятельности

Наши рассуждения таковы: «Если кто-то полагает, что это лучшая косметика, значит, так то и есть. Он лучше в этом разбирается» и т.д. По данной причине настолько активно используются в рекламе известные медийные личности, к их «услугам» нередко прибегают крупные компании. Влияние культурного наследия и традиций на потребителя также огромно. Американцы любят употреблять в больших количествах горячие сосиски, яблочный пирог и арахисовое масло. В Европе можно купить бутерброды-гамбургеры, но они будут иметь непривычный нам вкус, а молочных коктейлей вы, скорее всего, не найдете вообще. Американцы и канадцы представляют собой конгломерат наций, некоторые из данных субкультур основаны на расовой принадлежности, национальном происхождении, религии или на географической близости. Рекламодателю следует понимать сущность этих субкультур, так как культурные различия могут очень заметно сказываться на реакции, вызываемой товаром или его рекламой [6, с. 79]. Представители данных субкультур передают свои взгляды ценности из поколения в поколение. Расовые, религиозные и этнические группы имеют свою основу, влияющую на формирование предпочтений в плане еды, одежды, напитков, предметов личной гигиены и многого другого. Чуть выше на рисунке 2 рассмотрели процесс психологического воздействия рекламы. В наши дни рекламные агентства, которые специализируются на рынках и объединяют национальные меньшинства, переживают настоящий взрыв, а компании пришли к мнению, что апеллирование к специальным интересам нередко может дать хороший результат. Поэтому внешние воздействия на потребителя также важны, как и внутренние. Осознание этих и других факторов поможет специалистам рынка создать такие стратегии, на основе которых строится реклама [4, с. 1257].

В заключение можно отметить, что знание психологии и поведение потребителей довольно актуально для маркетинговой и рекламной деятельности, так как знание особенностей образа жизни, психологии, установок и моделей поведения целевой аудитории позволяет очень эффективно продвигать товары и услуги. Как бы то ни было, но на фоне тех огромных прибылей, которые получает рекламодатель, психическое здоровье рядового обывателя в кругу его интересов занимает далеко не первое место. Печально, но осознание того, как негативно влияет реклама в СМИ на обычного человека, может прийти слишком поздно.

Список литературы:

1. Алтыев А., Шанин А. Маркетинг – философия современного бизнеса // Торговля. – 2013. – №1. – С. 13-19.
2. Лебедева О.А., Скворцова Н.А., Сотникова Е.А. Стратегический маркетинг как основа стабильного роста компании // Фундаментальные исследования. – 2015. – №4-0. – С. 213-217.

3. Павлов А. Как потратить деньги впустую, размещая наружную рекламу // Реклама. Теория и практика – 2015. – №4. – С. 28-32.
4. Семенова Е.Е., Лебедева О.А, Сотникова Е.А. Приемы и методы воздействия на потребителя для повышения эффективности рекламного обращения // Фундаментальные исследования. – 2015. – №2-6. – С. 1255-1259.
5. Скворцова Н.А., Лебедева О.А. Инновации в коммерческой деятельности // Теоретические и прикладные вопросы экономики и сферы услуг. – 2012. – №8. – С. 87-95.
6. Скворцова Н.А. Современные маркетинговые технологии: учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности «Маркетинг» 080111.65. – Орел: Изд-во ОрелГИЭТ. – 2011. – 117 с.
7. Черевань М. Особенности организации и техники продаж в средствах массовой информации // Управление продажами – 2013. – №6. – С. 3-7.

Скворцова Наталия Александровна

к.э.н., доцент кафедры маркетинга и торгового дела

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: skv-09@mail.ru

Ясакова Анастасия Викторовна

студентка 3 курса факультета бизнеса и рекламы

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: 6nastya95@mail.ru

Курпатова Александра Сергеевна

студентка 4 курса факультета бизнеса и рекламы

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

тел: 8-9003654384

МИРОВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 339.564:620.9

Дерменжи М.И., Крылова А.В.

АНАЛИЗ УГРОЗ ПРИ СОКРАЩЕНИИ ЭКСПОРТА
ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ РОССИИ

В статье рассмотрены возможные угрозы для России при сокращении экспорта топливно-энергетических ресурсов. Представлены способы минимизации угроз со стороны рынков Запада путем создания «вторых этажей» и разработки «подстроечных мероприятий». Рассмотрены оптимальные выборы площадок для СПГ-заводов с точки зрения транспортной сети.

Ключевые слова: топливно-энергетические ресурсы, сжиженный природный газ, «подстроечные мероприятия», «вторые этажи», транспортная инфраструктура.

Долгое время ведутся усиленные исследования в сфере альтернативных источников энергии. Так, помимо ветроустановок, солнечных батарей и атомных станций, получило развитие биотопливо, водородная энергетика. Не стоит забывать и про угольную составляющую топливно-энергетического комплекса, запасы которой во много раз больше запасов жидких и газообразных углеводородов.

Одной из главных целей потребителей Запада является диверсификация источников газоснабжения как из России, так и из стран Африки, Ближнего Востока и стран Центральной Азии. Сегодня строятся мощные станции по регазификации сжиженного природного газа (СПГ), что дает возможность расширить зоны влияния морского транспорта. Исходя из этого, при прогнозировании на 15-20 лет должны учитывать вероятности снижения уровня потребностей в российском газе и на западном направлении.

Уже сейчас компании озадачены созданием «вторых этажей» переработки углеводородного сырья с целью получения продукции с большей долей добавленной стоимости. Наглядным примером является нацеленность правительства Югры разработать программу развития газохимии до 2030 г. Главная цель – организация глубокой переработки нефтяного попутного газа на малых газоперерабатывающих и газохимических установках.

Что касается газовых проектов полуострова Ямал, то тут считают наиболее важным предусмотреть «подстроечные мероприятия», которые дадут возможность минимизировать угрозы со стороны рынков Западной Европы в результате резкого сокращения спроса на российский газ. Один из вариантов – это постройка на территории России заводов по сжижению газа, что позволит увеличить рынки сбыта. Другие варианты – существенное расширение газоперерабатывающей промышленности в самой России, организация газохимических производств, частичное импортозамещение продукции химико-органического синтеза и организация экспорта этой продукции.

Далее представлен список регионов, в которых возможно строительство заводов:

- собственно Ямало-Ненецкий автономный округ – ЯНАО, где уже строится завод и морской порт;
- Ненецкий автономный округ – район поселка Индига;
- Архангельская область;
- Мурманская область – поселок Териберка;
- регионы Дальнего Востока – прибрежные районы Хабаровского или Приморского края, куда от месторождений Якутии, Западной Сибири и Восточной Сибири могут быть сооружены газопроводы.

Сжиженный природный газ более дорогой продукт, что в свою очередь дороже об-

ходится и российской экономике: необходимы дополнительные высококвалифицированные специалисты, капитальные вложения, материальные затраты на работу новых элементов хозяйства.

В результате расчетов с помощью оптимизационной межрегиональной межотраслевой модели были сделаны выводы, что в случае резкого – на 100 млрд куб. м – сокращения спроса на наш газ и уже реализованного проекта освоения Ямала совокупные потери по сравнению с исходным вариантом составят около 860 млрд руб. ВВП ежегодно. Вариант с освоением газовых месторождений полуострова Ямал и резким ограничением экспорта обеспечит сокращение потерь в размере около 720 млрд. руб. ВВП, т. е. «чистые» потери от исходного варианта составят только 140 млрд. руб. Увеличится потребность в новых рабочих местах на 27 тыс. человек, в основном в Северо-Западном федеральном округе. Увеличится объем работы морского транспорта на 24 млрд руб. и погрузочно-разгрузочных работ на 18 млрд. руб.

Вариант «Газохим» предусматривает возможность создания на территории России производств по глубокой переработке газа с последующей отправкой значительной части этой продукции на экспорт. При этом сокращение на 1 руб. экспорта непереработанного газа компенсируется таким же объемом экспорта продукции «Газохим»-комплекса, но возвращаются уже 2-3 руб. импорта продукции машиностроения и легкой промышленности. При реализации данного варианта возможно сокращение «чистых» потерь от исходного варианта до 70 млрд. руб., т. е. еще более заметное «снятие» угрозы сжатия рынка газа. При этом подразумевается, что мировой рынок продукции химико-органического синтеза способен дополнительно принять продукцию российских предприятий. Численность занятых в экономике страны возрастает на 58 тыс. человек. Объем работы морского транспорта растет незначительно – всего на 6 млрд руб., но на 14 млрд руб. возрастают объемы работ железнодорожного транспорта, а автомобильного – еще на 12 млрд руб.

Наиболее предпочтительными «подстроечными вариантами» считаются те, которые будут ориентированы на расширение внутреннего рынка страны, на образование в России комплекса глубокой переработки газа и выпуска продукции с большей долей добавленной стоимости. Данные варианты в большей степени позволят минимизировать «сбои» в потребностях мирового рынка при переориентации стран Запада на другие источники газа или на другие энергоносители. Неизбежные потери объясняются тем, что трудоемкость «газового экспорта» меньше, чем у «СПГ» или «Газохим». Выражаясь иначе, при равных объемах экспорта, пусть и разных видов продуктов и равном количестве трудовых ресурсов, последние, казалось бы, могут быть использованы более рационально, но при этом существенно возрастает риск потерь в случаях колебаний спроса на мировых рынках. Поскольку вариант «Газохим» требует длительного периода реализации, то, вероятно, в период 2010-2020 гг. следует ориентироваться на вариант «СПГ», считая его «промежуточным» по времени, т.е. на период, пока не будет создан более емкий внутренний рынок газа.

В связи с этим в настоящее время примечателен факт активизации деятельности газовых компаний на Ямале в части проектов создания там завода по сжижению газа и дальнейшей его транспортировке. Важным элементом этого проекта является строительство порта Сабетта на восточном побережье полуострова Ямал. Этот порт действительно может считаться уникальным местом для базы по переработке газа в СПГ и его отправке на экспорт, причем как на Восток, так и на Запад.

Данный строящийся завод по сжижению газа находится вблизи от месторождений, ресурсы которых равняются триллиону кубометров. В связи с этим деятельность завода составит многие десятки лет. Это значит, что гарантирован груз для газозовов большой вместимости, что резко поднимет эффективность транспортировок. Также здесь возможна добыча и переработка конденсата для получения различных нефтепродуктов. Объемы этой продукции оцениваются в 3-5 млн т. в год. Определенная часть из них может быть направлена на экспорт, а другая часть в виде горюче-смазочных материалов сможет удовлетворить значительную долю потребности приарктических территорий. В сумме объем работы порта Сабетта может быть оценен в 18-20 млн т. – на перспективу 2030 г. В настоящее время стро-

ительство порта Сабетта в плане многофункциональности еще однозначно не определено.

В контексте описанного выше СПГ – сценария развития экономики России – конкуренция портов за грузы очень близка с задачей выбора площадки для СПГ-заводов. Так, с целью снижения потерь при реализации угроз сокращения экспортных поставок природного газа с месторождения Бованенково часть добываемого газа может быть направлена по трубопроводу на завод по сжижению в районе поселка Индига или же на строящийся завод в районе поселка Сабетта. Наличие в этих пунктах морских портов в любом из вариантов будет служить диверсификации возможностей экспорта. Если рассматривать первый вариант, то тут возникает вопрос о взаимодействии двух лидеров газовой отрасли России: ОАО «Газпром» и ОАО «НОВАТЭК». Локализация эффектов от всего комплекса взаимосвязанных проектов «месторождение-трубопровод-газопереработка-порт» происходит на территории ЯНАО с учетом существующей «прописки» компаний. Во втором варианте необходимо согласование интересов соседних субъектов Федерации – ЯНАО и Ненецкого АО – в составе Архангельской области.

Многие из портов будут иметь и уже имеют двойное назначение: хозяйственное и оборонное. Так, например, хозяйственное освоение регионов Севера и Арктической зоны логично сочетается с решением проблемы национальной и транспортной безопасности РФ. Сейчас, как и в 1930-е годы, развитие геополитических интересов России в арктическом направлении становится очень актуальным. Тут нельзя не упомянуть с благодарностью про тех политических деятелей прошлого, которые, несмотря на коммерческие интересы, не считали издержки по освоению Севера СССР бросовыми, экономически не оправданными.

В этом направлении наша страна не имела конкурентов, а также оно было неподконтрольным ни одному другому государству. Значит, являлось стратегической и транспортной гарантией безопасности. Сегодня в Арктической зоне России известны источники ресурсов, которые уже определяют технический прогресс XXI в. и которым нет аналогов в нашей стране. СМП – ближайший путь к этим ресурсам, и надо только найти наилучший вариант консолидации интересов всех сторон в освоении северных регионов: государства, регионов, бизнеса, населения.

Вариант с организацией сети территорий опережающего развития (ТОР) как особой формы территориальной организации производительных сил можно только приветствовать. Напомним, что ТОР – это один из вариантов ранее предлагаемых территориально-производственных комплексов – ТПК, которым присущи:

- свойство реализации определенной цели государственного уровня значимости;
- особые институциональные условия формирования и функционирования;
- наличие программы развития, сбалансированной по ресурсам и выстроенной во времени.

Для условий Арктики определяющим является именно морской транспорт, в связи с этим предлагается следующая форма организации территориального развития – акваториально-производственные комплексы (АТПК). Следует отметить, что АТПК возможны и как межрегиональные образования, т.е. разные части и проекты находятся в разных субъектах Российской Федерации. Последнее затрудняет взаимодействие региональных властей и бизнеса. Поэтому только наличие государственной политической воли может решить эту проблему с минимальными транзакционными и временными издержками.

Развитие транспортной сети должно соответствовать тенденциям развития территориально-отраслевой структуры хозяйства. Перспективные ресурсные и обрабатывающие проекты высокой народнохозяйственной значимости, обсуждаемые выше, могут существенно изменить потребности в инфраструктурном обустройстве в первую очередь территорий и акваторий Арктической зоны России. При этом экономика арктических регионов не должна и не может быть автономной, самодостаточной. Условием повышения экономической эффективности капиталоемких северных проектов является наличие хозяйственных связей с другими регионами России и другими странами.

Если СМП представляет собой самый короткий морской коридор на линии Европа-

Азия, то сухопутный коридор мог бы быть сформирован на основе Транссибирской магистрали, как это неоднократно предлагалось в периоды «потепления» международных отношений на протяжении последних 100 лет. Правда, сейчас, как и 100 лет тому назад, оказывается, что провозные способности Транссиба не идут ни в какое сравнение с возможностями транзита по морю.

Плюсом транссибирского варианта мог быть фактор скорости доставки контейнеров, но и этот фактор на наших дорогах сегодня не работает: скорости передвижения по дорогам сравнимы и временами даже ниже, чем по морю – даже с учетом ограниченности Суэцкого канала.

Нельзя забывать и о потребностях в осуществлении бесперебойных внутрироссийских перевозок, сокращение которых по причине приоритетов по пропускам международного транзита крайне нежелательно для функционирования реального сектора отечественной экономики – особенно Сибирской и Дальневосточной.

Переключение грузов, для которых скорости доставки не являются определяющими, на новую северную магистраль позволило бы сделать Транссиб действительно скоростным международным транспортным коридором без угроз сдерживания экономического развития грузоемких отраслей Дальнего Востока, Сибири и Урала. По оценкам, при гипотезе о минимальном двухпроцентном ежегодном приросте экономики РФ в 2030 г. при существующих территориально-отраслевых пропорциях экономики возможен дефицит провозных способностей железных дорог без учета перспектив дополнительного потока международных контейнеров.

Иными словами, это тот минимум необходимых дополнительных провозных способностей железных дорог на территории Азиатской части России, без которых развитие реального сектора экономики этой части страны будет не более 2%, т.е. фактически страна будет обречена на стагнирующий путь развития. Особенно это опасно на фоне интенсивного роста экономики нашего восточного соседа – Китая. Это можно считать минимальными требованиями к формированию опорной транспортной сети Азиатской части России в целях сохранения ее экономической безопасности.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что развитие промышленности Дальнего Востока и Сибири связано с освоением крупных газовых месторождений в Арктике и развитием транспортной инфраструктуры. Установлено, что развитие инфраструктуры СМП – это необходимое, но недостаточное условие для достижения оптимальной территориально-отраслевой структуры экономики при ориентации на создание перерабатывающих производств и развитие транзитных перевозок по территории России. В недалеком будущем «узким местом» будет являться железнодорожный транспорт. При обосновании строительства Северо-Сибирской железной магистрали для выхода грузов, формирующихся на Дальнем Востоке и в Сибири, а также транзитных грузов на Запад, оценивается прогнозируемый дефицит провозных способностей существующих железных дорог. Чтобы отвечать целям экономической безопасности России, снятию угроз, связанных с резкими изменениями внешнеэкономической политики, ее опорный транспортный каркас должен быть гибким, а маршруты транспортировки многовариантными.

Магистральной линией развития опорной транспортной сети России в ее Азиатской части должно стать:

- сочетание развития сухопутных транспортных магистралей с развитием портовых сооружений на северном и восточном направлениях;
- сочетание задач формирования новых маршрутов международного транзита с воздействием и территории, и акватории РФ.

Это обязательно принесет дивиденды как для экономической сферы деятельности, так и для укрепления геополитической позиции России.

Список литературы:

1. Катаева Е.Г. Энергетическая безопасность как условие устойчивого развития России: учеб. пособие. – М.: Либроком, 2012. – 170 с.

2. Милов В.И. Может ли Россия стать энергетической сверхдержавой? // Вопросы экономики. – 2014. – №3. – С. 21-27.
3. Некрасов А.С., Синяк Ю.В. Прогнозные оценки развития топливно-энергетического комплекса России до 2030 года: учеб. пособие. – М.: ИНП РАН, 2011. – 148 с.
4. Шарай П.А. Топливо-энергетический комплекс как фактор обеспечения национальной безопасности // Проблемы теории и практики управления. – 2007. – №5. – С. 17-24.
5. Особенности финансового потенциала нефтяных компаний РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.webeconomy.ru/index.php?page=cat&newsid=3006&type=news (дата обращения: 27.12.2015).
6. О формировании инвестиционной политики в топливно-энергетическом комплексе РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://na-journal.ru/4-2012-gumanitarnye-nauki/194-o-formirovanii-investicionnoj-politiki-v-toplivno-jenergeticheskom-komplekse-rf> (дата обращения: 27.12.2015).
7. Энергоэффективность в России: скрытый резерв. Мировой банк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cenef.ru/file/FINAL_EE_report_rus.pdf (дата обращения: 26.12.2015).

Дерменжи Максим Игоревич

*студент I курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: wiking-1992@mail.ru*

Крылова Анна Викторовна

*к.э.н., доцент кафедры экономики предприятий
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: annacofiy@mail.ru*

УДК 339.923

Богачева В.В., Сафронов А.В., Мазур Л.В., Боброва Е.А.

ВЛИЯНИЕ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ НА КАПИТАЛИЗАЦИЮ КОРПОРАЦИЙ НА ПРИМЕРЕ ПАО «ГАЗПРОМ»

В условиях геополитической нестабильности продолжает оставаться актуальной тема формирования прибыли предприятий, особенно монопольных, и возможности ее увеличения. В статье рассмотрено влияние внешних перманентных условий на капитализацию крупнейшего предприятия в Российской Федерации. Рассмотрены котировки акций, дивидендная политика ПАО «Газпром», динамика его капитализации, а также кредитный рейтинг предприятия. Предложен переход к расчетам за продажу нефтегазовых продуктов в национальной валюте, т.е. в рублях.

Ключевые слова: акционерный капитал, котировки акций, дивиденды, цена на нефть, кредитный рейтинг, котировки природного газа, национальная валюта.

Для современной Российской Федерации одним из основных видов дохода бюджета является добыча и реализация нефтегазовой продукции. В апреле 2014 г. В.В. Путин озвучил: «размер доходов от продажи нефти в 194 млрд. долл., уточнив, что от газа – 28 млрд. долл., что составило 6 169 млрд. руб., или – 47,9 % доходной части бюджета».

С этой точки зрения наибольший интерес представляет корпорации, чья основная деятельность заключается именно в этом. Доминирующей корпорацией в Российской Федерации является ПАО «Газпром».

ПАО «Газпром» – российская транснациональная корпорация, занимающаяся геологоразведкой, добычей, транспортировкой, хранением, переработкой и реализацией газа, газового конденсата и нефти, а также производством и сбытом тепло- и электроэнергии, банковскими и медиаструктурами. Крупнейшая компания в России, крупнейшая газовая компания

мира, владеет самой протяжённой газотранспортной системой (более 160 000 км), является мировым лидером отрасли. Согласно списку Forbes Global 2000 (2015 год), «Газпром» по выручке занимает 16-е место среди мировых компаний [6]. Согласно рейтингу журнала Forbes, «Газпром» по итогам мая 2015 года стал самой прибыльной компанией России и занял 27 место в мировом топе [4].

Данные, представленные в таблице 1, свидетельствуют о том, что почти четверть акций принадлежит АДР. Американская депозитарная расписка (АДР) – свободно обращающаяся на американском фондовом рынке производная ценная бумага на акции иностранной компании, депонированные в американском банке-депозитории [1].

Таблица 1 – Структура акционерного капитала

Годы	Доля, контролируемая РФ, %	Держатели АДР, %	Прочие юр. и физ. лица, %
2007	50,002	21,02	28,978
2008	50,002	22,15	27,848
2009	50,002	24,35	25,648
2010	50,002	27,57	22,428
2011	50,002	28,35	21,648
2012	50,002	26,955	23,043
2013	50,23	25,78	23,99
2014	50,23	26,23	23,54

В 2014 году доля акционерного капитала, контролируемая РФ, была разделена: РФ в лице Федерального агентства по управлению государственным имуществом – 38,37%, ОАО «Роснефтегаз» – 10,97%, ОАО «Росгазификация» – 0,89%. Эти две организации на 100% контролируемые Российской Федерацией. В свою очередь, наблюдаем, что контрольный пакет акций ПАО «Газпром» принадлежит РФ. АДР с каждым годом наращивает количество своих активов в капитале «Газпром».

Рассмотрим важные экономические данные для ПАО «Газпром». Акции компании являются наиболее показательными в капитализации организации. Их котировки представлены на рис. 1.

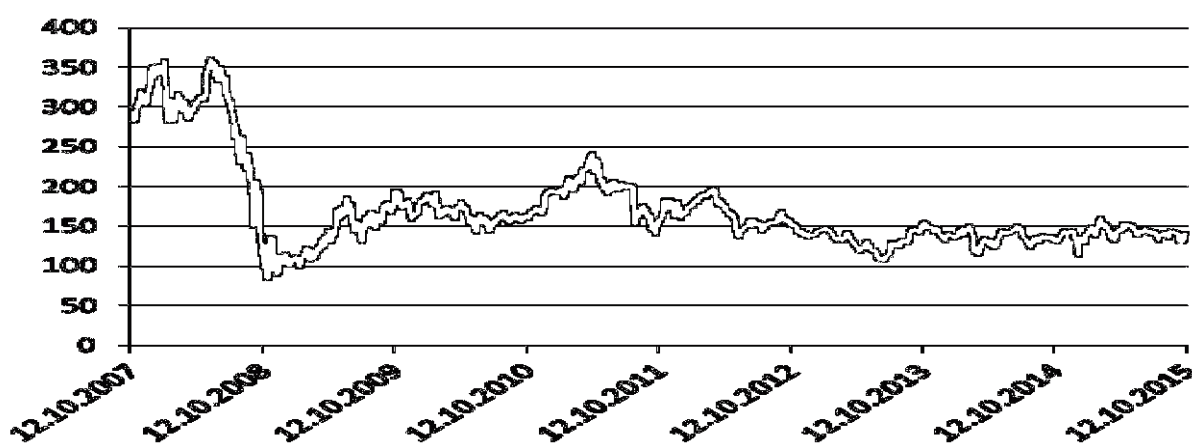


Рисунок 1 – Котировки акций Газпрома [3]

На 13.10.2015 биржевой курс одной акции ПАО «Газпром» 139,34 руб. Стоимость барреля нефти марки Brent – 50,4 долларов. Курс доллара – 61,15 руб.

В докризисный период до мая 2008 года один доллар стоил 23,8 рублей, а цена на нефть марки Brent – 124 доллара за баррель, в то время как одна акция Газпрома – 350 руб.

Рост курса доллара в 2,5 раза привел к падению цены на нефть на 41%, что повлекло за собой падение акций Газпрома также в 2,5 раза. Видим прямую корреляцию зависимости курса доллара и курса акций Газпрома (рис. 2).

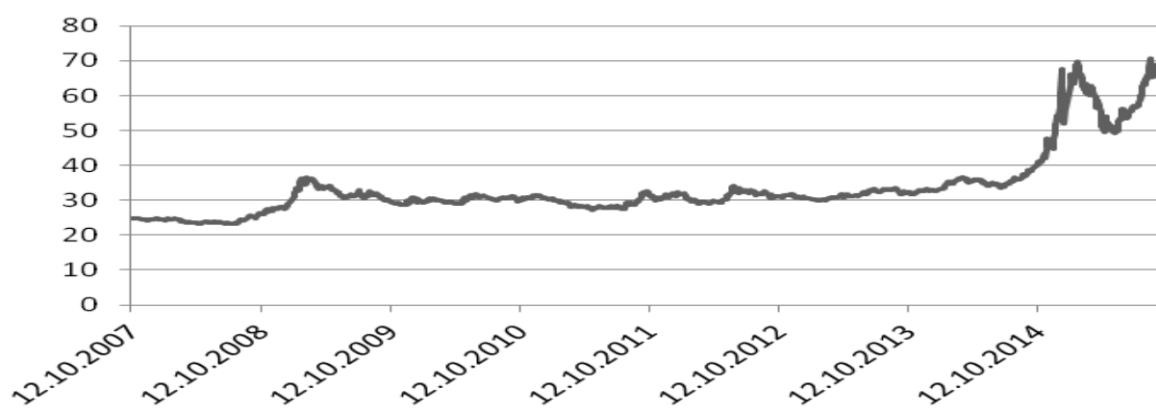


Рисунок 2– Курс USD ЦБ РФ (с 2007 года) [2]

Прогноз 2015 года по выплатам дивидендов на одну акцию составляет 4,75 руб., что в сравнении с 2014 годом меньше в 1,5 раза (табл. 2). Но это все равно является показателем прибыльности, так как в дефолт 1998 года выплаты не производились вообще.

Таблица 2 – Размер дивидендов, выплаченных на одну акцию по итогам года

Год	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015/прогноз [5]
Размер дивидендов на одну акцию в руб.	2,66	0,36	2,39	3,85	8,97	5,99	7,2	7,2	4,75

В случае если акции Газпрома продавались бы в рублях, зависимость от курса доллара отсутствовала. Тогда наблюдался бы рост капитализации, а, следовательно, увеличение прибыли и дивидендов держателей акций. Но в действительности имеются следующие данные, представленные на рис. 3.

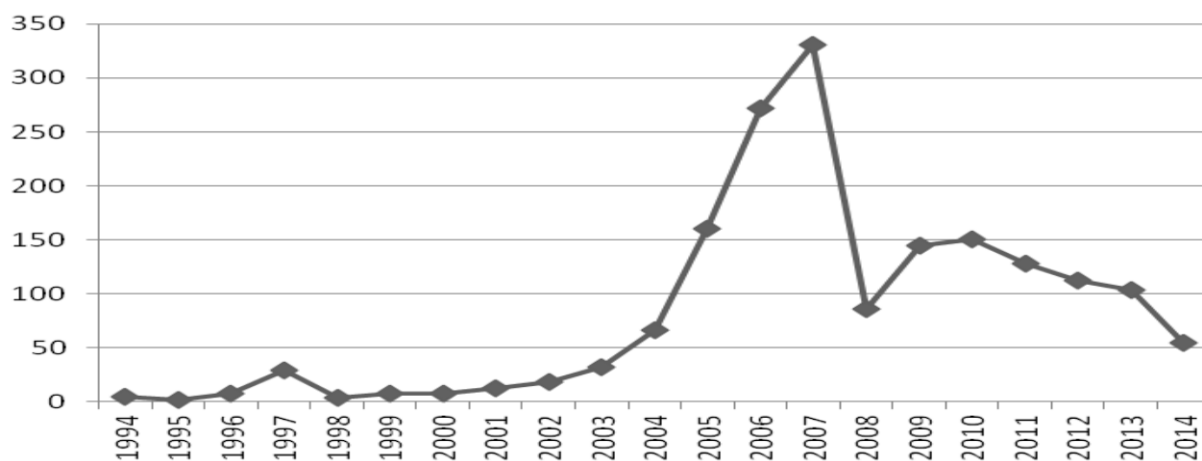


Рисунок 3 – Динамика капитализации ПАО «Газпром», млрд долларов США

У ПАО «Газпром» с начала двухтысячных годов наблюдался экспоненциальный рост капитализации до 2007 года, но капитализации компании в 2015 году по сравнению с 2007 годом упала практически в 6 раз.

Основным видом деятельности ПАО «Газпром» является добыча нефтегазовых продуктов и их реализация.

Касательно природного газа, его пик прибыльности приходился на 2008 год. Однако данный факт не отразился положительным трендом на динамике капитализации (рис. 4).

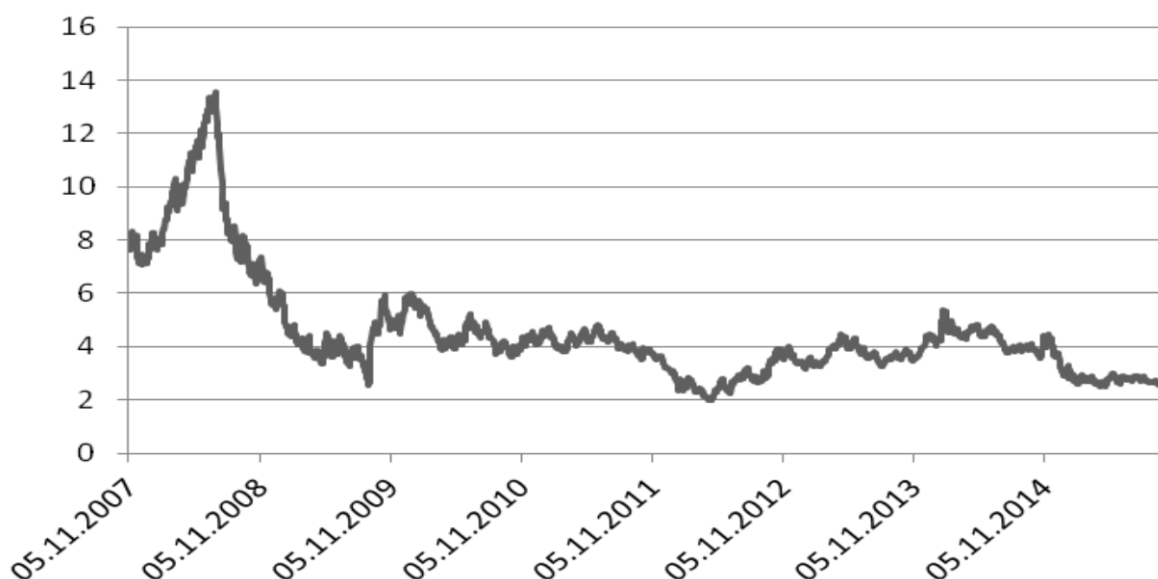


Рисунок 4 – Котировки природного газа [7]

Своего максимума почти одновременно с природным газом достигает и рост цен на нефть, что отображено на рис. 5.

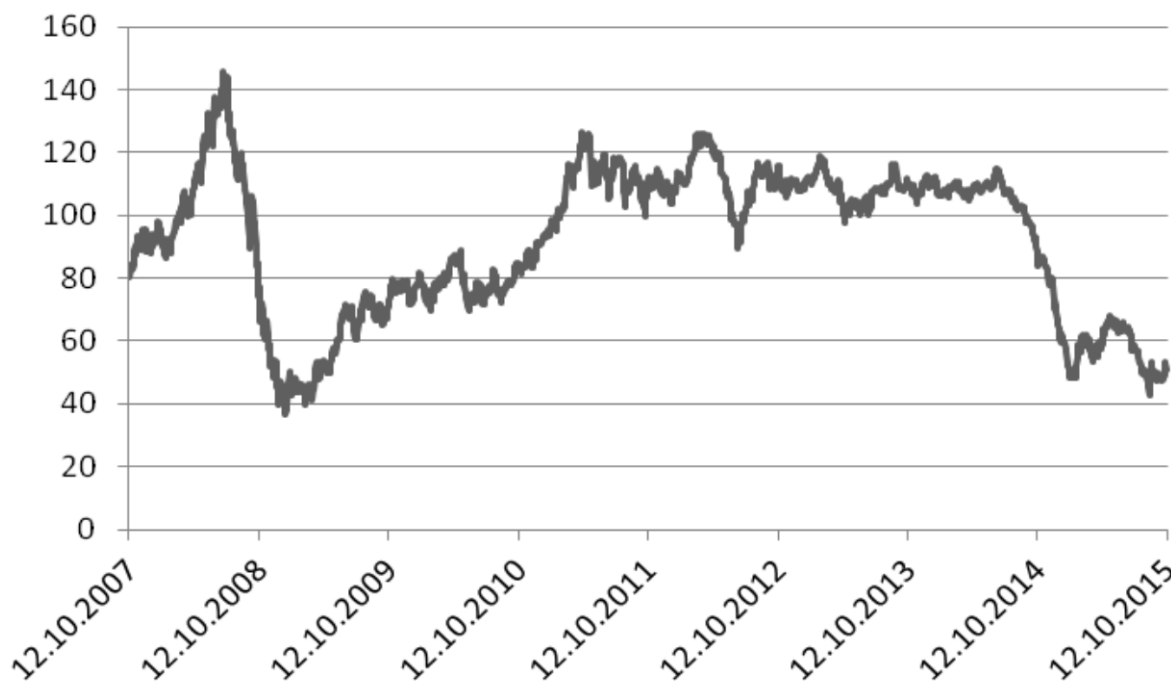


Рисунок 5 – Цена на нефть, Brent (с 2007 года) [2]

Мировой финансовый кризис 2008 года естественным образом привел к падению покупательской способности не только населения, но и юридических лиц, также наблюдался отток иностранного капитала из страны.

Не стала исключением и компания Газпром, хотя ее кредитный рейтинг потерял всего лишь один пункт доверия по версии MOODY'S.com (рис. 6).

Под давлением санкций с 2014 года ПАО «Газпром» начал терять пункты в кредитном рейтинге. Это отрицательно повлияло на капитализацию, котировки акций и цены на природные ресурсы.

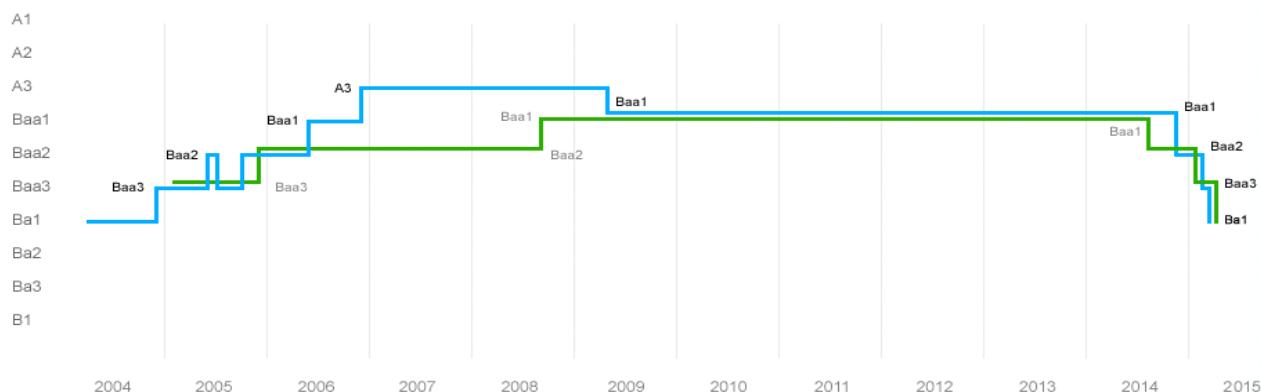
13 января 2015 BBB- (прогноз: «негативный»)



Fitch понизило рейтинги «Газпрома» с BBB до уровня BBB-, прогноз «негативный» (PDF, 168 КБ)

[Все сообщения](#)

Moody's

www.moody's.com

«Газпром»

Россия суверенный в ин. валюте

Дата	Прогноз	Описание
25 февраля 2015	Ba1 (прогноз: «негативный»)	Moody's понизили рейтинги «Газпрома» с Baa3 до Ba1, прогноз «негативный» (PDF, 116 КБ)

Рисунок 6 – Кредитный рейтинг ПАО «Газпром» [8]

Однако крупнейшие запасы природного газа и нефти, наработанная система экспорта нефтегазовых продуктов на внешних рынках и их потенциальный рост, а также новые перспективы дают «Газпрому» в ближайшем будущем стать одним из главных игроков на мировом энергетическом рынке.

Таким образом, в настоящее время считаем целесообразным переход к расчетам за продажу нефтегазовых продуктов в национальной валюте, т.е. в рублях. Это будет способствовать не только капитализации ПАО «Газпром», но и стабилизации на внутреннем рынке. Более того к каким-либо существенным колебаниям на внешнем рынке данный факт не приведет, поскольку вклад России в мировой ВВП составляет всего 4%. То есть, вся совокупная доля экономики России в мировой экономике настолько мала, что продажа своей нефти и газа Россией за рубли никаких проблем для мирового господства доллара США не создаст.

Список литературы:

1. Берзон Н.И., Аршавский А.Ю., Буянова Е.А. Депозитарные расписки // Фондовый рынок / Под ред. Н.И. Берзона. – М.: Вита-Пресс, 2002. – С. 213-225.
2. Информационно-аналитический портал «Нефть России» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.oilru.com/> (дата обращения: 13.10. 2015).
3. Официальный сайт ПАО «Газпром» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gazprom.ru/> (дата обращения: 13.10. 2015).
4. Рейтинги & новости. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://top-rf.ru/> (дата обращения: 13.10. 2015).
5. ФИНАМ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.finam.ru/> (дата обращения: 13.10. 2015).
6. FORBES [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.forbes.ru/> (дата обращения: 13.10. 2015).
7. Investing [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.investing.com/> (дата обращения: 13.10. 2015).

8. MOODY'S. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.moody's.com/> (дата обращения: 13.10. 2015).

Богачева Вера Валерьевна

*студентка 3 курса направления подготовки «Экономика»
Орловский филиал ФГОБУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»
e-mail: bogacheva-vera@mail.ru*

Сафронов Андрей Владимирович

*студент 3 курса направления подготовки «Экономика»
Орловский филиал ФГОБУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»
e-mail: ghjkfqa@yandex.ru*

Мазур Лидия Викторовна

*к.э.н., доцент кафедры «Экономика и финансы»
Орловский филиал ФГОБУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»
e-mail: lidi.mazur@yandex.ru*

Боброва Елена Александровна

*к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: bobrova77@bk.ru*

УДК 338.4:637.5(470.319)

Пархоменко А.И., Переварихина А.А.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МЯСНОЙ ИНДУСТРИИ В ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Все возрастающую роль в экономике страны занимает развитие пищевой промышленности. Большое внимание уделяется рынку мяса и мясопродуктов. Для того чтобы понять современные процессы, происходящие на рынке мяса в Орловской области, необходимо рассмотреть проблемы производства и переработки мяса и мясных продуктов, а также структуру их потребления.

Ключевые слова: пищевая промышленность, мясная индустрии, цена, рынок мяса, торговля, объем производства.

Российский рынок мяса и мясопродуктов занимает одно из ведущих мест в пищевой промышленности страны. Для того чтобы понять современные процессы, происходящие на рынке мяса, необходимо прежде всего обратить внимание на состояние животноводческой отрасли – основного производителя и поставщика сырья для мясной промышленности, рассмотреть проблемы производства и переработки мяса и мясных продуктов, а также структуру их потребления.

Исследуя рынок мясной индустрии, мы видим, что за период с 2002-го по 2014 год потребление мяса и мясопродуктов на душу населения в России выросло более чем на 40% [4].

Объем производства мяса в России в октябре 2015 года стал максимальным за 3 года. В октябре 2015 года в России произведено 583,9 тыс. тонн мяса и субпродуктов – это на 4,7% больше, чем в предыдущем месяце, и на 13,0% больше, чем в октябре 2014 года.

За десять месяцев 2015 года в России произведено на 13,6% больше мяса и субпро-

дуктов, чем в аналогичном периоде 2014 года. Больше всего мяса и субпродуктов в нашей стране производится в Центральном (около 44%) и Приволжском (около 19%) федеральных округах.

Объем производства свинины в России продолжает увеличиваться. В октябре 2015 года в нашей стране произведено 177,7 тыс. тонн свинины (включая субпродукты) – это на 1,9% больше, чем месяцем ранее, и на 16,3% больше, чем в октябре 2014 года. За десять месяцев 2015 года в России произведено на 18,5% больше свинины (включая субпродукты), чем в аналогичном периоде 2014 года. По статистике, чуть более половины свинины производится в Центральном федеральном округе.

Орловская область расположена в центральной части Среднерусской возвышенности на границе степи и лесостепи. На сегодня регион является одним из центров современной аграрной науки, а также крупным промышленным центром.

На рисунке 1 показана структура Орловского рынка по видам за 2015 год, и мы видим, что на рынке мяса преобладает мясо птицы, второе место занимает свинина.

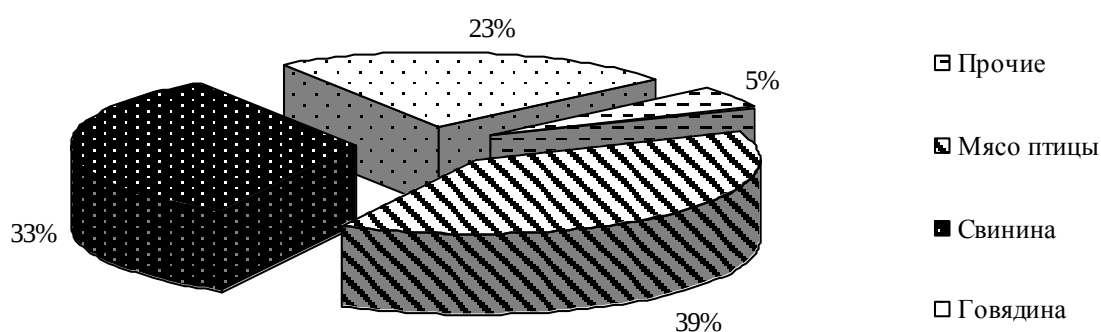


Рисунок 1 – Структура Орловского рынка мяса по видам в 2015 году, %

По данным правительства, в Орловской области в настоящее время работает более 300 предприятий, занимающихся производством пищевой продукции. Численность работников на них превышает 10 тыс. человек.

На рисунке 2 видно, что почти половина годового объема отгрузки продуктов питания собственного производства приходится на предприятия Орла, около 12% – на предприятия Мценского района, около 9% – Ливенского района, около 7% – Кромского района и около 5% – Орловского района. А также региональный пищепром способен ежегодно перерабатывать 450 тыс. тонн молока, 100 тыс. тонн семян подсолнечника и рапса, вырабатывать 1,2 млн дал спирта, 6,4 млн дал ликероводочных изделий, около 5 тыс. тонн колбасных изделий, более 92 млн условных банок мясных, мясорастительных и растительных консервов и так далее [3].

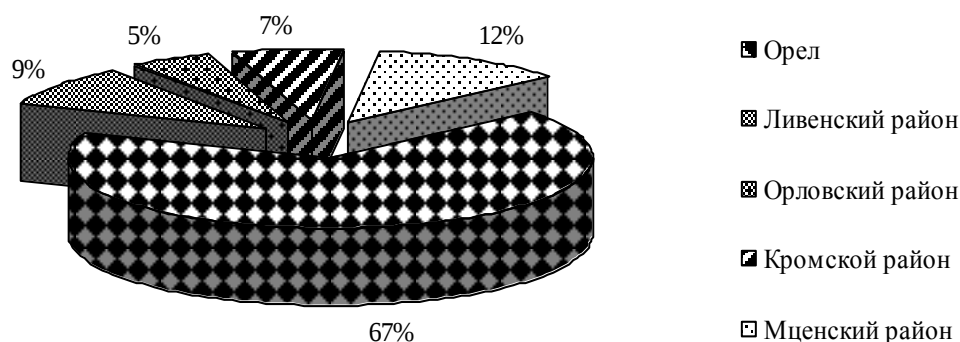


Рисунок 2 – Структура производства продуктов питания Орловской области по районам за 2015 год, %

На территории Орловской области мясную продукцию производят и перерабатывают следующие предприятия: АФ «Ливенское мясо», ООО «Змиевский мясоперерабатывающий комбинат», ООО «Мясная компания», ООО «ТД Велес», ООО «Маслово», ОАО «АФ «Мценская», ООО «Орловская Нива», ООО «Знаменский СГЦ», ЗАО «Березки», ООО «Птичий дворик» и др.

Предприятия, занимающиеся производством и переработкой мясной продукции, занимают достаточно обширную долю в сфере пищевой промышленности Орловской области [3].

Большой объем предприятий, занятых в сфере мясной индустрии, объясняется в первую очередь высокой прибылью, а также низкими издержками, связанными с относительно нетрудоемкими технологическими процессами и практически отсутствующими отходами производства. Для сравнения рассмотрим цены на социально значимые товары первой необходимости в Орловской области на 2015 год (таблица 1 и таблица 2).

Таблица 1 – Цены на социально-значимые товары первой необходимости за январь-май, руб.

Наименование	январь	февраль	март	апрель	май
Говядина (кроме бескостного мяса)	325,67	343,36	341,86	329,24	329,72
Свинина (кроме бескостного мяса)	256,26	247,41	246,18	254,40	250,26
Баранина (кроме бескостного мяса)	354,59	367,59	367,59	364,85	371,04
Куры охлажденные и мороженые	126,52	126,87	125,02	119,61	119,63
Рыба мороженая неразделанная	118,08	127,90	134,62	126,09	116,19
Масло сливочное	379,18	392,96	397,40	398,83	398,84
Масло подсолнечное	77,39	85,00	87,39	87,83	86,62
Молоко питьевое цельное пастеризованное 2,5-3,2% жирности, за л	40,09	40,05	41,23	41,02	41,98
Молоко питьевое цельное стерилизованное 2,5-3,2% жирности, 1 л	61,42	63,17	64,13	64,13	63,18
Яйца куриные, за 10 шт.	65,29	65,01	63,59	61,23	51,90
Сахар-песок	53,42	51,56	49,12	48,15	47,13
Чай черный байховый	580,30	639,95	668,97	662,39	683,11
Соль поваренная пищевая	10,13	10,54	10,92	10,68	11,36
Мука пшеничная	31,10	31,76	32,42	32,25	31,82
Хлеб из ржаной муки и из смеси муки ржаной и пшеничной	27,69	28,06	28,19	28,21	28,22
Хлеб и булочные изделия из пшеничной муки 1 и 2 сортов	37,07	37,36	37,16	37,67	37,67
Рис шлифованный	56,23	61,69	63,59	61,36	59,80
Пшено	28,64	28,61	32,12	30,23	29,50
Крупа гречневая ядрица	60,76	60,80	59,59	58,87	57,53
Вермишель	49,64	52,51	54,33	53,51	53,30

Из таблицы 1 видим, что мясная продукция по цене в несколько раз превышает остальные товары. Исключение составляет лишь чай черный байховый. Цены на мясо находятся в пределах от 350 до 120 рублей за килограмм. Самой дорогостоящей является говядина. Ценовой пик приходится на период самого большого потребления, а в частности, на январь-март, далее наблюдается спад и незначительные колебания.

Несмотря на широкое распространение и повсеместное потребление мясной продукции как в Российской Федерации, так и по Орловской области, по официальным статистическим данным, производство продукции сельского хозяйства в первом полугодии 2015 года в Орловской области в сопоставимых ценах аналогичного периода составило 98,8%. Отрицательная динамика связана с сокращением производства в отрасли животноводства: мяса – на 8,5%. Основная причина – АЧС. Учитывая сроки уборки урожая, высокую долю растениеводства в общем объеме продукции сельского хозяйства, прогнозируется, что по итогам 2015 года индекс по данной отрасли составит 105%.

Таблица 2 – Цены на социально значимые товары первой необходимости за июнь-октябрь, руб.

Наименование	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь
Говядина (кроме бескостного мяса)	331,49	333,06	334,56	337,95	337,04
Свинина (кроме бескостного мяса)	249,65	252,78	253,04	254,11	248,69
Баранина (кроме бескостного мяса)	377,88	377,88	358,77	360,18	355,88
Куры охлажденные и мороженые	119,30	117,45	116,62	117,95	118,03
Рыба мороженая неразделанная	115,48	117,24	119,96	120,50	122,29
Масло сливочное	403,77	402,23	400,44	399,19	404,82
Масло подсолнечное	86,01	85,82	91,29	96,86	101,04
Молоко питьевое цельное пастеризованное 2,5-3,2% жирности, за л	41,77	41,52	41,47	41,38	41,23
Молоко питьевое цельное стерилизованное 2,5-3,2% жирности, за л.	62,34	63,32	63,44	63,47	61,33
Яйца куриные, за 10 штук	45,18	42,47	44,12	46,77	58,46
Сахар-песок	46,86	48,49	53,25	53,51	50,57
Чай черный байховый	697,73	693,44	679,12	678,21	692,06
Соль поваренная пищевая	11,64	12,26	12,44	12,26	12,22
Мука пшеничная	32,10	31,45	31,41	31,28	31,88
Хлеб из ржаной муки и из смеси муки ржаной и пшеничной	28,42	28,45	28,49	28,85	28,84
Хлеб и булочные изделия из пшеничной муки 1 и 2 сортов	37,70	37,70	37,70	38,36	38,36
Рис шлифованный	56,29	56,70	58,94	60,17	60,70
Пшено	27,18	27,07	26,70	27,19	28,03
Крупа гречневая ядрица	56,66	57,29	60,64	62,18	62,86
Вермишель	52,98	52,29	52,83	52,07	54,10

Из таблицы 2 также видим, что за июнь-октябрь мясная продукция по цене в несколько раз превышает остальные товары. Исключение составляет лишь масло сливочное и чай черный байховый. Цены на мясо находятся в пределах от 331 до 116 рублей за килограмм. Самой дорогостоящей является говядина.

Для эффективного развития различных отраслей сельского хозяйства была разработана долгосрочная областная целевая программа: «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в Орловской области на 2013-2020 годы» [5].

В данной целевой программе разработаны планы и по мясной индустрии. Ниже представлены ожидаемые конечные результаты реализации Программы и показатели социально-экономической эффективности:

1. Увеличить объем производства и переработки продукции животноводства к 2020 году:
 - а) скота и птицы на убой в хозяйствах всех категорий (в живом весе) – до 140 тыс. тонн;
 - б) молока в хозяйствах всех категорий – до 281 тыс. тонн;
 - в) сыров и сырных продуктов – до 1,4 тыс. тонн;
 - г) масла сливочного – до 0,8 тыс. тонн;

2. Довести поголовье крупного рогатого скота специализированных мясных пород и помесного скота, полученного от скрещивания со специализированными мясными породами, в сельскохозяйственных организациях, крестьянских (фермерских) хозяйствах, включая индивидуальных предпринимателей, до 10 тыс. голов;

3. За 2016-2020 годы довести количество начинающих фермеров, осуществивших проекты создания и развития своих хозяйств с помощью государственной поддержки, до 95 единиц;

4. Построить или реконструировать за период реализации Программы 35 семейных животноводческих ферм [1].

Список литературы:

1. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/programs/208/events/>.
2. Продовольственный рынок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.komdir.ru/article/42-potrebitelskiy-rynok-2014>.
3. Развитие экономики регионов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://economy.gov.ru/minrec/activity/sections/econReg/>.
4. Современное состояние и конкурентоспособность мясной промышленности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.sociosphera.com/publication/conference/2014/257/sovremennoe_sostoyanie_i_konkurentosposobnost_myasnoj_promyshlennosti/.
5. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>.

Пархоменко Арина Игоревна

студентка 3 курса факультета бизнеса и рекламы

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: arina-gudima@mail.ru

Переварихина Анастасия Андреевна

ассистент кафедры товароведения, экспертизы товаров и туризма

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: perevarikhina92@mail.ru

УДК 332.122:330.322

Наривончик Д.А., Кукло И.А.

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ МЕМОРАНДУМ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ РЕГИОНА

В статье затронуты проблемы развития регионов на современном этапе, направления совершенствования экономики региона в условиях сложившейся кризисной ситуации. В качестве инструмента регулирования кризисных ситуаций рассмотрено проведение процедуры реструктуризации хозяйствующих субъектов, мероприятия по антикризисному управлению, способствующие финансовому оздоровлению, реформированию финансовой политики региона.

Ключевые слова: регион, развитие, стратегия, реструктуризация, управление, экономический рост, эффективность, оздоровление.

Проблема экономического роста региона является наиболее актуальной для экономики России, в контексте не только высоки показатели его роста, но и переход на более качественный уровень. Поэтому важно решить теоретическую и практическую задачу по выявлению причин и разработке направлений его развития [5].

Переход к рынку предъявляет новые требования к экономике региона, при этом первостепенным требованием становится адаптивность регионов к изменяющимся условиям внешней среды. Выполнение данного требования обеспечивает бескризисную деятельность субъектов экономики в регионе [3].

Одним из инструментов регулирования кризисных процессов в регионе становится государственное управление кризисными процессами, наблюдающимися в экономике региона. Механизмом антикризисного управления является реструктуризация объектов хозяйствования [6], которая основывается на кардинальной перестройке всех субъектов экономики в регионе, четком формулировании стратегии и миссии развития предприятий региона. По-

следствия кризиса определяются его характером и эффективностью антикризисного управления, которое способно привести как к финансовому оздоровлению, так и к банкротству, возникновению новых кризисов, наслаиванию одного на другой, что обусловило социальную напряженность в целом ряде регионов [14].

Проблема антикризисного управления и реструктуризации региона постоянно отслеживается специалистами с целью выявления наиболее перспективных и конкурентоспособных из них [10]. Конкурентные отношения обуславливают необходимость развития предприятий различных отраслей и сфер деятельности, указывая тем самым выход из сложившихся кризисных ситуаций. Именно конкурентоспособность является тем показателем, который выявляет возможные материальные и финансовые ресурсы дальнейшего развития региона в целом [4].

Кризисная ситуация в большинстве случаев обусловлена неэффективными бизнес-процессами [14]. Переход процессов на более совершенный уровень называется реструктуризацией. Реализация мероприятий по реструктуризации региона и хозяйствующих субъектов направлена на изменение структуры управления, экономической ситуации региона как в текущем, так и перспективном периодах, что позволит повысить конкурентоспособность региона, а также рыночную стоимость реструктурируемых хозяйствующих субъектов. Цель и содержание проводимой реструктуризации, как правило, характеризуется ее видом:

- оперативная реструктуризация, которая предусматривает изменения в наиболее важных сферах экономического и финансового развития;
- стратегическая реструктуризация, которая предусматривает решение проблем, связанных с улучшением экономического роста региона в перспективе.

Исследованию форм реструктуризации посвящено множество трудов российских экономистов. В частности, Л. Белых и М. Федотова приводят наиболее полную характеристику их содержания. Оперативная реструктуризация ими представляется как изменение материального имущества и обязательств, которое связано с разработкой стратегии снабжения субъекта, обеспечением сырьем и материалами; поиском роста объемов продаж; снижением стоимости заемного капитала; совершенствованием бизнес-процессов и управленческих структур на разных уровнях иерархии [7].

Переход российской экономики к рынку поставил в сложное социально-экономическое положение регионы России. В связи с этим правительства регионов вынуждены сокращать ранее утвержденные бюджеты и для составления новых планировать бюджет на ряд лет вперед, учитывая возможные негативные последствия кризиса. В первую очередь их интересует количество безработных, занятых, лиц с доходами ниже прожиточного уровня, трудовых мигрантов. В настоящее время в Орловской области происходит поэтапная трансформация экономической системы, которая сопровождается ускоренным развитием новых форм хозяйствования. Поэтому кардинальная перестройка экономической системы Орловской области является одним из главных условий выживания и приспособления предприятий к современному уровню внешней бизнес-среды.

Любые макроэкономические изменения оказывают влияние на все хозяйствующие субъекты, в первую очередь наиболее уязвимыми к этим изменениям становятся субъекты малого и среднего бизнеса [9]. Любой кризис несет в себе опасность, создавая условия для банкротства многих предприятий. Насколько успешно предприятие справится с возникшим кризисом, зависит от эффективной антикризисной стратегии предприятия, уделяющей особое внимание конкурентоспособности предприятия в возникших условиях хозяйствования. Действительно успешной структурой может быть признана та, которая неоднократно была связана с возникшими экономическими трудностями и которая находила при этом выход из этих ситуаций [11].

Реструктуризации региона является частью стратегической политики управления, направленной на эффективное развитие [8]. Процесс реструктуризации региона, а также хозяйствующих субъектов предусматривает ряд взаимосвязанных этапов, которые определяют его организацию и проведение (рис. 1).

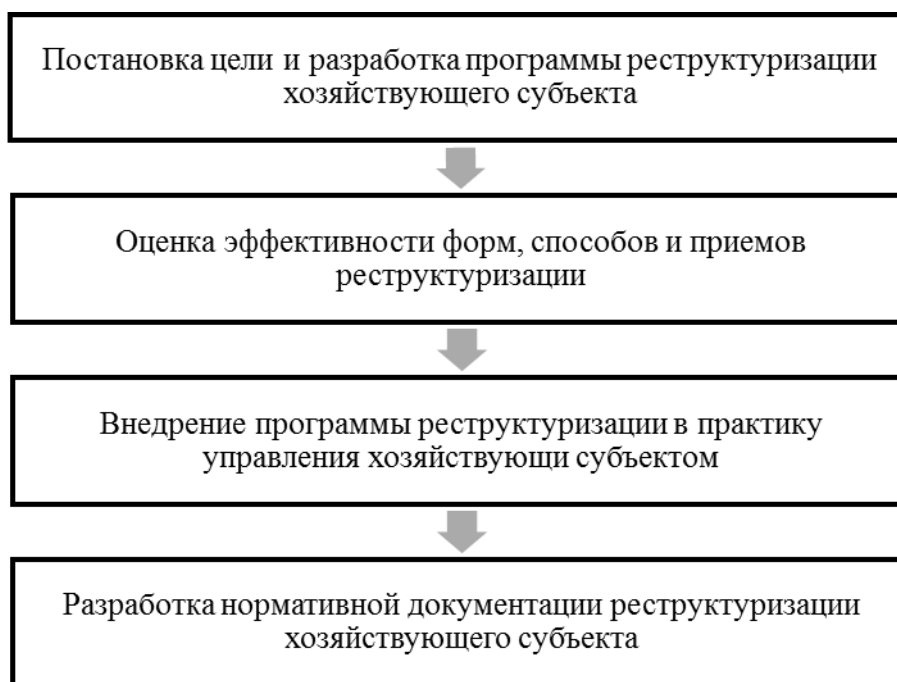


Рисунок 1 – Этапы процесса реструктуризации хозяйствующего субъекта

Первоначальным этапом реструктуризации региона является постановка цели и разработка программы изменений в соответствии с перспективной стратегией, а также с учетом влияния внешних и внутренних факторов его развития [2]. Разработанная программа подвергается всестороннему анализу, осуществляется оценка эффективности способов и приемов проведения процедуры реструктуризации, анализ структуры управления хозяйствующим субъектом. При выявлении недоработок и несоответствий осуществляется процесс их устранения на данном этапе, разрабатывается перечень изменений, которые необходимо осуществить на территории региона с целью эффективной реализации разработанной стратегии развития деятельности.

Процесс реструктуризации региона оформляется документально в виде инвестиционного меморандума, который предназначен для внешних пользователей. Инвестиционный меморандум раскрывает информацию потенциальным инвесторам и кредиторам об инвестиционной привлекательности проекта, предоставляет возможность проанализировать самые вероятные инвестиционные риски, ожидаемую окупаемость. Акцент в инвестиционном меморандуме делается на создание бизнес-идеи, разработку бизнес-модели хозяйствующего субъекта, который осуществляет реструктуризацию [13].

Выбор оптимального варианта реструктуризации зависит от конкретных условий функционирования региона, определяемых факторами внешней и внутренней среды.

Список литературы:

1. Белых Л.П., Федотова М.А. Реструктуризация предприятия: учеб. пособие для вузов. – М.: Юнити-Дана, 2001. – 399 с.
2. Кыштымова Е.А., Лытнева Н.А. Стратегический анализ как метод формирования информационно-аналитического обеспечения прогнозирования элементов собственного капитала // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2014. – №2 (10). – С. 95-100.
3. Кыштымова Е.А., Лытнева Н.А. Инструменты механизма внутреннего и стратегического планирования промышленных предприятий // Вестник ОрелГИЭТ. – 2014. – №1 (27). – С. 50-56.
4. Лытнева Н.А. Развитие малого и среднего предпринимательства в условиях экономического кризиса: монография. – Орел: Издательство ОрелГИЭТ, 2009. – 118 с.
5. Лытнева Н.А. Управление системными изменениями // Вестник ОрелГИЭТ. – 2008. – №4. – С. 72-83.
6. Лытнева Н.А. Современные методы и модели управления эффективностью промышлен-

ных предприятий // Вестник ОрелГИЭТ. – 2014. – №1. – С. 43-48.

7. Лытнева Н.А. Совершенствование методов управления результативностью промышленных предприятий // Вестник ОрелГИЭТ. – 2014. – №3 (29). – С. 92-97.

8. Лытнева Н.А., Кыштымова Е.А. Прибыль как основной фактор эффективности региональной экономики. – Орел: изд-во «ОрелГАУ», 2010. – 212 с.

9. Лытнева Н.А., Комаревцева О.О. Алгоритм финансово-инвестиционной оценки муниципального образования для исследования эффективности экономических систем // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – №11-2. – С. 290-295.

10. Лытнева Н.А., Семенов С.Г. Методика определения вероятности банкротства организаций в российской и зарубежной практике // Вестник ОрелГИЭТ. – 2010. – №2 (12). – С. 52-57.

11. Лытнева Н.А., Сысоева О.Н. Концепция современного менеджмента в системе управления финансовыми результатами организаций // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2010. – №2. – С. 65-69.

12. Региональная экономика / под ред. В.И. Видяпина, М.В. Степанова. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 666 с.

13. Семенов С.Г., Лытнева Н.А. Управление формированием и использованием чистой прибыли организаций с аффилированными лицами // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2010. – №2. – С. 60-65.

14. Сысоева О.Н., Кыштымова Е.А., Лытнева Н.А. Современные инновационные методики в процессе управления прибылью предприятий потребительской кооперации // Вестник Орловского государственного аграрного университета. – 2013. – Т. 40. – №1. – С. 146-152.

15. Сысоева О.Н., Лытнева Н.А. Исследование стратегического управления прибылью в инновационной среде // Вестник ОрелГИЭТ. – 2012. – №4 (22). – С. 37-41.

Наривончик Дмитрий Александрович

магистрант 2 курса факультета государственного

муниципального управления и экономики народного хозяйства

Орловский филиал ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства

и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

e-mail: narivonchik.d@gmail.com

Кукло Иван Александрович

аспирант кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: kaf_finacial@ogiet.ru

Научный руководитель

Лытнева Наталья Алексеевна

д.э.н., профессор кафедры «Менеджмент и государственное управление»

Орловский филиал ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства

и государственной службы при Президенте Российской Федерации»,

профессор кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: ukap-lytneva@yandex.ru

ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ

УДК 658.14:658.6

Парушина Н.В., Иванова Е.А., Микитухо А.А.

СИСТЕМА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ НА ОСНОВЕ ИНСТРУМЕНТАРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

В статье дана оценка концептуальных подходов к обоснованию и повышению эффективности финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций на основе применения методов и приемов экономического анализа. Предложена система информационно-методического обоснования эффективности деятельности экономических субъектов, которая может найти практическое применение в различных сферах экономики.

Ключевые слова: анализ, контроль, показатель, прогнозирование, стратегия.

Вступление России во Всемирную торговую организацию, расширение партнерских связей с зарубежными партнерами диктует необходимость повышения качественного уровня производства, обеспечения конкурентоспособности продукции и товаров, прозрачности отчетных материалов, отражающих результаты развития организации. Все это возможно при условии своевременной оценки эффективности производственных явлений и процессов, внесения поправок и корректив в инструменты и механизмы регулирования системы управления, поддержки и создания благоприятной конкурентной среды для организаций и предприятий всех звеньев экономики.

Торговля является ключевой сферой народного хозяйства страны, обеспечивающей население необходимыми продуктами питания и товарами, она участвует в реализации политики импортозамещения, диктует конкурентные преимущества отечественных товаров и продуктов на мировых рынках. Развитие торговли в РФ в условиях инновационной экономики регламентировано Стратегией развития торговли в Российской Федерации на 2015-2016 годы и период до 2020 года, утверждена приказом Минпромторга России от 25 декабря 2014 года №2733.

В соответствии с данным документом определен ряд задач, требующих приоритетного решения в русле экономического развития страны и решения экономических проблем стабилизации российской экономики. Приоритетные направления развития торговой отрасли приведены на рисунке 1.

Одним из направлений стратегии экономического развития торговли является экономическая доступность товаров для потребителя, что обеспечивается в результате минимизации цен на продаваемые продукты и сбалансированности показателей эффективности деятельности и затрат на приобретение и обращение конкретного товара. В этом ключе Гаибова Т.В. и Хабибулина Д.З. отмечают, что расширение спектра услуг, усложнение процессов реализации продуктов, а также рост конкуренции на торговых рынках и объективно сопровождающие коммерческую деятельность риски требуют поиска качественно новых подходов к формированию, систематизации и анализу информации с целью разработки стратегии развития, решения тактических задач оптимизации текущей деятельности торговых предприятий [2]. Действенным инструментом объективной и качественной оценки результатов деятельности торговых предприятий, анализа соотношения цены и прибыли, устойчивости развития торговой точки в инфраструктуре конкретного населенного пункта, доступности ценовой политики магазина является применение приемов и методов экономического анализа, который позволяет применить широкий инструментальный и технологический, обширную информационную базу учетного характера.

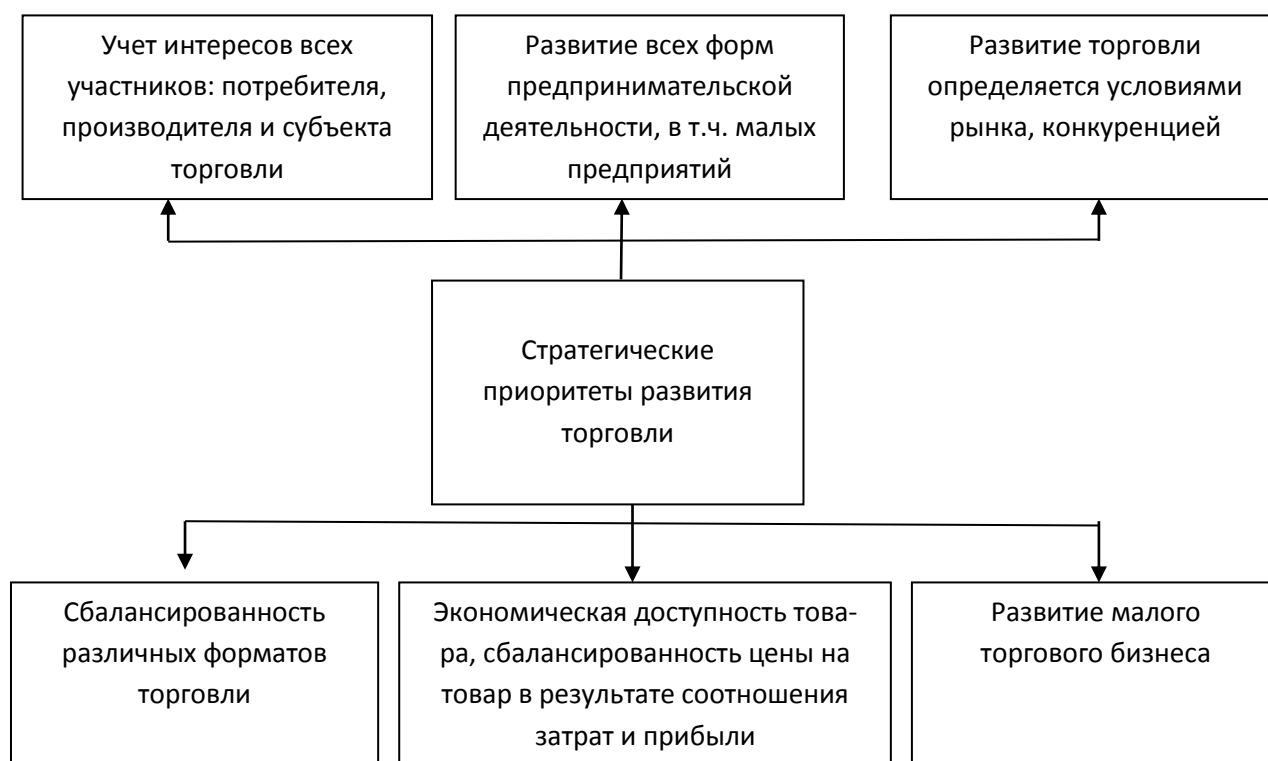


Рисунок 1 – Приоритетные стратегические направления развития торговой отрасли в РФ до 2020 г.

Вопросами аналитического исследования процессов и операций, в том числе с позиций эффективности в различных ее интерпретациях, в разные годы занимались ведущие зарубежные и российские ученые экономисты. В числе зарубежных ученых следующие авторы: Брикхэм Ю.Ф., Вебер М., Карлоф Б., Парето В., Морис Алле, Хейне П., Хорнби У. К российским ведущим экономистам, исследующим вопросы экономического анализа отраслей экономики, относятся: Баканов М.И., Бариленко В.И., Гиляровская Л.Т., Ефимова О.В., Донцова Л.В., Илышева Н.Н., Ионова А.Ф., Казакова Н.А., Ковалев В.В., Когденко В.Г., Мельник М.В., Селезнева, Н.Н. Шерemet А.Д., Усенко Л.Н. и др.

Подчеркивая необходимость экономического анализа деятельности всех сфер экономики, различных ее отраслей и предприятий, Баканов М.И. и Шерemet А.Д. пишут: «областью исключительно экономического анализа (в широком и узкопрофессиональном смысле) является анализ хозяйственной деятельности и ее конечных результатов (во всех отраслях, во всех проявлениях)» [2].

Следует согласиться с Когденко В.Г., которая отмечает практическую значимость проработки методического инструментария анализа и в первую очередь системы аналитических показателей, считая, что «в качестве информационного обеспечения экономического анализа должна использоваться информация о внешней и внутренней среде организации, формируемая на основе бухгалтерской и управленческой отчетности...» [4].

Авторы предлагают использовать системный подход к проведению экономического анализа деятельности предприятий. К примеру, Прыкина Л.В. отмечает, что «для проведения экономического анализа в силу его большой сложности требуется системность подхода, информативность, применение соответствующих методов, комплексных экономико-математических моделей, наличие технических средств, осуществляющих хранение, обработку и передачу экономической информации» [15].

Предметом научных дискуссий стали разные подходы к вопросу о сущности, критериях, показателях экономического анализа эффективности деятельности предприятий [6, 7,

11]. Именно экономическая эффективность, по их мнению, является комплексным системным понятием, позволяющим всесторонне оценить результаты деятельности предприятия, отрасли, региональной экономики в отраслевом разрезе на основе применения набора методов и процедур экономического анализа. В процессе экономического анализа эффективности можно синтезировать процессы анализа финансовой устойчивости, ликвидности, платежеспособности, рентабельности и оборачиваемости, изучить взаимосвязи и тенденции изменения показателей, а затем аналитически обобщить итоги, сформировав прогнозы будущей стратегии фирмы.

В подтверждение сказанного Санин С. определяет, прежде всего, эффективность как экономическую категорию. По его мнению, «экономическая эффективность – это результативность экономической системы, выражающаяся в отношении полезных конечных результатов ее функционирования к затраченным ресурсам. Складывается как интегральный показатель экономической эффективности на разных уровнях экономической системы, являясь итоговой характеристикой функционирования национальной экономики» [16].

Повышение эффективного функционирования торговых организаций требует экономически грамотного управления их деятельностью, которое во многом определяется умением её анализировать. С помощью экономического анализа изучаются тенденции развития, глубоко и системно исследуются факторы изменения результатов деятельности торговли, обосновываются бизнес-планы и управленческие решения, осуществляется контроль за их выполнением, выявляются резервы повышения эффективности производства, оцениваются результаты деятельности, вырабатывается экономическая стратегия его функционирования [10, 12].

Главным критерием эффективности финансово-хозяйственной деятельности в сфере торговли в условиях социально-ориентированной инновационной экономики является степень удовлетворения конечных потребностей общества, коллектива и прежде всего потребностей, связанных с потреблением качественных и доступных в ценовой градации продуктов питания и товаров первой необходимости и, как следствие, с социальным развитием человеческой личности.

В экономическом анализе эффективность финансово-хозяйственной деятельности торговли, на наш взгляд, должна определяться эффективностью приобретения товаров, их обращением и продажей, а также системой управления. Эффективность финансово-хозяйственной деятельности рассчитывается как отношение полученных результатов к затратам и измеряется совокупностью количественных показателей. Для измерения эффективности деятельности должна быть сформирована система экономических показателей.

По мнению Чернова В.А., к экономическому анализу эффективности в торговле следует подходить с позиций комплексной, системной оценки. «Комплексный анализ – это системное исследование экономики организации как единой совокупности взаимосвязанных взаимодействующих элементов. Систематизация элементов производится на основе изучения их взаимосвязи и взаимообусловленности, т.е. рассмотрение отдельных подразделений организации, направлений анализа, факторов, тенденций, законов и закономерностей в составе единого хозяйственного механизма» [17]. Методика комплексного анализа предполагает использование системы показателей с целью получения заданной агрегированной характеристики организации. В литературе по экономическому анализу рассматриваются разные варианты группировки показателей эффективности, которые можно применить к анализу торговой сферы. В целях оценки экономической эффективности Илышева Н.Н., Крылов Э.И. предложили систему аналитических показателей, состоящую из четырех групп обобщающих аналитических показателей экономической эффективности: производства; эффективности использования живого труда, затрат на амортизацию основных производственных фондов; материальных ресурсов [3].

Шермет А.Д., Негашев Е.В. предлагают для комплексной оценки использовать систему, состоящую из 28 показателей, среди которых: объем продаж продукции в плановых и фактических ценах предприятия; среднесписочная численность производственного персонала; выработка на одного работающего и др. На основании методики возможна оценка в ос-

новном по типу «лучше» или «хуже» работало предприятие по сравнению с базовым периодом [18].

Для оценки финансово-хозяйственной деятельности организации Ковалев В.В. и Патров В.В. рекомендуют использовать систему из шести групп оценочных показателей, характеризующих ее различные аспекты, а именно: имущественное положение; ликвидность; финансовой устойчивости; деловую активность; рентабельность; положение на рынке ценных бумаг. Каждая группа предполагает собственный набор показателей [14].

Максютов А.А. предлагает для проведения комплексного экономического анализа эффективности деятельности предприятий разных форм собственности и отраслей использовать десять ключевых показателей эффективности работы: валовую прибыль, рентабельность, рентабельность активов, показатель прибыли на акцию, в т.ч. с учетом вычета налогов, рыночную цену акции, балансовую стоимость акций, рыночную цену акции, дивиденда на акцию [5].

Для оценки эффективности финансово-хозяйственной деятельности организации и процесса производства и обращения была введена и традиционно использовалась система показателей, в которой показатели оценки и планирования повышения экономической деятельности были объединены в четыре группы (и, таким образом, экономическая эффективность рассматривается как многомерное явление):

1. Обобщающие показатели экономической эффективности.
2. Показатели эффективности использования основных фондов.
3. Показатели эффективности использования материальных ресурсов.
4. Показатели эффективности использования труда.

На наш взгляд, такая система показателей позволяет проводить оценку управленческого процесса и эффективности использования ресурсов. При этом за пределами исследования остаются такие приоритетные проблемы деятельности торговой фирмы, как финансовый и имущественный потенциал, совокупный капитал, финансовые и налоговые результаты, ликвидность и платежеспособность, деловая активность. Система показателей экономического анализа эффективности обращения в торговле должна давать всестороннюю оценку использования всех ресурсов и содержать все общеэкономические показатели результативности, которые можно оценить на основе доступной информации [8, 9, 13].

В этой связи целесообразно осуществлять анализ эффективности развития торговой сферы с позиций комплексного анализа финансово-хозяйственной деятельности, рассматривая все направления, сферы деятельности, ресурсы, имущество, капитал, доходы и расходы, обязательства. При таком видении методики анализа эффективности финансово-хозяйственной деятельности необходимо и целесообразно использовать программное обеспечение. Система повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций на основе инструментария экономического анализа включает две взаимосвязанные подсистемы: обеспечивающие параметры и функциональные параметры. Обеспечивающие параметры, в свою очередь, включают:

Факторы:

- ресурсного обеспечения покупки и продаж,
- обеспечивающие желаемый уровень экономического и технического развития,
- обеспечивающие коммерческую эффективность торгово-закупочной деятельности.

Резервы:

- внутренние (внутрихозяйственные) и внешние,
- текущие и перспективные,
- резервы однократного использования и резервы многократного использования,
- явные и скрытые (латентные),
- экстенсивные (количественные) и интенсивные (качественные),
- резервы прямого и косвенного действия,
- измеряемые количественно и не измеряемые количественно.

Информационные источники:

- стратегии, планы, программы, бюджеты,
- финансовая отчетность,
- статистическая информация,
- информация финансового, налогового, управленческого и оперативного учета,
- информация о конкурентах, рынках, поставщиках, покупателях и др.

Инструменты: маркетинг, управление персоналом, оптимизация денежных потоков, политика расчетов, подсистемы управления и пр.

Рычаги: финансовые, социальные, производственные, налоговые.

Функциональные параметры системы приводят в действие механизм функционирования системы и включают элементы организационно-методического характера. К ним относятся:

Система показателей:

- показатели финансового потенциала,
- показатели имущественного потенциала,
- показатели ликвидности и платежеспособности,
- показатели деловой активности,
- финансовые результаты,
- прогнозные показатели.

Методы и приемы анализа:

- общенаучные методы анализа (анализ, синтез, моделирование, абстрагирование, системный анализ и др.),
- специальные методы экономического анализа (сравнение, группировки, динамический, табличный, графический, факторный и др.),
- экономико-математические методы.

Процедуры и направления анализа эффективности:

- анализ финансового состояния, устойчивости и эффективности развития,
- оценка платежеспособности и эффективности соблюдения расчетной политики,
- исследование деловой активности, эффективности использования имущества и обязательств,
- подтверждение финансовых результатов, анализ и прогноз эффективности финансово-хозяйственной деятельности.

Составными обеспечивающими параметрами системы эффективности финансово-хозяйственной деятельности организации являются факторы и резервы повышения эффективности развития, которые выявляются в процессе комплексного экономического анализа финансово-хозяйственной деятельности и эффективности функционирования торговой организации на основе доступных для пользователей источников информации – данных бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Таким образом, предложенная система позволяет комплексно проанализировать текущее состояние и результаты финансово-хозяйственной деятельности и разработать сценарии и прогнозы развития на перспективу с максимальной точностью реализации.

Список литературы:

1. Баканов М.И., Мельник М.В., Шермет А.Д. Теория экономического анализа: учебник / Под. ред. М.И. Баканова. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 536 с.
2. Гаибова Т.В., Хабибулина Д.З. Использование системного подхода к анализу данных розничной торговли // Технические науки – от теории к практике. – 2012. – №9. – С. 37-41.
3. Илышева Н.Н., Крылов С.И. Анализ финансовой отчетности. – М.: Финансы и статистика: ИНФРА-М, 2011. – 480 с.
4. Когденко В.Г. Экономический анализ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 392 с.
5. Максютлов А.А. Экономический анализ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 543 с.
6. Парушина Н.В., Сучкова Н.А., Деминова С.В. Мониторинг системы показателей эффективности как инструмент принятия управленческих решений // Вопросы экономики и права. – 2012. – №46. – С. 90-94.

7. Парушина Н.В. Налоговый анализ и его роль в управлении финансово-хозяйственной деятельностью организации // Налоговая политика и практика. – 2009. – №12. – С. 29-35.
8. Парушина Н.В., Сучкова Н.А., Губина О.В. Концепция профессиональной подготовки кадров для инновационной экономики на основе современных информационно-аналитических технологий, алгоритмов, методик и программ // Фундаментальные исследования. – 2013. – №10-5. – С. 1112-1116.
9. Парушина Н.В., Руднев Р.В. Методика экономического анализа финансово-хозяйственной деятельности строительной организации в целях подтверждения непрерывности развития // Аудитор. – 2012. – №9. – С. 47-54.
10. Парушина Н.В. Использование пояснительной информации в управлении и прогнозировании деятельности организаций // Аудитор. – 2009. – №10. – С. 13-25.
11. Парушина Н.В., Лытнева Н.А. Система показателей экономики труда в управлении кадровым потенциалом организации // Вестник Орловского государственного аграрного университета. – 2012. – Т.35. – №2. – С. 131-135.
12. Парушина Н.В., Деминова С.В. Теория и практика оценки эффективности деятельности организаций в системе комплексного экономического анализа // Экономический анализ: теория и практика. – 2012. – №19. – С. 52-56.
13. Парушина Н.В., Микитухо А.А. Информационно-аналитическая составляющая и технологии экономического анализа в целях выявления и предупреждения банкротства // Вестник Орёл ГИЭТ. – 2013. – №2 (24). – С. 96-101.
14. Патров В.В., Ковалев В.В. Как читать баланс. – М.: Финансы и статистика, 1993. – 256 с.
15. Прыкина Л.В. Экономический анализ предприятия. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 407 с.
16. Санин С. Социально-экономическая эффективность организации. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 51 с.
17. Чернов В.А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристский бизнес. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 639 с.
18. Шеремет А.Д., Негашев Е.В. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 208 с.

Парушина Наталья Валерьевна

*д.э.н., проф., заведующая кафедрой бухгалтерского учета, анализа и аудита
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: parushinan@rambler.ru*

Иванова Елена Александровна

*студентка 3 курса факультета магистратуры и подготовки научно-педагогических кадров
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: altunina.elena@rambler.ru*

Микитухо Анна Андреевна

*соискатель кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: mikityho@yandex.ru*

УДК 339.14(470)

Конобеева О.Е., Конобеева Е.Е., Галицкова К.В.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТОВАРНО-СЫРЬЕВЫХ РЫНКОВ РОССИИ

Наиболее важными в России являются товарно-сырьевые рынки. В статье рассмотрены их особенности и проблемы. Основные факторы воздействия на любой товарный рынок присутствуют и на сырьевом рынке, но ему присущ и ряд специфических особенностей. Заметную роль в формировании конъюнктуры данного рынка играет спекуляция, под которой понимается приобретение продукта с целью его перепродажи и получения особой (спекулятивной) прибыли и как следствие роста рыночных цен (или их падения) в период между покупкой и реализацией.

Ключевые слова: товарно-сырьевые рынки в России, биржи, промышленность, сельское хозяйство, валютный рынок.

На сегодняшний день товарно-сырьевые рынки во многом определяют общее положение экономики в России, так как их объем торгов превышает объем торговли на многих других рынках.

Рынки сырья – это совокупность рынков сырьевых товаров, непосредственно формирующих условия их купли и продажи на основе развития международного разделения труда. На них обращаются топливно-энергетические, сырьевые, промышленные, сельскохозяйственные, лесные товары. В особую разновидность выделяется товарно-сырьевой рынок растительного происхождения.

Сырьевые рынки – это рынки, на которых происходит торговля энергоносителями, металлами, лесом и сельскохозяйственной продукцией. В силу своих естественных свойств сырье является удобным объектом спекулятивных операций, совершаемых как на товарных биржах, так и за их пределами [3].

Характерной особенностью товарно-сырьевых рынков является то, что большой объем сделок с сырьем заключается на иностранных биржах, так как сырье, в основном, экспортируется. Увеличение торговли на сырьевых рынках внутри страны всегда является хорошим индикатором роста экономики, а увеличение экспорта помогает получать ресурсы для такого роста.

Серьезным отличием товарно-сырьевых рынков от любых других является отсутствие государственной организации, отвечающей за их регулирование, например, фондовые, финансовые и страховые рынки регулируются Центральным банком. Все происходящее на товарно-сырьевых рынках регулируется только колебаниями спроса и предложения и в минимальной степени деятельностью биржевых посредников. Но такое положение сохраняется до того момента, пока государство не начинает ощущать угрозу своей экономической безопасности, в этом случае оно начинает применять косвенные меры регулирования рынков.

В сегодняшнем мире сырьевые рынки являются одним из инструментов геополитики, определяющей позиции страны на мировой арене. Сырье невосполнимо или восполняется очень долго, потому страны, имеющие большие запасы сырья, со временем будут играть всё большую роль. То же относится и к продукции сельского хозяйства, так как население земли растёт, и спрос на продукты питания растёт вместе с ним [1].

Развитие товарно-сырьевых рынков отличается определенными особенностями, среди которых [4]:

1. Неустойчивость цен, их частые резкие колебания, которые вызываются большой группой факторов, среди которых есть экономические, политические и природные.
2. Высокая зависимость рынков от климатических колебаний и природных аномалий, особенно это касается рынка сельскохозяйственных товаров.
3. Высокая роль долгосрочных, иногда многолетних контрактов, которые фиксируют цены на определенные группы товаров на длительное время.

Все эти факторы делают крайне сложным анализ тенденций и более или менее достоверное прогнозирование динамики. На основании динамики биржевых индексов можно предсказать направления движения трендов, но не более. Необходим анализ общей макроэкономической ситуации.

Серьезной проблемой товарно-сырьевых рынков в России является высокий уровень их монополизации. Сырье находится в руках нескольких олигополистов, поэтому очень часто цены предложения определяются не состоянием спроса, а волюнтаризмом поставщиков. Так, скачок цен на сырье на внутренних российских рынках в начале весны 2015 года был вызван реакцией поставщиков на денежную инфляцию, а не реальным состоянием рынков [3].

На международных рынках такое поведение поставщиков сырья будет невозможным, но возможность экспорта сырья часто приводит к снижению предложения на внутреннем рынке, которое может привести к неблагоприятным последствиям для экономики [2]. В этом

случае государство в отсутствие иных способов регулирования рынка может ограничить экспорт или поднять вывозные таможенные пошлины.

Такие меры регулирования чаще всего применяются в отношении сельскохозяйственного сырья, за последние годы экспорт зерна для сохранения стабильности на внутреннем рынке запрещался несколько раз. Таким образом, для анализа тенденций рынков необходимо обращать внимание на экономическую и социальную государственную политику.

Тем не менее, несмотря на высокую монополизацию и особенности регулирования, развитие товарно-сырьевых рынков в России в ближайшие десятилетия будет идти общемировым путем. Эксперты прогнозируют завершение сырьевого бума, вызванного ускоренным ростом экономики Китая. Такие сделки, как недавняя сделка Газпрома с Китаем, касающаяся поставок огромных объемов газа в течение 30 лет, уйдут в прошлое и не будут определять лицо рынка.

Рост рынков пойдет не такими быстрым темпам, потребности КНР смогут обеспечить динамику роста в 3,0-3,5% в год, но все же продолжится, причем крупным потребителем сырья станет и сама Россия, входящая в период новой индустриализации [4]. Кроме того, эксперты прогнозируют повышение монополизма в металлургической промышленности в России, концентрацию ее и перспективы создания транснационального металлообрабатывающего гиганта со штаб-квартирой в России.

В области сельского хозяйства эксперты обращают внимание на то, что в России для обработки 1000 гектара сельскохозяйственных земель нужно 20 человек, тогда как в США – менее 10 человек. Скорее всего, при фиксируемой тенденции на повышение производительности труда и государственной политике, направленной на сохранение занятости, это приведет к тому, что в оборот будут вовлечены новые земли и производство продукции вырастет.

За первое десятилетие 2000-х сырьевой индекс вырос на 328% [4]. Такие показатели вряд ли повторятся в этом десятилетнем цикле, но так как российская экономика развивается по собственному сценарию, возрастающий тренд не спадет так же активно, как в других странах. Пока рентабельность российских сырьевых компаний (кроме сельскохозяйственных) выше общемировой, что дает дополнительные возможности для стимулирования внутреннего роста.

Экономическое ослабление РФ от многих факторов стало причиной понижения курса рубля в 2015 г. и начале 2016 г. По мнению экспертов, профессора кафедры фондового рынка и рынка инвестиций НИУ «Высшая школа экономики» Александра Абрамова и финансового аналитика Сергея Суверова, снижение курса рубля в этот период произошло по причине замедления роста ВВП, оттока национальной валюты из страны, внешнего влияния (мировая тенденция: падение курсов валют развивающихся стран, напротив, рост курсов национальных валют развитых стран); ухудшение торгового баланса РФ (подешевело экспортируемое сырье – никель, алюминий, удобрения).

Также по свидетельствам экономистов, снижение курса рубля связано с внеэкономическими проблемами (ухудшением политической ситуации в с точки зрения инвесторов, ухудшением делового климата), что привело к снижению потенциала улучшения показателей российского товарного и финансового рынков [6].

По прогнозам аналитиков, повышение курса евро и доллара может негативно сказаться на российском валютном пространстве при текущем росте оттока капиталов из страны, снижении цен на нефть и иных ограничивающих мерах. Эти изменения могут вызвать негативные последствия на товарно-сырьевом рынке: ликвидация либо уменьшение объема различных производств, сокращение подразделений предприятий, ориентированных на мировые рынки либо имеющих зависимость от них.

Подобные события становятся возможными в свете последних международных изменений во взаимоотношениях РФ, стран блока ЕС, США и некоторых других стран-участников экономического санкционного конфликта (санкции ЕС, США и ряда стран по отношению к отдельным сырьевым секторам российской экономики, гражданам РФ в ответ на позицию Российской Федерации в украинском вопросе и ответные контрсанкции РФ).

Влияние мирового рынка на отечественный валютный рынок, в первую очередь, оценивают по уровню мировых цен на нефть (альтернативные прогнозы развития российской экономики Минэкономразвития РФ в зависимости от цен на российскую нефть). При такой значимости внешнеэкономических факторов в отношении формирования курса национальной валюты полноценная интеграция с глобальным финансовым рынком невозможна.

Поэтому в долгосрочной перспективе необходимо восстановление национальной экономики, баланса между собственным национальным производством и потреблением для отрыва от внешних заимствований, которые не укрепляют российскую экономику, а лишь дают временное финансовое вливание. Это позволит российскому валютному рынку получать поддержку не только от продажи экспортного сырья, но и от подъема собственного ВВП на базе нормального функционирования реальных секторов экономики.

Список литературы:

1. Конобеева О.Е., Конобеева Е.Е. Проблемы и перспективы повышения конкурентоспособности экономики России // Вестник ОрелГИЭТ. – 2012. – №4 (22). – С. 144-148.
2. Конобеева О.Е., Конобеева Е.Е., Герасимова В.Ю. Финансовый инжиниринг как частный случай хеджирования // Теоретические и прикладные вопросы экономики и сферы услуг. – 2014. – №3. – С. 62-68.
3. Перспективы инвестирования в фондовый рынок России. Управляющая компания АРСАГЕРА [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://arsagera.ru/my_ne_rabotaem_s_klientom_esli_on_ne_znaet_osnov_investirovaniya/kuda_i_kak_investirovat1/perspektivy_investirovaniya_v_fondovyj_rynok_rossii/ (дата обращения 23.12.2015).
4. Российский фондовый рынок зависит от Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://expert.ru/2015/02/9/rossijskij-fondovyyj-rynok-zavisit-ot-ukrainyi/> (дата обращения 23.12.2015).
5. Рынок коллективных инвестиций теряет деньги [Электронный ресурс]. Режим доступа: – <http://www.vedomosti.ru/newspaper/articles/2015/03/10/ni-doveriya-ni-upravleniya> (дата обращения 23.12.2015).
6. Становление фондового рынка в России и первые уроки его развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://center-yf.ru/data/economy/Fondovyi-rynok-Rossii.php> (дата обращения 23.12.2015).
7. Forbes: Весь фондовый рынок России не стоит одного американского «яблока» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian.rt.com/inotv/2014-11-17/Forbes-Ves-fondovij-rynok-Rossii> (дата обращения 23.12.2015).

Конобеева Оксана Евгеньевна

к.э.н., доцент кафедры маркетинга и торгового дела

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: oks_orel@mail.ru

Конобеева Елена Евгеньевна

к.э.н., доцент кафедры финансов и кредита

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: oks_orel@mail.ru

Галицкова Кристина Валерьевна

студентка 4 курса факультета бизнеса и рекламы

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: chrisstina92@rambler.ru

Соболева Ю.П., Ворогова О.С.

**ВОЗНИКНОВЕНИЕ И РАЗВИТИЕ
ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ****Статья подготовлена в рамках выполнения Государственного задания
Министерства образования и науки Российской Федерации (задание 2014/512)**

В статье дана характеристика процесса возникновения и развития инвестиционной деятельности в России. Описаны основные проблемы и тенденции. Рассмотрены результаты инвестиционной деятельности в целом по России и на региональном уровне.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная деятельность, регион.

В Средневековой Европе после расцвета крупных землевладельцев возникли инвестиции. Феодалы первыми употребили в своей речи слово «инвестирование», под которым имела в виду установка мелким вассалам на счет управления их землей. В те времена данное понятие так использовала и церковь. Инвестиция, по их пониманию, означала повышение настоятеля по службе, при этом он получал земли, принадлежащие церкви, со всеми людьми, проживающими на этой территории. После такого повышения настоятель также становился судьей над этими людьми. С появлением инвестиций инвестор мог нападать и захватывать соседствующие владения, а захваченных хозяев подчинял себе. Инвестор имел полное право на землю, также он имел возможность продать ее наиболее крупному феодалу, при этом крестьяне продавались вместе с землей.

Со временем инвестирование расширилось и охватило различные сферы жизнедеятельности. Данный термин начал употребляться везде. Однако в сфере экономики он использовался чаще и закрепился именно за ней. Это обусловлено тем, что выгодное капиталовложение приобрело массовый характер. Люди постепенно поняли, что возможно извлечь хорошую прибыль, используя свои вложения, только немного подождав. Таким образом, инвесторы в средневековье работали с драгоценностями и банками.

Инвестирование в Царской России зародилось в недвижимости. Европа научила нас вкладывать вложения в банки и драгоценности, после того как сама отобрала данный инструмент. Одним из наиболее выгодных приемов инвестирования в Царской России стали «доходные дома», их возводили для сдачи внаем. Эти квартиры снимала интеллигенция, чиновники и ремесленники, которые изрядно повышали доходы владельцам этих домов. С возникновением товарно-денежных отношений, когда получение доходов стало главной целью, появился термин «инвестиция».

Понятие «инвестиция» со временем добавлялось новыми различными значениями и стало употребляться в разных сферах деятельности. Одним из этих значений являлось долгосрочное вложение своего капитала в любое предприятие. В России данное слово закрепилось именно с этим смыслом и определяло значение и смысл однокоренных слов.

Нынешняя история инвестиций не сильно отличается от истории ее возникновения. Сейчас вкладывать инвестиции можно коллективно при помощи посредника, но в Средневековье эти полномочия принадлежали лишь одному человеку. Сегодня под понятием «инвестор» имеется в виду вкладчик, а помещение, в которое вкладываем капитал, – «инвестирование». В этом понимании прослеживается связь с первичным смыслом этих терминов. Вложив деньги в некое предприятие, действительно, вкладчик имеет возможность влиять на него.

Осуществление основной деятельности организации непосредственно связано с вложением своих ресурсов в какие-либо активы или в необходимость их приобретения. Свободные ресурсы организации могут вкладываться в разнообразные активы, которые принесут доход, они не будут участвовать в основном виде деятельности и увеличат уровень рента-

бельности. Подобная деятельность является инвестиционной. Инвестицией является долгосрочное вложение государственного или частного капитала в различные отрасли национальной или зарубежной экономики с целью получения дохода (прибыли).

Хронический бюджетный дефицит, острый кризис 1990-х годов и спад производства в большой степени повлияли на экономику и предопределили постоянную нехватку инвестиционных ресурсов, которые необходимы для ее развития. Активизация инвестиционного процесса в России является предпосылкой и главным условием преодоления этого платежного экономического кризиса. Реформы, проводимые в экономике, должны быть направлены на финансово-кредитные механизмы и их совершенствование, поскольку они смогут увеличить способность предоставлять все возможные ресурсы в пользу развития экономики. В этом процессе важнейшая роль должна быть отведена рынку ценных бумаг.

В современной России существует ряд проблем, одной из которых является проблема достижения стабильного роста экономики. Инвестиционная сфера входит в число тех факторов, которые оказывают влияние на экономическое развитие и его динамику. Инвестиции определяют целый процесс роста экономики и захватывают основу хозяйственной деятельности. В такой обстановке они являются первейшим средством осуществления условий, способствующих выходу России из сложившегося хронического кризиса экономики, обеспечивают структурные сдвиги народного хозяйства. Инвестиции способствуют внедрению новейших достижений технологического прогресса, повышающих качественные показатели хозяйственной деятельности на макро и микроуровнях. Социально-экономические преобразования подразумевают активизацию механизма инвестиционного процесса.

Организация инвестиционного процесса претерпела огромные изменения, появилась необходимость сформировать новый механизм инвестиционной деятельности и его финансирования на микро и макроуровнях экономики, чему послужили условия трансформации российской экономики 1990-х годов и переход к рыночной системе. Этому способствовали следующие обстоятельства:

- изменение инвестиционного статуса;
- изменение роли государства, негосударственных структур и разделение в инвестиционной деятельности их функций;
- сокращение большей части общего объема централизованных инвестиций;
- изменение структуры инвестиций после проведения приватизации по форме собственности;
- количественное увеличение объектов инвестирования;
- изменение критериев и способов распределения инвестиций, соотношения и состава их источников как внутренних, так и внешних.

На данном этапе государство стремится ограничить свое участие как инвестора и одновременно ставит цель организации наилучших условий для активизации частных инвестиций и стимулирования всей инвестиционной деятельности, а также привлечения иностранных инвесторов. Главное направление связано с развитием частных инвестиций, ростом их объема и увеличением эффективности за счет средств внутренних предприятий и внешних ресурсов.

Роль государства остается значительной как в инвестиционной деятельности, так и в целом при переходе экономики на новый курс, о чем свидетельствует десятилетний опыт новой России. После такого длительного пребывания экономики в кризисе, в каких бы условиях не находилось развитие рыночных отношений, она не может автоматически регулировать инвестиционную активность, концентрировать необходимые ресурсы для предотвращения образовавшихся последствий, оказывающих негативное воздействие.

Кризисная обстановка российской экономики оказывает отрицательное влияние на преобразования инвестиционной сферы. Огромнейший спад производства 1990-х годов, хронический бюджетный дефицит, резкий платежный кризис и общая ситуация в экономике России определили впоследствии необходимость развития экономики, а главное – нехватку ресурсов инвестирования, требуемых для этого. Таким образом, за эти девять лет в пять раз

сократились инвестиции в основной капитал промышленного производства. Следовательно, системный кризис глубоко затронул отрасли российской экономики и нанес сильнейший удар по инвестиционной сфере.

Сегодняшнее развитие экономики до сих пор чувствует отголоски того кризиса и проходит свой путь на его фоне. И пока нельзя сказать, что его последствия преодолены. Эти последствия проявляются в нехватке на рынке капиталобразующих инвестиций, а также в нежелании внутренних и внешних инвесторов вкладывать свои инвестиции в производство.

Протекающий инвестиционный кризис России обусловлен рядом причин. Все эти причины взаимосвязаны и имеют свое значение. Экстенсивное развитие, сочетающее низкую эффективность производства, слабую возможность осуществить структурные сдвиги и внедрить новые достижения научно-технического прогресса, которые сложились в 1970-80-е годы, отражают негативные тенденции развития экономики в отношении инвестиционного и воспроизводственного процессов. Причины этого кроются в плохо просчитанных рыночных реформах, проводимых в 1990-х. Именно в это время стали проявляться негативные процессы, такие как:

- резкий спад производства;
- уменьшение объема накоплений;
- сокращение удельного веса существенных накоплений в национальном доходе;
- уменьшение централизованных ассигнований;
- сокращение части прибыли организаций, способствующей развитию производства.

Национальные сбережения являются главным источником финансирования инвестиций в российскую экономику и представляют собой долю располагаемого дохода, которую не израсходовали в конечном потреблении услуг и товаров.

Сокращение объема инвестиций основного капитала и последующее сокращение структуры воспроизводства происходило во время реформирования экономики России в 90-е годы XX века и в последующий период.

Новая инвестиционная политика имеет главную задачу, направленную на адаптацию современной модели процесса инвестирования к существующим условиям конкретного периода России, когда принципы внутренней самоорганизации при формировании рыночной экономики для решения появляющихся проблем недостаточны. Мобилизация инвестиционного финансирования и внебюджетных источников является одним из средств, с помощью которого можно обеспечить в развитых странах значительную часть производственных инвестиций.

Как уже говорилось, при сокращении государственных ассигнований и в условиях ограничения возможности самофинансирования предприятия основным направлением должно стать задействование внешних инвестиций в процессе воспроизводства, которые мобилизуются обычно на финансовых рынках.

Слагаемыми, позволяющими избежать негативных тенденций развития экономики России, являются:

- обеспечение благоприятного и устойчивого климата инвестиционного процесса;
- создание эффективной модели организации и работы финансового рынка;
- осуществление условий для преобразования накопленных средств в инвестиции и перехода в производственный сектор российской экономики.

Комплексный многоцелевой подход, который предполагает воздействие на макро- и микроуровнях на процессы инвестирования и воспроизводства, должен прийти на смену регулированию макроэкономических параметров в финансовой среде для решения проблемы, связанной с финансовым обеспечением инвестиционной деятельности в России.

Конкретные направления государственной политики заключаются в следующем:

- создание устойчивого и благоприятного развития производственного сектора экономики;
- использование полного собственного инвестиционного потенциала, направленного на интересы промышленного производства;

- увеличение эффективности действующих механизмов и рычагов стимулирования производственной и инвестиционной деятельности;
- создание внутренних и зарубежных эффективных механизмов, направленных на обеспечение надежной защиты и гарантий инвесторов и их интересов;
- формирование реальных основ для устойчивости и поддержки положительных предполагаемых сдвигов в инвестиционной деятельности и сфере производства, способствующих выходу России на путь стабильного экономического роста.

Экономические показатели регионов за 2015 год, в основном, демонстрируют стагнацию. Промышленное производство уменьшилось к 2014 г. на 5,1%, всего же за последние 3 года – на 3,8%. Самый низкий показатель по Приволжскому федеральному округу -6,1%, самый высокий – в Южном федеральном округе + 4,3%. Динамика инвестиционных показателей представлена на рисунке 1.

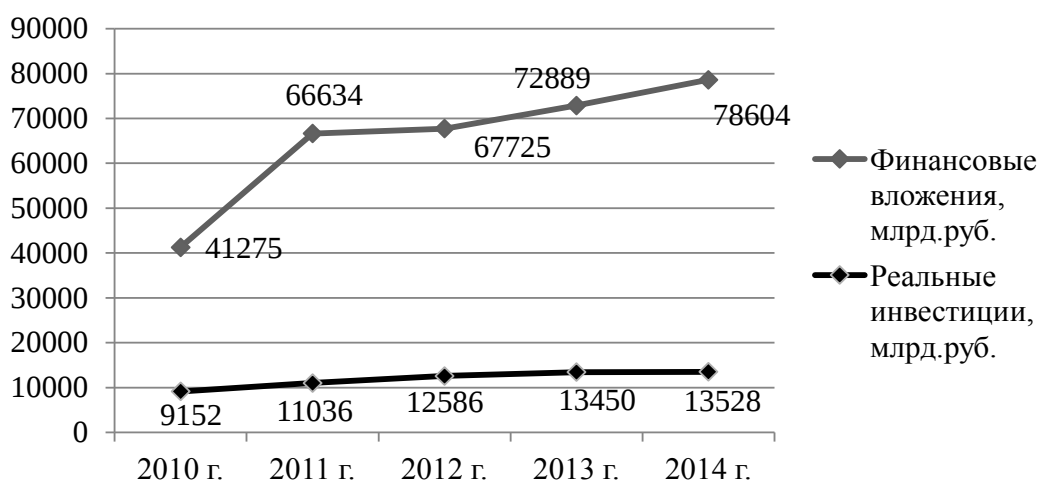


Рисунок 1 – Динамика инвестиции в реальные и финансовые активы в целом по РФ

Инвестиции в нефинансовые активы основного капитала в 2014 году составили 13527683,7 миллионов рублей, что на 0,6% больше, по сравнению с 2013 годом. В целом по России объем инвестиций за этот период был на 54% выше, чем в 2008 г. Финансовые вложения составили 78604,4 миллиардов рублей, и они увеличились на 7,8% к 2013 году, однако 87,5% из них являются краткосрочными (рисунок 2).

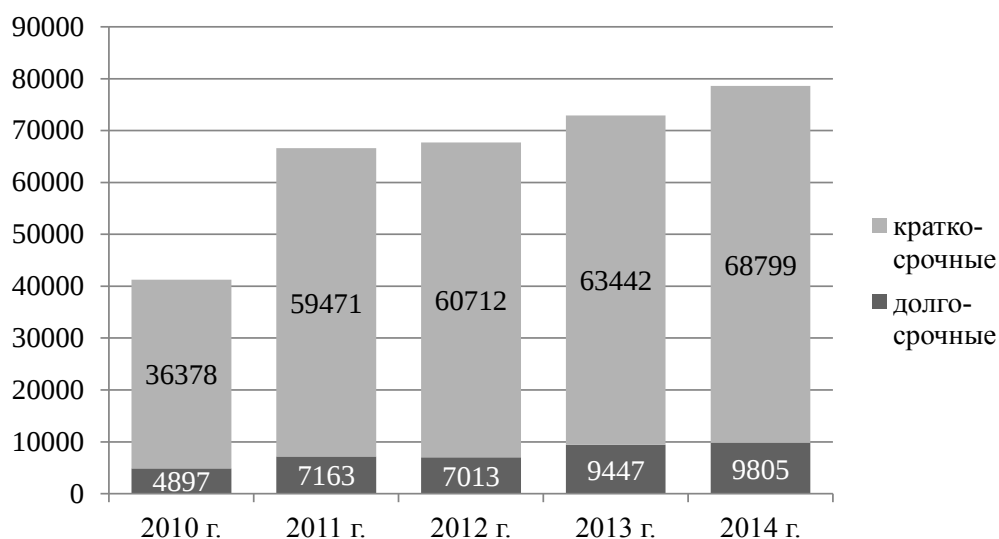


Рисунок 2 – Состав финансовых инвестиций по срокам вложений

Реальные инвестиции направлены в различные виды экономической деятельности (таблица 1).

Таблица 1 – Анализ реальных инвестиций по видам экономической деятельности, млрд руб.

Вид экономической деятельности	2013 г.	2014 г.
Транспорт и связь	3288,6	3108,4
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	516,6	503,0
Добыча полезных ископаемых	2004,0	2172,1
Обрабатывающие производства всего, в том числе:	1945,3	2019,0
– производство пищевых продуктов	233,4	249,8
Строительство	438,1	396,0
Оптовая и розничная торговля	517,9	590,3

Транспорт и связь в 2014 году занимали лидирующую позицию по объему вложений. На их долю приходится 23% от общей суммы реальных инвестиций в стране. Наименее финансируемой является обработка вторичного сырья (не входит в таблицу), ее доля составляет 0,02%. Рассматривая инвестиционную деятельность регионов на примере Орловской области, также можно отметить ее активизацию в денежном выражении (рисунок 3).

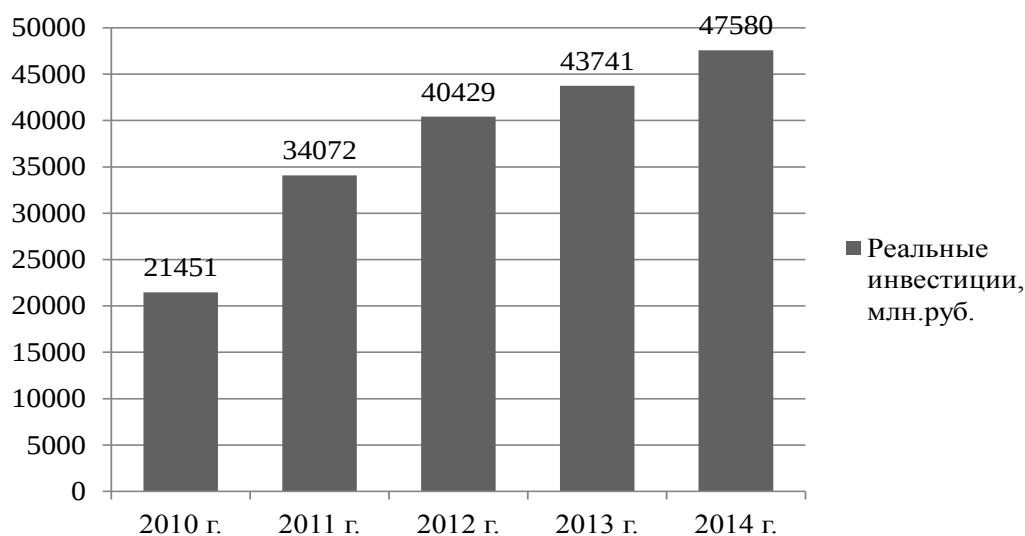


Рисунок 3 –Инвестиции в основной капитал Орловской области

Инвестиции в 2014 году составили 47580 миллионов рублей, что на 8,8% больше, чем в 2013 году, и в 2 раза больше, по сравнению с 2010 годом. Структура инвестиций Орловской области в основной капитал по направлениям (без субъектов малого предпринимательства) представлена на рисунке 4. Основной рост объема инвестиций в 2014 году обеспечила реализация следующих инвестиционных проектов: комплексный инвестиционный проект по созданию и развитию на территории Орловской области национального селекционного-гибридного центра по производству свинины и племенного молодняка ООО «Знаменский СГЦ» (1,8 млрд рублей); развитие Туристического многофункционального комплекса «ГРИНН» ЗАО «Корпорация «ГРИНН» (более 1,75 млрд рублей); развитие электросетевого комплекса Орловской области ОАО «МРСК «Центра» (710 млн рублей); развитие производства керамических изделий группы «Kerama MARAZZI» (612,5 млн рублей).

Более половины всех инвестиций занимает новое строительство. На машины и оборудование приходится 19,1%, транспортные средства – 0,1%, производственно-хозяйственный инвентарь – 0,001% всей величины вложений.

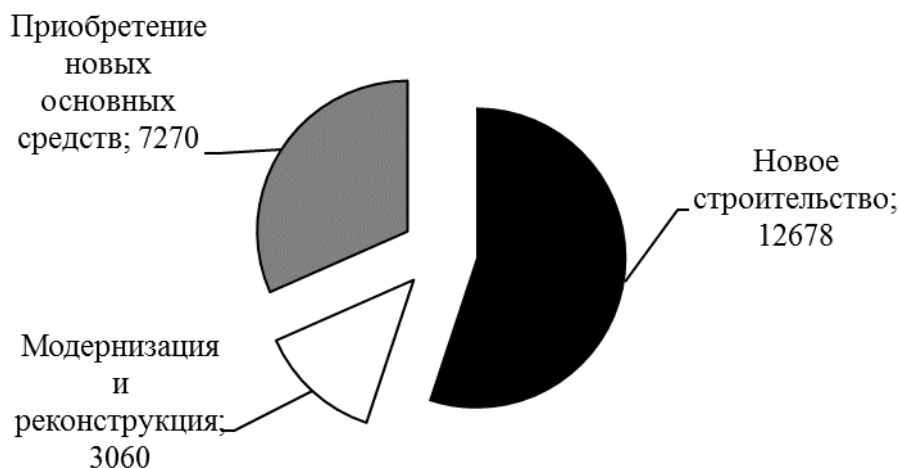


Рисунок 4 – Состав инвестиций в основной капитал Орловской области в 2014 году

В Орловской области также существует большое разнообразие видов экономической деятельности для инвестиций, среди них можно выделить 4 (таблица 2).

Таблица 2 – Наиболее крупные инвестиции Орловской области в основной капитал по видам экономической деятельности, %

Вид экономической деятельности	2013 г.	2014 г.
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	16,2	16,5
Обрабатывающие производства	15,7	23,1
Транспорт и связь	16,5	11,3
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	15,5	17,8

Наибольший объем вложений имеет место в обрабатывающие производства. Из них наибольший объем инвестиций относится к пищевой промышленности – 13,1% вложений. Меньше всего инвестиций приходится на рыболовство, гостиницы и рестораны.

Несмотря на то, что объем инвестиций за последние годы в целом по России увеличивается за счет роста объема финансовых вложений (на 7,8%), Орловской области необходимо увеличивать данные показатели. Также необходимо расширять инвестируемые виды экономической деятельности и поддерживать менее инвестируемые сферы. В России данный процесс протекает медленно, что связано как с различными специфическими условиями, так и с политической обстановкой. На протяжении всего периода становления инвестиционной политики в России инвестиции играли важную роль как на макро-, так и на микроуровне. Инвестиционная политика как бы предопределяет будущее развитие страны и отдельно взятого экономического субъекта. Даже при условии роста инвестиций и в Орловской области ситуация с инвестиционной политикой неблагоприятная. Однако у области имеется необходимый потенциал. Она стремится к реализации инвестиционных проектов, готова осваивать новые технологии и производства, что может открыть новые перспективы. С этой целью на инвестиционном портале Орловской области [1] систематически обновляется информация об имеющихся в регионе свободных площадках, об инвестиционных предложениях и промышленных парках. Правительство Орловской области продолжает целенаправленные действия по привлечению инвесторов и улучшению инвестиционного климата. Стратегический подход к успешному развитию региона реализуется через региональную инвестиционную политику. Немаловажная роль в развитии инвестиционного процесса отводится участию в презентационных и выставочных мероприятиях.

Список литературы:

1. Инвестиционный портал Орловской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://invest-orel.ru>.

2. История возникновения инвестиций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://global-katalog.ru/en/item24976.html>.
3. Коваленко В.В. Инвестиционная стратегия в экономическом развитии предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.be5.biz/ekonomika1/r2009/1781.htm>.
4. Особенности инвестиционного процесса в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ivrv.ru/2001/rus/p0102/p010204.htm>.
5. Попова Ю.А. Инвестиционная деятельность и фондовые рынки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rusnauka.com/1_NIO_2013/Economics/4_124533.doc.htm.
6. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
7. Инвестиции: Орелстат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://orel.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/orel/ru/statistics/enterprises/investment.
8. Инвестиции в нефинансовые активы: Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/investment/nonfinancial.

Соболева Юлия Павловна

к.э.н., доцент кафедры маркетинга и торгового дела

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: soboleva-yp@mail.ru

Ворогова Оксана Сергеевна

студентка 1 курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: soboleva-yp@mail.ru

УДК 338.26

Пьянов Р.Л.

РОЛЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ УПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ КОМПАНИИ

Стратегическое планирование выступает одним из элементов стратегического управления деятельностью компании. Оно определяет вектор развития предприятия. От качества стратегического планирования зависит, насколько эффективным будет дальнейшее развитие компании и на что в первую очередь следует обратить внимание. Экономическая ситуация в современном мире не позволяет обойти стороной вопрос стратегического планирования.

Ключевые слова: стратегическое управление, стратегическое планирование, эффективность развития компании.

Стратегическое планирование касается всех важнейших аспектов деятельности организации, в нем отсутствует предложение о том, что будущее непременно изменяется эволюционным путем без резких изменений и кризисных явлений. Также оно направлено на адаптацию деятельности организации к постоянно меняющимся условиям внешней среды и на извлечение выгод из новых возможностей.

Стратегическое планирование на предприятии решает важнейшие задачи, если план составлен верно, и были учтены все особенности. Конечно, есть недостатки у любого плана, и к трудностям, возникшим в дальнейшем, нужно быть готовым, и здесь необходима та самая гибкость.

Мировой экономический кризис побудил многих предпринимателей задуматься о правильности стратегий ведения бизнеса, и в условиях, когда усиливается непредсказуемость в предпринимательской среде и риск, связанный с функционированием компании,

особо актуален такой вид долгосрочного планирования, как стратегическое планирование. Стремление фирм к преимуществу на рынке вынуждает их разрабатывать свои конкурентные стратегии и планировать их реализацию.

Стратегия очень важна для каждой организации, и каждое предприятие строит ее по своему, отчего и зависит его дальнейшее развитие. Стратегическое управление – это долгосрочное планирование, это определенная миссия, с которой предприятие выходит на рынок, это тот продукт, который предлагает предприятие. И то как руководство предприятия сможет заявить о нем, какой интерес будет вызван новым продуктом, как будет построена стратегическая линия продвижения товара или услуги, как оно сможет сделать ее уникальной или востребованной, – это все зависит от той стратегии, которую выберет предприятие [4].

Стратегическое планирование, как правило, начинают с уточнения ситуации на рынке в целом и на самом предприятии, а также с выяснения перспектив.

Для повышения уровня устойчивости и конкурентоспособности предприятия крайне важно уделять особое внимание стратегическому управлению. Стратегическое планирование является первой частью стратегического управления, включающего в себя также организацию, контроль и регулирование.

Основной целью стратегического планирования на фирме является создание долгосрочного преимущества, а основным методом является постоянная адаптация к рыночным условиям и предвидение изменений во внешней среде.

Стратегическое планирование должно начинаться с видения того, какой должна стать организация в будущем. В процессе стратегического анализа происходит изучение внутренней и внешней среды организации, в результате чего организация должна укрепить свои сильные стороны и минимизировать слабости, а также воспользоваться открывающимися возможностями и защититься от надвигающихся опасностей [4].

Процесс стратегического планирования на предприятии состоит из нескольких этапов:

- 1) определение миссии организации;
- 2) формирование целей;
- 3) оценка и анализ внешней среды;
- 4) выявление сильных и слабых сторон организации;
- 5) анализ стратегических альтернатив;
- 6) разработка, реализация и слежение за выполнением стратегии.

Целевая функция начинается с установления миссии предприятия, выражающей философию и смысл его существования.

Миссия – это концептуальное намерение двигаться в определенном направлении. Обычно в ней отражается статус предприятия, указываются основные принципы его работы, действительные намерения руководства, а также дается определение самых важных хозяйственных характеристик предприятия. В миссии отражено то, на что будут направляться усилия организации и какие ценности при этом будут приоритетными. Смысл миссии для внешнего использования заключается в том, что предприятие привлекает своей деятельностью кого-то влиятельного, который заинтересован в развитии компании [1].

Для высочайших результатов деятельности предприятия внутреннее использование миссии должно иметь духовный смысл, работники должны четко понимать, зачем они работают, чувствовать себя соучастниками успешного развития компании, в которой они трудятся.

Цель – это конкретизация миссии в такой форме, чтобы она была доступна для управления процессом их реализации. Для достижения поставленных целей необходимо четко ориентироваться на определенный интервал времени, нужна конкретность и измеримость, важно, чтобы цель не противоречила и была согласованна с другими миссиями и ресурсами, также необходима адресность и контролируемость поставленных целей.

Основной целью работы предприятия является получение прибыли и увеличение стоимости компании за счет использования ее активов. В ходе своей деятельности перед предприятием встанет выбор между краткосрочными финансовыми результатами и долгосроч-

ными. Это зависит от дальнейших планов руководителя на предприятие: получить ли сиюминутную выгоду и, возможно, в дальнейшем продать предприятие и уйти из бизнеса или же управлять стабильно развивающимся предприятием. Также здесь лучше сконцентрировать все усилия и время на одном виде бизнеса и постоянно совершенствовать его, тем самым быть конкурентоспособным, нежели «распыляться» и в конечном итоге не достичь успехов.

Необходимо не только видение (это своего рода понимание стратегии), но и мотивирующее свойство цели. Вера в достижение поставленных целей вселяет уверенность в способность управлять ситуацией, что крайне важно для мотивации сотрудников и сонаправленности их для достижение общих целей в случае, если они будут себе представлять, каким успешным предприятие может стать в ближайшей перспективе при совместных усилиях. Но, конечно, не стоит забывать и о личных качествах руководителя.

Внешние стратегии – это схема действия предприятия и совокупность принципов на рынке. Их принято разделять на две части:

- отраслевые стратегии разъясняют, на каких рынках будет работать предприятие;
- конкурентные стратегии отвечают, каким образом на этих рынках работать и как противостоять конкурентным силам.

Внутренняя стратегия состоит из трех частей:

- административная стратегия – это система принципов, говорящих о том, какими должны быть правила игры внутри компании;
- модель организации. Делится на структуру, информационную систему и процесс;
- трансформационная стратегия. Она дает представление о том, каким образом мы будем изменять компанию.

Промежуточная (вспомогательная) стратегия делится на:

- финансовую стратегию. Отвечает, каким образом и за счет каких средств осуществляется финансирование;
- технологическую стратегию. Разъясняет, каким образом и по каким принципам будет разрабатываться новый товар;
- антикризисную стратегию. Разрабатывает пути выхода из кризисной ситуации;
- политическую стратегию. Рассматривает, каким образом используются межгрупповые отношения внутри компании для повышения эффективности управления.

В силу нестабильности рынка и наличия тех или иных внутрифирменных лимитов, разрабатываются альтернативные стратегии по адаптации компании к новым условиям внешней среды. Особое внимание на данном этапе уделяется сопоставимости альтернатив с общими целями и глобальными стратегиями компании, а также корректирование в соответствии с информацией, полученной на первом этапе процессе принятия решений [2].

После выбора стратегии осуществляется ее реализация, причем этот этап является критичным процессом, так как именно он в случае успешного осуществления приводит предприятие к достижению поставленных целей. Реализация стратегии осуществляется через разработку программ, бюджетов и процедур, которые можно рассматривать как среднесрочные и краткосрочные планы реализации стратегии.

Оценка выбранной стратегии должна показать, сможет ли она привести фирму к достижению поставленных целей. Результаты реализации стратегии оцениваются, и с помощью системы обратной связи осуществляется контроль деятельности организации, в ходе которого может происходить корректировка предыдущих этапов [3].

Следствие стратегического плана действий:

- маркетинговый план, который содержит маркетинговую стратегию, являющуюся следствием конкурентной;
- трансформационный план (план изменений), он является следствием внутренней стратегии и отвечает за то, каким образом и в какие сроки надо будет менять организацию и что для этого надо будет сделать.

В стратегическом процессе существуют следующие подходы

- планирование извне вовнутрь. Сначала предприятию необходимо определиться, в каких направлениях работать и какие направления наиболее перспективны, а также какие

рынки лучше развиваются и где наименьшая конкуренция, а потом уже подстроиться самому предприятию под эту модель;

- планирование изнутри вовне. Когда стратегии рождаются внутри организации;
- политический подход (подход власти), он утверждает, что стратегия рождается спонтанно в переговорах между конфликтующими группами, это слабоконтролируемый процесс.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что важно проводить стратегическое планирование на предприятии, чтобы быть готовым к любым переменам на рынке и легко подстраиваться под любую ситуацию.

Также стратегическое планирование помогает предвидеть, как будет развиваться рынок, выработать интересное предложение для покупателя, стимулирует товар, позиционирует его на рынке и позволяет занять свою нишу.

Выбор целей стратегического планирования обычно осуществляется после завершения анализа среды. Иногда это может происходить и раньше. Выбор стратегии выполняется после определения миссии и целей. Эта составляющая считается сердцевинной стратегического управления. С помощью специальных методов и приемов предприятие определяет, каким образом оно будет достигать своей цели, и реализовывать свою миссию. По своей сути стратегия базируется на четырех группах правил для принятия решения, которыми организация руководствуется в своей деятельности.

Факторы, которые влияют на выбор стратегии:

- потребительские вкусы, преимущества;
- покупательные привычки;
- технологические изменения;
- конкурентные влияния;
- потребности в инвестициях;
- соответствующие прибыльные ожидания;
- финансовые возможности фирмы.

Планирование предусматривает наличие альтернатив, и редко встречаются случаи, когда альтернативы или другого решения нет. Планировать – значит принимать решение относительно того, что делать, когда делать, кому делать и как делать.

В условиях, когда существует высокая вероятность возникновения неожиданных изменений во внешнем окружении фирмы, необходимым, целесообразным и эффективным является применение стратегического планирования. Причиной таких изменений могут быть насыщение спроса на рынке деятельности фирмы, изменения в технологии производства как внутри, так и за пределами фирмы, неожиданное появление конкурентов на рынке. В таких ситуациях традиционные приемы и опыт не отвечают заданиям устранения угроз и использованию новых возможностей. Если фирма не имеет единственного стратегического плана, то не исключено, что разные филиалы и подразделения будут производить противоречивые и неэффективные решения. Служба маркетинга будет бороться за возобновление предыдущего спроса, руководство будет делать капиталовложение в автоматизацию устаревшего оборудования, а служба научных исследований и проектирования будет разрабатывать новую продукцию на базе старой технологии. Это приведет к новым конфликтам, задержит переориентацию фирмы на новые виды деятельности, сделает ее работу неритмичной и неэффективной. В такой ситуации фирма должна решить две проблемы:

- выбрать нужное направление развития из многочисленных альтернатив, которые трудно поддаются анализу и оценке;
- разработать конкретные программы и направить усилие руководящего состава и коллектива в нужное русло.

Решение стратегических проблем организации связано с определенными трудностями. Одна из них вытекает из того, что во многих организациях процесс принятия предыдущих решений полностью зависит от структуры системы управления. Решение проблем также

связано с применением и реализацией методов, которые вносят в деятельность фирмы вероятность определенных взаимоотношений, и это может разрушить планы руководства. Кроме того, реакция организации как системы заключается в борьбе против нарушения традиционных взаимоотношений и структуры системы управления. Следовательно, при осуществлении стратегического управления такая реакция становится достаточно реалистичной и ее нужно избежать.

Другая, не менее важная стратегическая проблема организации состоит в том, что внедрение стратегического планирования приводит к несоответствию между предыдущими видами деятельности, которые в прошлом обеспечивали достаточный уровень прибыли, и новыми видами деятельности, прибыль от которых в будущем является неопределенной. Кроме того, на предприятиях и в организациях, которые длительное время работали в стабильных условиях, может не быть мотивации к тому, чтобы рассуждать и действовать стратегически.

Третья стратегическая проблема связана с информационной недостаточностью. Как правило, фирмы не владеют достаточной и своевременной информацией для проведения эффективного стратегического планирования. Это касается как сведений о внутреннем состоянии фирмы, так и информации о близком и отдаленном окружении. Следовательно, изменения вызывают проблемы, решение которых связано с перечисленными трудностями, которые можно преодолеть, применяя стратегическое планирование.

Осуществление стратегического планирования позволяет организации получить следующие преимущества:

- поощряет руководителей мыслить перспективно;
- обеспечивает более четкую координацию действий организации;
- ведет к установлению показателей для следующего контроля;
- вынуждает организацию четче определять свои задания и политические установки;
- более наглядно демонстрирует взаимосвязи управления и обязанности всех должностных лиц;
- делает организацию более подготовленной к рыночным изменениям.

Успех применения стратегического планирования зависит от степени организованности процесса разработки и выполнения стратегии. Фирма, которая разрабатывает стратегические планы, может испытать крах из-за ошибок в организации, мотивации и контроле за выполнением стратегического плана. Поэтому важное место в стратегическом планировании занимает процесс разработки и реализации стратегии.

Список литературы:

1. Кузнецов Б.Т. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности экономики и управления 080100. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 623 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=117473.
2. Панов А.И., Коробейников И.О., Панов В.А. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 303 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=117341.
3. Томпсон А.А., Стрикленд А.Д. Стратегический менеджмент: Искусство разработки и реализации стратегии [Электронный ресурс]: учебник. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 578 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=118643.
4. Фомичев А.Н. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебник для вузов. – М.: Дашков и Ко, 2014. – 468 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=253802.
5. Хангер Д., Уилен Т. Основы стратегического менеджмента [Электронный ресурс]: учебник. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 г. – 320 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=116763.

6. Шаймиева Э.Ш. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие. – Казань: Познание, 2014. – 136 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=257829.

Пьянов Роман Леонидович

студент 2 курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: soboleva-yp@mail.ru

**Научный руководитель
Соболева Юлия Павловна**

к.э.н., доцент кафедры маркетинга и торгового дела
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: soboleva-yp@mail.ru

УДК 658.155

Пермичева В.Ф., Лытнева Н.А.

ПРИБЫЛЬ В УПРАВЛЕНИИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМ И СОЦИАЛЬНЫМ РАЗВИТИЕМ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье дано обоснование необходимости управления рациональным распределением прибыли между производственной и социальной сферами организации для ее успешного функционирования. Исследование базируется на анализе распределения прибыли в ведущих корпорациях в сфере IT-технологий – компаниях Google и Apple. Сформулирована сущность прибыли и основной порядок её распределения. Приведен первоначальный капитал и доходы компаний Google и Apple на современном этапе. Произведён анализ распределения прибыли между производственной и социальной сферами в компаниях Google и Apple, которые являются успешно развивающимися технологическими корпорациями. Исследованы вложения компаний на инновации и усовершенствования, проанализировано финансирование и развитие социальной сферы компаний.

Ключевые слова: прибыль, управление, распределение, развитие, производственный, социальный, инновации, исследования, разработки, Google, Apple.

Управление коммерческой организацией представляет собой процесс координации и регулирования его деятельности для достижения поставленной цели – получение максимальной прибыли [1, с. 7]. Если прибыль постоянно преумножается, то управление организацией, его доходами и расходами ведётся грамотно. Как отмечает Н.А. Лытнева, «...залогом успеха деятельности компании становится не укрепление на ранее завоеванных позициях, не удержание имеющегося конкурентного преимущества, а постоянное движение вперед» [2, с. 118].

Прибыль – многозначная экономическая категория. Она является показателем, который наиболее полно отражает эффективность производства. Рост прибыли создаёт финансовую основу для расширения производства, удовлетворения социальных и материальных потребностей учредителей и работников. Прибыль занимает ведущее место в обеспечении самфинансирования предприятий и объединений. Их возможности во многом определяются тем, насколько доходы превышают расходы. От рациональности использования прибыли зависит эффективность рычагов хозяйствования [3]. Получение максимальных выгод при минимальных вложениях является основной задачей каждой организации. Управление прибылью является неотъемлемым направлением стратегического менеджмента коммерческой организации, имеющим свои особенности на различных стадиях жизненного цикла коммерческой организации [4, с. 39].

Чистая прибыль организаций, как правило, распределяется на две основные части: по-

требляемую и капитализируемую. К потребляемой части относят: выплаты дивидендов, материальное стимулирование сотрудников, отчисления на благотворительные цели. К капитализируемой части относят: увеличение резервного и уставного капитала, средства на производственное развитие, средства на развитие социальной сферы [5]. Н.А. Лытневой капитализированная прибыль характеризуется «... приростом имущества в результате осуществления капитальных вложений за счет чистой прибыли организации» [6, с. 19].

В целях эффективного управления распределением прибыли необходимо использовать методику экономического анализа [7]. Методика его проведения связана с использованием совокупности конкретных приемов, способов, аналитических процедур, сценариев на каждом уровне исследования объекта [8, с. 180].

Примерами эффективного вложения прибыли в развитие производственной и социальной сфер могут служить такие технологические гиганты, как Google и Apple.

Фирма Apple была организована в 1976 году. Первоначальный капитал составлял всего 1500 долларов. В третьем квартале 2015 года выручка Apple составила 49,6 млрд долл. США, а чистая прибыль – 10,7 млрд долл. США. Операционная прибыль калифорнийского гиганта составила 71,2 млрд долл. США против 52,5 млрд долл. США в 2014 финансовом году [9]. Годовая прибыль производителя iPhone и iPad оказалась самой большой в истории мирового рынка.

Компании Google третья четверть 2015 финансового года принесла консолидированный доход в размере 18,67 млрд долл. США [10]. При этом следует отметить, что первые офисы обеих компаний находились в гараже.

Нами осуществлен анализ распределения прибыли в управлении производственной и социальной сферой в компаниях Google и Apple.

В частности, компания Apple на исследования и разработки за последний финансовый год потратила порядка 8,1 млрд долл. США. Apple по своей сути является уникальной компанией, которая производит уникальные устройства. Благодаря своим инновациям и имея огромный технический и финансовый потенциал, Apple не подстраивается под тенденции на рынке, а создает их сама. В силу своей масштабности и конкурентоспособности компания создает совершенно новые линейки продуктов, которые пользуются спросом даже там, где конкуренты до Apple терпели фиаско.

Apple и Google занимают лидирующие позиции в рейтинге самых инновационных компаний. Apple за счет выпуска новых устройств и сервисов, Google за счет создания инновационной поисковой системы, что послужило большим вкладом в развитие рекламы в интернете. Компания Apple отличается значительными вкладами в исследования и разработки, в 2015 году 8 млрд долл. США израсходованы на R&D, что является рекордной суммой. В процентном соотношении затраты на R&D остаются на уровне прошлых лет – компания вот уже три года подряд тратит около 3% от своего общего объема чистых продаж на исследования и разработки. Компания Apple постоянно финансирует свои исследовательские центры, которые занимаются разработкой инновационных устройств и технологий. В затраты на исследования и разработки входят маркетинговые исследования потенциала новых сегментов рынка, новых продуктов, их стоимости, спроса и предложения. Финансируется как создание более совершенных моделей устройств из текущих линеек, так и проектирование совершенно новых устройств.

Предполагается, что и в ближайшем будущем от «яблочной» компании можно ожидать грандиозных проектов. Подтверждением этому являются финансовые средства, которые тратятся на разработки и исследования. В рамках одного из проектов Apple разрабатывает свой первый электромобиль. На сайте компании задекларировано: «Настоящие инновации учитывают всё. Наше стремление к инновациям распространяется не только на наши продукты, но и на методы работы. Миссия Apple – сделать мир лучше, чем он был до нас». В связи с этим компания расширяет свою деятельность и тесно работает совместно с Фондом Conservation [9], создавая и охраняя леса, разрабатывая проекты малых гидроэлектростанций, возводя солнечную электростанцию в Китае.

Важной составляющей работы любой компании является социальная политика. Для сотрудников это один из значимых сегментов, который определяет стабильность, социальную и финансовую защищенность, уверенность в будущем. Для работодателей важным является бизнес, в основе которого квалифицированные, заинтересованные, преданные компании сотрудники. Социальная политика компании Apple выстроена таким образом, что сотрудники гордятся сопричастностью к компании и созданию уникальной техники будущего. Считается, что работа в этой компании сама по себе – высшая награда.

Компания Apple сильна именно своим корпоративным духом. Сплоченность коллектива, поддержка декларируемых компанией традиций и ценностей – залог успешной деятельности организации. В Apple этому немало способствует корпоративный университет Apple University – система разноплановых курсов для обучения персонала компании. Один из курсов называется «Самое лучшее». Название позаимствовано из старой джобсовской цитаты и определяет идею, которая на протяжении курса вкладывается в сознание сотрудников компании – «окружайте себя самым лучшим. Когда вокруг талантливые коллеги и вещи высшего сорта, неудивительно, что и вы сами начинаете творить чудеса». И соответственно компания Apple творит чудеса как в инновациях, так и в получении и распределении прибыли.

Проанализируем распределение прибыли в компании Google. Компания постоянно вкладывает прибыль в развитие новых проектов. За годы существования Google разработала огромное количество полезных сервисов. Среди них – социальные сети, виртуальные диски, контекстная реклама, электронная почта, магазин игровых предложений, собственный веб-браузер, сервис «Поиск пропавших людей» и многое другое [11]. В то же время Google инвестирует миллионы долларов в проекты по разработке возобновляемых источников энергии, в экологически чистые источники энергии. В 2014 году компания Google расширила свои масштабы посредством присоединения компании Nest, которая занимается тем, что разрабатывает «умные» решения для дома, например, такие, как пожарные сигнализации, термостаты. Один из новых проектов компании Google призван помочь больным диабетом. Для измерения «уровня глюкозы в слезе» компания создает прототип «умной контактной линзы».

Компания выделяет большую часть прибыли на социальную сферу. Медицинское, пенсионное страхование сотрудников и множество льгот оплачиваются компанией. Кроме того, Google разработала целый пакет средств, дающих преимущества работникам компании:

- «Делаем жизнь лучше» – для сотрудников головного офиса оборудован тренажерный зал, бассейн, спортзал, для доставки работников к месту работы предоставляется бесплатный автобус;
- «Учитываем ваши потребности» – на работу можно приносить домашних питомцев;
- «Будьте здоровы» – квалифицированную медицинскую помощь можно получить в офисе;
- «Путешествуйте без забот» – сотрудники компании и члены их семей застрахованы от несчастных случаев всегда, в рабочее время и во время отпуска;
- «Продолжайте совершенствоваться» – отлично работающим сотрудникам компания оплачивает дополнительное образование.

Продолжительность работы офиса компании 24 часа в сутки. Сотрудники самостоятельно определяют рабочий график. Каждый сотрудник может получить бесплатную юридическую консультацию. Кроме того, согласно внутреннему правилу, расположение объекта питания должно находиться не далее, чем 50 м от рабочего места. Сотрудник имеет право выбрать ноутбук для личного пользования.

Результаты проведенного исследования свидетельствуют о том, что две компании – Google и Apple – являются технологическими гигантами. Однако их подходы к стратегии развития, распределению прибыли различны, они стоят на различных основаниях, каждая имеет свою философию, определяющую цели и пути развития. Вместе с тем, приоритет в своем развитии они отдают не только производственному развитию, но и социальному. Поскольку одним из факторов развития производства является социальный уровень развития компании, уровень капитализации прибыли в социальную сферу.

В условиях рыночной экономики деятельность любой организации должна быть направлена на увеличение размера совокупного капитала, приращение прибыли и снижение

зависимости от внешних источников финансирования [12, с. 149]. Предприятию необходимо рационально планировать стратегию своего развития. Стратегия должна быть направлена на эффективное использование имеющихся ресурсов, использование рыночных возможностей, для роста результативности предприятия [13, с. 97]. Разработанный стратегический план или программа придают предприятию определенность, индивидуальность, открывают перспективу для предприятия, которое направляет его сотрудников, привлекает новых работников и способствует продвижению продукции [14, с. 53]. В основе разработанной стратегии предприятия должны быть положены эффективные методы управления прибылью организации.

Список литературы:

1. Кыштымова Е.А., Лытнева Н.А. Концепция бухгалтерского управленческого учета как информационная система в управлении прибылью коммерческих организаций // Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences. – 2012. – Т.3. – №3. – С. 7-15.
2. 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.
3. Лытнева Н.А. Управление системными изменениями // Вестник ОрелГИЭТ. – 2008. – №4. – С. 72-83.
4. Сысоева О.Н., Лытнева Н.А. Исследование стратегического управления прибылью в инновационной среде // Вестник ОрелГИЭТ. – 2012. – №4. – С. 37-41.
5. Баскакова О.В., Сейко Л.Ф. Экономика предприятия (организации): учебник. – М.: ИТК «Дашков и К», 2013. – 372 с.
6. Лытнева Н.А. Методология концепции учета, анализа и аудита собственного капитала: автореферат дис. док. экон. наук. – М.: РГТЭУ, 2006. – 44 с.
7. Лытнева Н.А., Губина О.В., Губин В.Е. Стратегические аспекты концепции экономического анализа в управлении собственным капиталом организации: коллективная монография. – Орел: ОрелГИЭТ, 2010. – 136 с.
8. Кыштымова Е.А., Лытнева Н.А. Методика оценки анализа элементов собственного капитала в региональном аспекте // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2013. – №2 (8). – С. 180-185.
9. Лытнева Н.А. Учет, анализ и аудит внешнеэкономической деятельности коммерческих организаций: учеб. пособие. / Н.А. Лытнева, Е.А. Боброва, Т.В. Федорова. – М.: ФОРУМ, 2009. – 320 с.
10. Лытнева Н.А., Кыштымова Е.А. Аудиторская проверка учета инвестиций в капитальном строительстве // Аудиторские ведомости. – 2009. – №7. – С. 21-28.
11. Лытнева Н.А., Сысоева О.Н. Концепция современного менеджмента в системе управления финансовыми результатами организаций // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2010. – №2. – С. 65-69.
12. Современные инновационные методики в процессе управления прибылью предприятий потребительской кооперации / Е.А. Кыштымова, Н.А. Лытнева, О.Н. Сысоева // Вестник Орловского государственного аграрного университета. – 2013. – Т.40. – №1. – С. 146-152.
13. Лытнева Н.А. Совершенствование методов управления результативностью промышленных предприятий // Вестник ОрелГИЭТ. – 2014. – №3 (29). – С. 92-97.
14. Лытнева Н.А. Современные методы и модели управления эффективностью промышленных предприятий // Вестник ОрелГИЭТ. – 2014. – №1 (27). – С. 43-48.
15. Лытнева Н.А., Семенов С.Г. Управление формированием и использованием чистой прибыли организаций с аффилированными лицами // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2010. – №2. – С. 60-65.

Пермичева Виктория Феликсовна

*магистрант 1 курса факультета государственного,
муниципального управления и экономики народного хозяйства
Орловский филиал ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте Российской Федерации»
e-mail: permicheva.viktoria@yandex.ru*

Лытнева Наталья Алексеевна

*д.э.н., профессор кафедры «Менеджмент и государственное управление»
Орловский филиал ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте Российской Федерации»,
д.э.н., профессор кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: ukap-lytneva@yandex.ru*

Конобеева О.Е., Конобеева Е.Е., Рахимова А.Д.

ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В статье раскрыта нормативно-правовая база торговой деятельности и рассмотрены вопросы регулирования торговой деятельности в Российской Федерации. Авторы анализируют поправки и изменения в правовом обеспечении торговли в связи со вступлением в силу Федерального закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».

Ключевые слова: оптовая и розничная торговля, государственное регулирование.

На сегодняшний день оптовая и розничная торговля являются одними из самых распространённых видов хозяйственной деятельности в Российской Федерации. Это вносит огромный вклад в валовой внутренний продукт страны, в частности, за первое полугодие 2015 года торговля составила более 300 миллиардов рублей. Структура розничной торговли базируется на большой доле индивидуального предпринимательства, а также средних и малых предприятий.

Связующее звено между разными отраслями народного хозяйства, в роли которого выступает торговля, регулируется государством. На данный момент механизм регулирования торговой экономической деятельности представляет собой интегрированную систему методов, форм и средств для воздействия на объекты торговли. Учитывая темпы развития торговли, актуальным становится вопрос ее правового регулирования.

Внутренняя торговля – это одна из важнейших сфер экономики, которая во многом опирается на принцип саморегулирования без государственного вмешательства. Об этом говорится в экономической теории монетаризма, исходя из этого, проводится идея саморегулирования рынка в юриспруденции [1].

Монетаристское описание государства в качестве пассивного элемента регулирования торговых отношений приводит к ущербу экономической безопасности государства. Негативные последствия такого подхода замечаются и в социальной сфере, поскольку основной задачей государственного регулирования внутренней торговли является поддержание стабильности рынка потребителей и обеспечение социальной направленности.

В наши дни в Российской Федерации пользуются различными способами правового вмешательства в торговую деятельность. К этим способам относятся не только ограничительные меры, но и государственные программы по поддержке видов деятельности, которые государство считает наиболее важными для страны и общества.

В частности, предпринимаются такие меры, как программирование и прогнозирование социально-экономического развития, программы государственной поддержки малого предпринимательства, регистрация субъектов предпринимательской деятельности со стороны государства, выдача лицензий на отдельные виды деятельности, регулирование технического характера и так далее [2].

Говоря о региональном уровне, разрабатываются целевые программы по развитию рынка потребления и концепции развития торговой деятельности, но как показывает практика, этих мер недостаточно. Внутренняя торговля остро нуждается в реформировании.

Несмотря на то, что регулирование проходит на трех уровнях государственного управления: на федеральном уровне, на уровне субъектов Российской Федерации, и также на уровне органов местного самоуправления, – нынешний механизм всё равно остается слабо интегрированным, и не всегда удается достичь нужного социального эффекта, в некоторых моментах эффект и вовсе отсутствует.

Несмотря на экономическую значимость и социальную роль торговли, законодатель-

ство по регулированию внутренней торговли Российской Федерации показывает медленное развитие и имеет ряд особых характеристик [4].

Исторические особенности развития правовой системы в российском законодательстве являют собой причину того, что правовая система не предусматривает дуализма частного права, нет разделения на торговое и гражданское, отсутствует Торговый кодекс, впрочем, так же, как и Хозяйственный кодекс.

Отличительная особенность нормативно-правового регулирования торговли внутри России представляет собой то, что правовая база регулирования собственного внутреннего законодательства формируется в рамках гражданского законодательства, что является причиной развития отраслевого торгового законодательства под значительным влиянием со стороны гражданского права [5].

К законодательным актам общего регулирования принято относить Гражданский кодекс Российской Федерации, определяющий рамки государственного вмешательства в рыночные отношения, которые складываются между субъектами хозяйственной отрасли; статус индивидуальных или коллективных предпринимательств; порядок оформления сделок купли-продажи. Также он представляет собой базу специального законодательства в сфере предпринимательской деятельности.

По причине того, что торговый оборот считается частью собственности, а торговая деятельность представляет собой один из видов предпринимательской деятельности, все институты гражданского права могут распространяться на торговлю.

Говоря о Российском коммерческом законодательстве, можно отметить, что на данный момент оно развивается по тому сценарию систематизации, который в наибольшей степени близок традиционной российской правовой системе. Предпринимательство регулируется единым гражданским кодексом и комплексом специальных нормативных актов, которые в свою очередь посвящены тому или иному институту коммерческого права, что в полной мере соответствует современному направлению коммерческого законодательства [6].

Сегодняшнее состояние развития торгового законодательства, которое показывает в себе потребности современности, обоснование существования торгового права как автономной отрасли права, на наш взгляд, не имеет актуальности. Модифицирование торгового законодательства имеет место в определенном моменте его развития, но уже чувствуется нужда в специальном правовом регулировании со стороны коммерческих отношений [3].

В экономически развитых странах, где присутствует дуалистическая система частного права, уже столетиями существуют полностью сформированные и практичные правовые обеспечения товарного оборота в виде хорошо разработанного торгового законодательства и торговых кодексов.

В Российской Федерации торговая правовая база находится в стадии формирования. Несмотря на то, что такая база уже существует и функционирует, но она так же, как и её функционирование, неустойчива и имеет серьезные белые пятна в правовом регулировании внутренней торговли.

Правовой статус большинства субъектов оптовой торговли, которые реально занимают свою нишу на рынке, практически не регулируется. К их числу относятся дистрибьюторы, дилеры, торговые дома, оптовые, оптово-розничные, оптово-промышленные объединения и другие относительно новые формы объединения субъектов торговой деятельности, которые функционируют в рамках интеграции и кооперации производства.

На федеральном уровне складывается аналогичная ситуация с правовым статусом оптовых ярмарок, оптовых продовольственных рынков, промышленно-торговых выставок, то есть организаторов оптового оборота.

Существует необходимость в специальном федеральном законе, который предусматривал бы ограничения на торговлю некоторыми видами продукции (например, табачные изделия и спиртные напитки в киосках); который установил бы список товаров внемагазинной торговли; который определял бы регулирование цены на хлеб, на товары массового спроса и первой необходимости. Существует необходимость в законе об оптовой торговле.

Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» имеет рамочный характер, то есть напрямую регулирует функционирование торговых сетей и не может позволить устранить весь спектр существующих пробелов по нормативно-правовому регулированию деятельности торговли.

Параллельно с Гражданским кодексом Российской Федерации и Законом Российской Федерации «О защите прав потребителей» он может стать фундаментом для развития торгового законодательства.

За последнее время в Российской Федерации были приняты важнейшие законы, которые определяют условия ведения коммерческой деятельности в плане содержания. Но с другой стороны, такое бурное обновление законодательства привело к определенным негативным последствиям.

В середине девяностых годов с постоянной частотой принимались новые законы, которые меняли нормативные акты, принятые ранее. Но на сегодняшний день возникает иная проблема, которая включает в себя неполное правовое регулирование, заторможенность законодательных процессов торговой сферы.

В новом законе о внутренней торговле, который был принят в 2009 году, были указаны уязвимые места правового регулирования внутренней торговли, присутствовала прямая регулировка отдельно взятых вопросов, которая создавала относительно новые правовые нормы. Компетенции были разграничены в нормативно-правовом регулировании торговли, что стало толчком для развития торгового законодательства на уровне регионов.

Законодательные документы определяют права и обязанности сетей торговли в процедурах заключения договоров по поставке продовольственных товаров, выявляют и указывают перечень действий, недопустимых по отношению к поставщикам, предполагают возможное регулирование цен и прибавочной стоимости.

Закон устанавливает преграды применению различных видов негативно влияющих действий во взаимоотношениях торговых сетей поставщиками продукции.

Подводя итоги, хотелось бы заметить, что законы и теории, которые описаны в экономической науке учеными и экономистами разных эпох и школ о том, что государство не должно вмешиваться в деятельность рынка, в том числе и в торговлю (иными словами – принцип «laissez-faire»), имеют право на существование, так как вмешательство государства должно быть ограниченным. Основой данного мнения служат равновесные силы рыночных отношений – спрос, предложение и конкуренция, которые формируют условия для выявления равновесной цены, равновесного объема производства и поставок.

Но стоит также отметить, что этот механизм не идеален. Существуют такие понятия, как демпинг, отсутствие конкуренции, которые приводят к монополизации рынка.

Именно для таких моментов рынок нуждается в государственном вмешательстве путем внедрения правовых и законодательных норм на ведение экономической и торговой деятельности.

Закон о регулировании торговой деятельности в Российской Федерации представляет собой первый шаг, первую ступень на пути формирования полноценной, функциональной нормативно-правовой базы, которая в полной мере регулировала бы динамически развивающуюся торговую деятельность на территории Российской Федерации и давала возможность для ее дальнейшего совершенствования.

Список литературы:

1. Барановская Н.И. Регуляторы споткнулись о порог // Российская Бизнес-газета. – 2009. – №726 (42). – С. 14-15.
2. Конобеева О.Е., Конобеева Е.Е. Проблемы и перспективы повышения конкурентоспособности экономики России // Вестник ОрелГИЭТ. – 2012. – №4 (22). – С. 144-148.
3. Конобеева О.Е., Притыко И.А. Конкурентные стратегии и кластеры развития инновационно-промышленных комплексов // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2010. – №1. – С. 384-389.

4. Конобеева О.Е., Конобеева Е.Е. Возможности кредитования малого и среднего бизнеса: региональный аспект // Теоретические и прикладные вопросы экономики и сферы услуг. – 2012. – №2. – С. 117-126.

5. Трацевская В.А. Вступил в законную силу закон о регулировании торговой деятельности [Электронный ресурс]. – URL: <http://lawfirm.ru/article/index.php?id=666> (дата обращения 5.11.2015).

6. Тезисы выступления директора Департамента государственного регулирования внутренней торговли Минпромторга России Олега Сазанова на XV Международном саммите продовольственного бизнеса в России (FoodBusiness Russia2010) [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.minprom.gov.ru/activity/trade/news/48> (дата обращения 5.11.2015).

7. Госдума все-таки одобрила скандальный закон о торговле [Электронный ресурс]. – URL: <http://top.rbc.ru/economics/18/12/2009/355380.shtml> (дата обращения 5.11.2015).

Конобеева Оксана Евгеньевна

к.э.н., доцент кафедры маркетинга и торгового дела

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: oks_orel@mail.ru

Конобеева Елена Евгеньевна

к.э.н., доцент кафедры финансов и кредита

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: oks_orel@mail.ru

Рахимова Анора Джамишедовна

студентка 4 курса факультета бизнеса и рекламы

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: miss.org@mail.ru

УДК 658.5:001.895

Тихенькая Н.С., Лытнева Н.А.

ЗНАЧЕНИЕ ИННОВАЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье раскрыта необходимость развития инновационного потенциала предприятия, рассмотрена сущность инновации, а также понятия новшество, нововведение для исследования экономического содержания, необходимых для разработки и принятия управленческих решений по реализации инновационной политики. Определены подходы к оценке результата реализации инновационных продуктов в соответствии с состоянием инновационного потенциала организации, основа которой состоит из различных ресурсов. Проанализированы свойства инноваций, соответствующих запросам потребителей.

Ключевые слова: инновации, потенциал, результаты, управление, новшество, трансформация, стратегия.

Современное развитие экономики связано с развитием механизма управления коммерческих предприятий. По мнению проф. Лытневой Н.А., «управление коммерческой организацией представляет собой процесс координации и регулирования его деятельности для достижения поставленной цели – получение максимальной прибыли» [7, с. 7]. В условиях рыночной экономики деятельность любой организации должна быть направлена на увеличение размера совокупного капитала, приращение прибыли и снижение зависимости от внешних источников финансирования [15, с. 149].

На сегодняшний день наибольшую актуальность приобретает развитие инновационного потенциала предприятия. Мгновенное развитие рынков, непрерывное нарастание тре-

бований потребителей, обязывают предприятие применять самые гибкие методы деятельности. В связи с тем, что мировой экономический кризис расставил жесткие приоритеты, не все организации способны функционировать в сложившихся условиях. Поэтому понятие инноваций выдвигается на первый план как основание успешной деятельности и совершенствование современного предприятия [12].

Термин инновации происходит от английского «innovation» – нововведение, новшество, новаторство. Инновации представляют собой применение новшеств в виде новых перспектив, видов продукции и услуг, новых форм организации производства и труда, обслуживания и управления. Понятия «новшество», «нововведение», «инновация» довольно часто уподобляются, несмотря на то, что между ними существует различия [2, с. 31].

Понятие новшества представляет собой новый порядок, новый метод, изобретение, новое явление. Словосочетание «нововведение» в прямом смысле определяет процесс применения новшества. Со времени принятия к распределению новшество получает новое качество и становится нововведением (инновацией). Промежуток времени между образованием новшества и реализацией его в нововведение (инновацию) называется инновационным лагом.

Вместе с тем следует подчеркнуть, что согласно международным стандартам, инновация формируется как конечный исход инновационной деятельности, реализованный как новый и модернизированный продукт, введенный на рынок, новый и модернизированный технологический процесс, используемый в практическом функционировании или в новом подходе к социальным услугам.

Основная идея инноваций – «новое и иное» – указывает на многоликость используемого термина. Таким образом, инновация в сфере услуг – это новшество в самой услуге, в ее формировании, предоставлении и применении, поведении служащих. Нововведения редко базируются на изобретениях и открытиях. Существуют примеры нововведения, которые формируются на идеях. Примерами является создание шариковых авторучек, баллончиков с аэрозолями, застежек-молний и многое другое.

Большинство российских компаний рассматривает инновации как главный источник успеха и увлечено реализацией инновационного потенциала. Значительная часть руководителей признаёт, что им предстоит еще многого добиться как в области создания эффективных инновационных стратегий, так и в вопросах разработки действенных инновационных процессов и ввода инновационной культуры в организациях.

Потеря доверия и веры, пожалуй, самый значительный ущерб, причиненный глобальным финансовым кризисом. Теперь работа как частных компаний, так и государственных предприятий представляет объекты наиболее пристального участия различных заинтересованных сторон. В результате данным компаниям и организациям придется пояснять методы ведения хозяйственной деятельности, раскрывать информацию об основных связанных сторонах, аргументировать модель вознаграждения, оценивать свои планы, касающиеся ответственности, а также вносить более заметный вклад в жизнь общества.

На момент, когда рынок России уменьшился на подавляющее большинство международных конкурентов, отечественные товаропроизводители вступили в борьбу за потребителя между собой. Из опыта экономически развитых стран следует, что победителем в этой борьбе становился тот, чья деятельность основывалась исключительно на инновационном подходе, и основной целью стратегического плана является разработка и реализация новых товаров и услуг.

В итоге, стимулируется процесс трансформации: многие фирмы изменяют свои способы организации инновационной деятельности.

Согласно изученным материалам, в течение предыдущих четырех лет организации, которые занимали топовые позиции с точки зрения инновационного развития, выявили темпы роста на 16% выше, чем компании, находящиеся значительно ниже в рейтинге инновационных компаний [1, с. 43].

Результат реализации инновационных продуктов зависит от состояния инновационного потенциала организации, основа которой состоит из интеллектуальных, материальных,

финансовых, кадровых, инфраструктурных и прочих ресурсов. Для неизменного внедрения новых товаров и новых технологий компании должны создавать отдельное инновационное подразделение, привлекать дополнительные инвестиции [3, 4].

Важность внедрения такого подхода обусловлена следующими причинами: проблемы научно-технического комплекса, экономия ресурсов, повышение результативности конечного результата.

Следует отметить, что уровень готовности к формированию отдельных этапов инновационного процесса также зависит таких ресурсов, которые в свою очередь характеризуют инновационный потенциал, который даёт возможность организации генерировать, воспринимать и осваивать инновации путем лучшего метода сочетания и применения собственных и привлеченных ресурсов [11].

Исследование научной литературы показало, что можно определить основные и вспомогательные инновационные стратегии, внедрение которых возможно при определенном уровне развития компании [8].

При сниженном уровне инновационного потенциала формирование инновационной стратегии практически невозможно. Когда показатель инновационного потенциала имеет среднее значение, в этом случае предприятие развивается более эффективно согласно выбранной стратегии. Высокие показатели индикатора инновационного потенциала допускают реализацию стратегии технологического или рыночного лидерства. Если уровень инновационного потенциала снижен, менеджеры компании разрабатывают и реализуют мероприятия по совершенствованию обязательных составляющих, целью которых является выбор и реализация наиболее подходящей стратегии согласно выбранной миссии, целям и задачам развития организации [9].

Для реализации описанных целей разрабатывается и впоследствии внедряется инновационная стратегия, которая отражает масштаб обоснования и распространения инноваций, а также способы применения существующих инновационных возможностей компании. Необходимо заметить, что выбор стратегии зависит от внешних факторов, несмотря на то, что реализация практически полностью зависит от деятельности самой организации и реализации конкретного количества и качества работ. Установление обновленной схемы связей как между уровнями управления, так и между различными подразделениями предприятия требует постановки новых задач [10].

Исходя из вышесказанного, следует отметить, что для плодотворной реализации инновационных проектов требуется основать специальную структуру, которая будет поддерживать устойчивость связей и безопасную деятельность инновационной системы. В исследуемой проблематике центральными становятся следующие задачи:

- определить соответствие действующей организационной структуры с принятым к внедрению инновационным проектом;
- провести необходимые изменения в области распределения ответственности и обязанностей;
- согласовать финансовые и информационные потоки.

Следует отметить, что благополучие инновационного развития и результативность инновационной деятельности сильно зависят от существующего аппарата инновационных технологий и инновационных продуктов, сформированной системы управления в организации, привлеченных инвестиций [13, 14].

Наряду с этим необходимо отметить следующее: необходимыми свойствами инноваций являются их новизна, производственная применимость, экономическая обоснованность, а также строгое соответствие запросам потребителей.

В итоге хотелось бы указать на следующее: в условиях высокой конкуренции, сокращения жизненного цикла товаров и услуг, развития новых технологий одним из основных условий формирования стратегической перспективы предприятия становится использование инновационного управления.

Список литературы:

1. Акмаева Р.И. Стратегический менеджмент: учебное пособие. – М.: Волтерс Клувер, 2010. – 50 с.
2. Барышев А.Ф. Инновационный менеджмент: учебник. – 2-е изд., стер. – М.: Изд. центр «Академия», 2013. – 168 с.
3. Гончаров П.В., Лытнева Н.А. Развитие информационного обеспечения для управления инновационно-инвестиционной деятельностью в отрасли животноводства // Менеджмент инноваций. – 2015. – №3. – С. 218-228.
4. Гончаров П.В., Лытнева Н.А. Аналитические возможности бухгалтерской (финансовой) отчетности в управлении инновационно-инвестиционной деятельностью предприятий АПК // Фундаментальные исследования. – 2015. – №2. – Часть 5. – С. 1017-1022.
5. Завлин П.Н. Инноваторский менеджмент: справ. пособие / под ред. А.К. Казанцева, Л.Э. Миндели. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Центр исследовательских работ и статистики науки, 2014. – 182 с.
6. Казанцев С.В. Инновационное развитие регионов России // ЭКО. Всероссийский экономический журнал. – 2011. – №10. – С. 2-19.
7. Кыштымова Е.А., Лытнева Н.А. Концепция бухгалтерского управленческого учета как информационная система в управлении прибылью коммерческих организаций // Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences. – 2012. – Т. 3, – №3. – С. 7-15.
8. Кыштымова Е.А., Лытнева Н.А. Стратегический анализ как метод формирования информационно-аналитического обеспечения прогнозирования элементов собственного капитала // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2014. – №2 (10). – С. 95-100.
9. Лытнева Н.А., Сысоева О.Н. Концепция современного менеджмента в системе управления финансовыми результатами организаций // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2010. – №2. – С. 65-69.
10. Лытнева Н.А. Методология концепции учета, анализа и аудита собственного капитала: автореф. дис. ... докт. экон. наук. – М.: РГТЭУ. – 2006. – 44 с.
11. Лытнева Н.А., Гончаров П.В. Анализ показателей бухгалтерской (финансовой) отчетности в механизме управления инновационно-инвестиционной деятельностью предприятий АПК // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – №1. – С. 58-63.
12. Лытнева Н.А., Боброва Е.А., Федорова Т.В. Учет, анализ и аудит внешнеэкономической деятельности коммерческих организаций: учебное пособие. – М.: Форум. – 2009. – 320 с.
13. Лытнева Н.А., Кыштымова Е.А. Приобретение основных средств по договору лизинга // Аудиторские ведомости. – 2009. – №9. – С. 70-75.
14. Лытнева Н.А., Кыштымова Е.А. Аудиторская проверка учета инвестиций в капитальном строительстве // Аудиторские ведомости. – 2009. – №7. – С. 21-28.
15. Сысоева О.Н., Лытнева Н.А. Современные инновационные методики в процессе управления прибылью предприятий потребительской кооперации // Вестник Орловского государственного аграрного университета. – 2013. – Т. 40. – №1. – С. 146-152.

Тихенькая Наталья Сергеевна

магистрант 2 курса факультета государственного,
муниципального управления и экономики народного хозяйства
Орловский филиал ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте Российской Федерации»
e-mail: ntihenkaya@mail.ru

Лытнева Наталья Алексеевна

д.э.н., профессор кафедры «Менеджмент и государственное управление»
Орловский филиал ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте Российской Федерации»
профессор кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: ukap-lytneva@yandex.ru

УПРАВЛЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ: БИЗНЕС-КОНЦЕПЦИЯ

В данной статье обоснованы условия постановки задачи глобальной оптимизации управления ресурсами промышленных предприятий. Система управления бизнес-процессами рассматривается с точки зрения системного подхода.

Ключевые слова: бизнес-процессы, механизм управления, моделирование, инновации, эффективность.

Эффективность деятельности предприятий во многом определяется правильным позиционированием на рынке с учетом перепроектирования бизнес-процессов.

Бизнес-процесс – это операция, включенная в систему операций, целью которой является производство и поставка услуг/товаров операциям, входящим в систему, а также другим системам. Приведенное определение свидетельствует о том, что БП в силу свойств понятия «операция» всегда может быть описан математической моделью – целевым функционалом и множеством ограничений. А это является важнейшим условием для постановки задачи глобальной оптимизации управления ресурсами различного рода [3] (рисунок 1).

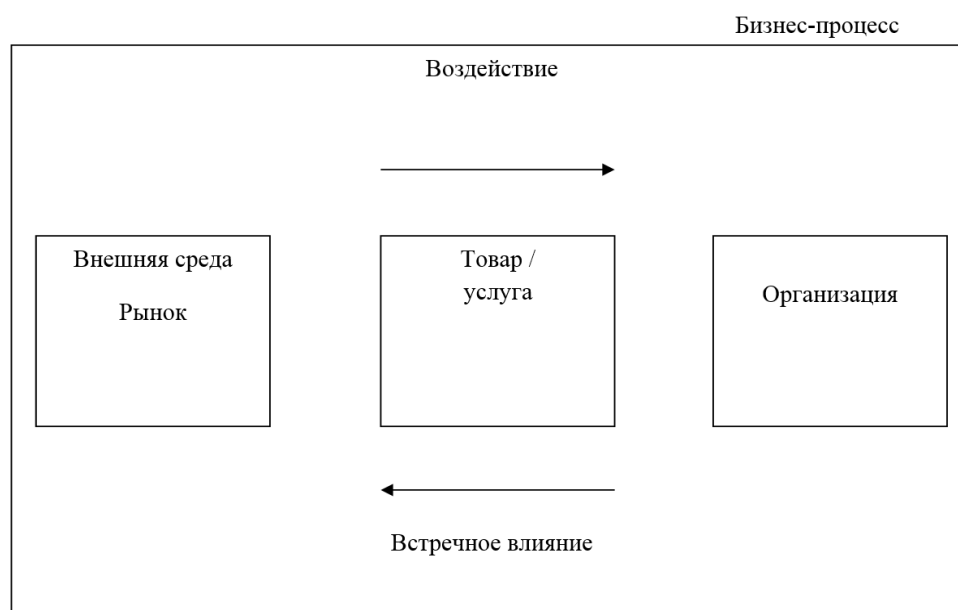


Рисунок 1 – Схематическое отображение системно-операционного определения бизнес-процесса

Видно, что базовыми категориями в системно-операционном определении БП являются понятия «действие», «услуга/товар» и «ресурс».

Сегодня конкурентоспособность компании существенно зависит от возможности преобразования ключевых процессов предприятия в поддержку стратегических инициатив, нацеленных на гибкое удовлетворение требований заказчика.

Практика проведения радикальных преобразований в России пока не внушает оптимизма. Более половины проектов заканчивается провалом.

Структурная схема экономической системы представлена на рисунке 2.

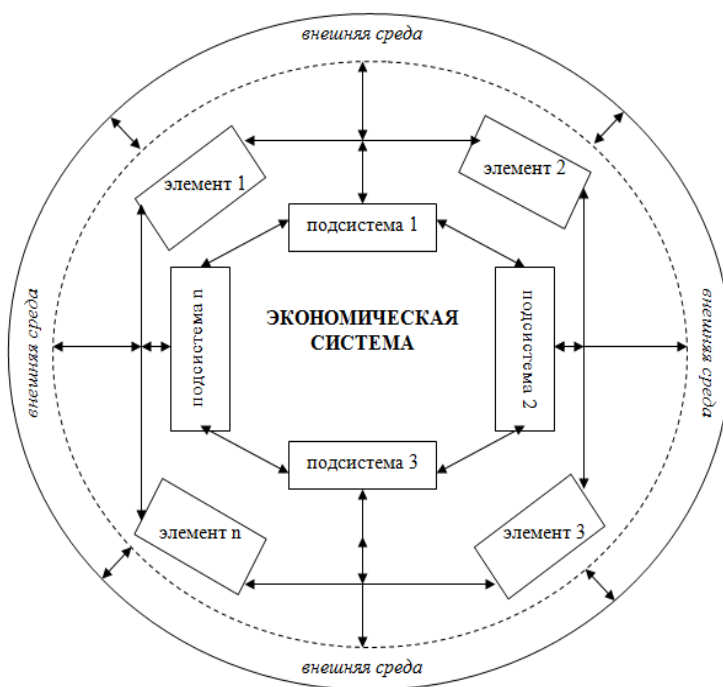


Рисунок 2 – Экономическая система

На рисунке 3 автор представил цели системы управления бизнес-процессами промышленного предприятия и последствия ее внедрения.

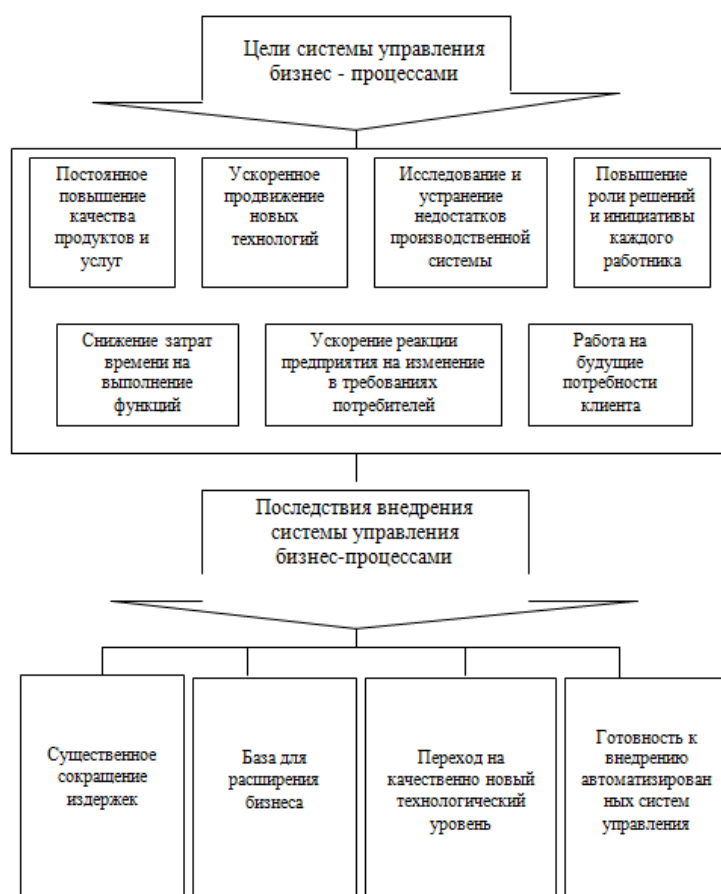


Рисунок 3 – Цели системы управления бизнес-процессами промышленного предприятия и последствия ее внедрения

Рассмотрим систему управления бизнес-процессами промышленного предприятия графически (рисунок 4).

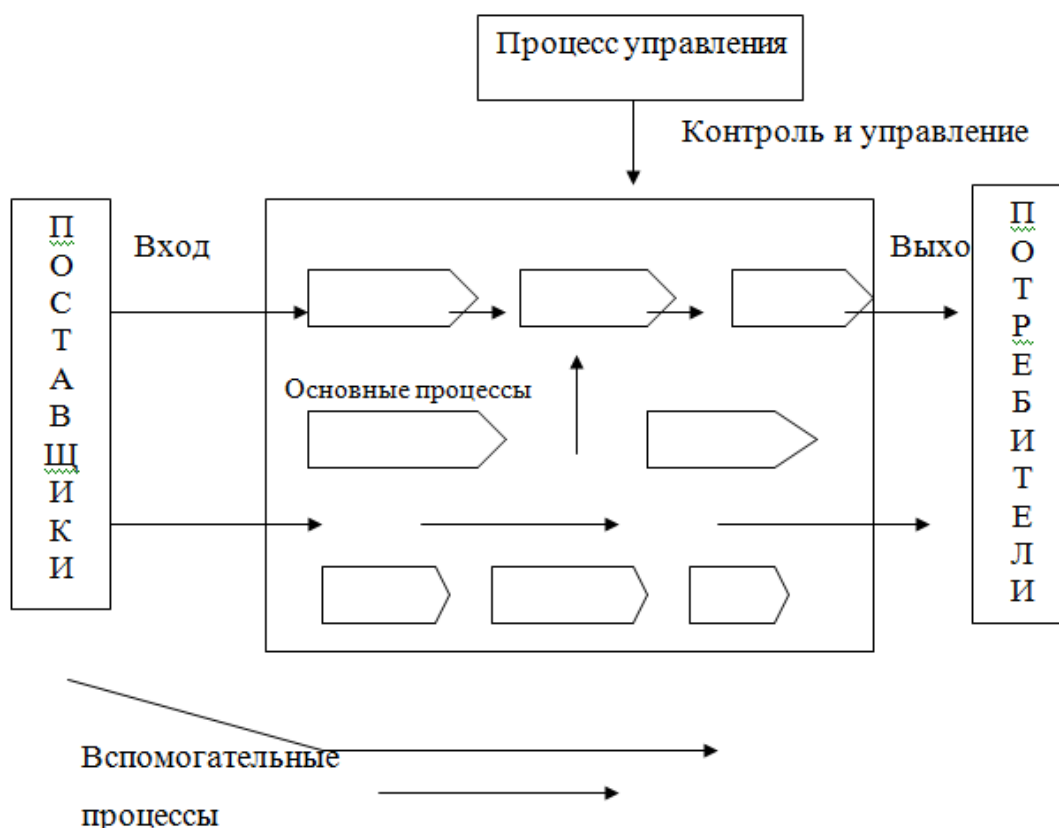


Рисунок 4 – Система управления бизнес-процессами

Как видно из рисунка 4, система управления бизнес-процессами есть не что иное, как радикальное перепроектирование бизнес-процессов, которое влечёт за собой положительные изменения в процессе постоянного мониторинга - это, в свою очередь, постоянное сопоставление фактического состояния дела с желаемым.

Для того чтобы иметь объект научно обоснованного (доказательного) обсуждения и предмет соответствующих исследований, необходимо его синтезировать, тем более сфера внимания автора представляет собой некоторый слабоструктурированный процесс производственной деятельности. В этих целях возможно и необходимо воспользоваться достижениями такой науковедческой дисциплины, как общая теория систем, методологическим аспектом которой является системный подход.

На рисунке 5 автор определяет принципы системного подхода.

Системный подход к анализу иерархии структур может быть задан следующей формулой:

$$SM = \{P, A, Y, K\}, \quad (1)$$

где $P = \{p\}$ – множество элементов и их свойств;
 $A = \{A\}$ – множество связей и ограничений;
 Y – параметр структуры;
 K – композиция (тип структуры).

Особенности системного подхода заключаются в следующем:

- при системном рассмотрении объектов мы получаем информацию о связи их возможных состояний с состояниями других объектов;



Рисунок 5 – Принципы системного подхода

- применение системного подхода в отдельных случаях даёт неискажённое представление об истинном механизме функционирования системы, что является лучшей альтернативой распространённому методу «чёрного ящика»;

- при рассмотрении практически любого объекта обнаруживаются определённые ограничения, накладываемые на его возможные состояния. Эти ограничения являются важным фактором, воздействующим на процесс управления объектом системного подхода, который позволяет максимально уточнить модель ограничений состояния объекта путём учёта ограничений, накладываемых структурой и механизмом функционирования системы на возможные состояния объекта;

- при решении задач планирования и оптимизации относительно сложных систем применение системного подхода даёт решение, оптимальное именно при учёте системного характера рассматриваемого объекта, которое может качественно отличаться от решения, полученного без применения системного подхода.

На основе системного подхода автором была разработана модель проекта разработки эффективных процессов (рисунок 6).

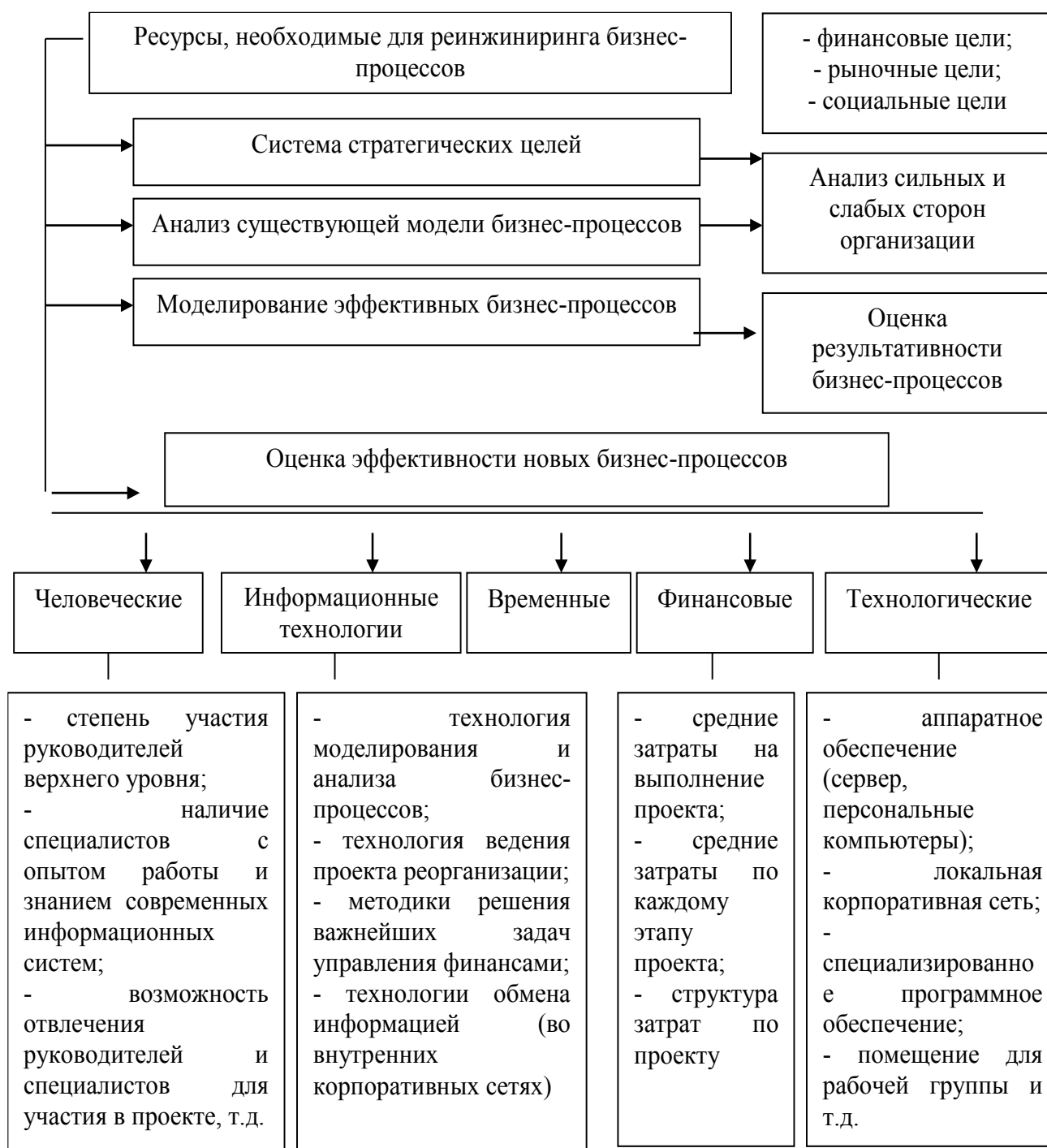


Рисунок 6 – Модель проекта разработки эффективных бизнес-процессов

В соответствии с рисунком 6 видно, что предлагаемая модель проекта разработки эффективных бизнес-процессов включает следующие этапы: система стратегических целей, анализ существующей модели бизнес-процессов «как есть», моделирование эффективных бизнес-процессов «как будет», оценка эффективности новых бизнес-процессов.

Теоретическая модель эффективности управления показана на рисунке 7.

Таким образом, согласно представленной модели проекта разработки эффективных бизнес-процессов, можно отметить, что она удовлетворяет требованиям системного подхода к управлению, так как разработанная методика позволяет целенаправленно воздействовать на управляемый объект для обеспечения поставленных целей. При этом эффективность управления может быть оценена по степени достижения этих целей по конечным результатам производственной деятельности, по качеству планирования, по эффективности вложений и т.д.

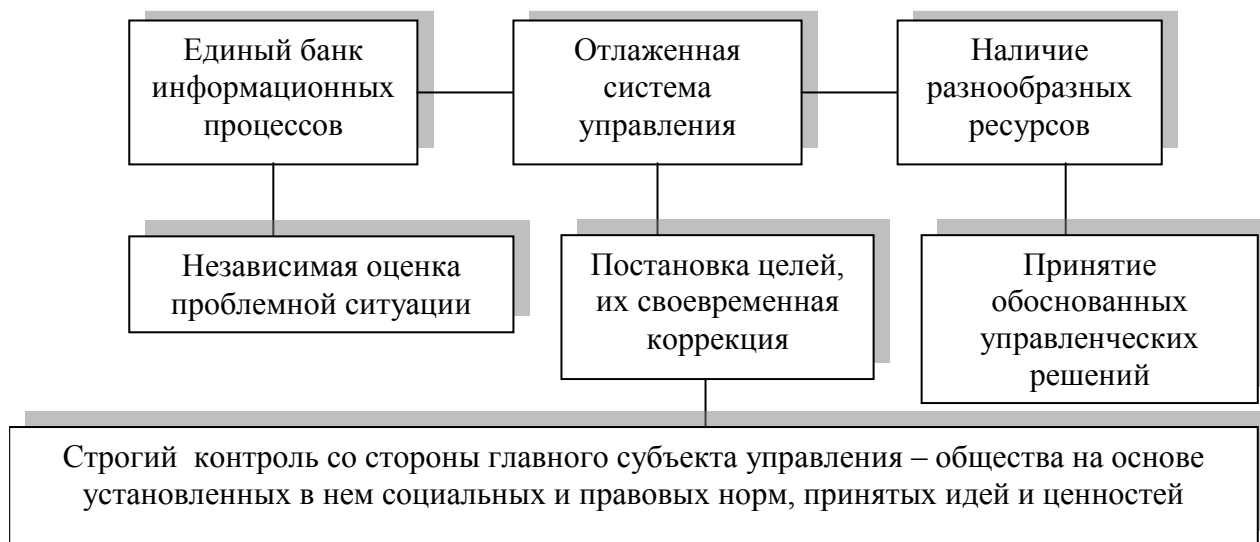


Рисунок 7 – Теоретическая модель эффективности управления

Автор приходит к заключению, что должен использоваться системный подход. Это нашло отражение в модели проекта разработки эффективных бизнес-процессов, представленной автором. Новым подходом к описанию принципов системного подхода является синергетический подход, в котором рассматривается открытость системы и учитываются принципы нелинейности, необратимости и двойственного рассмотрения. Представленная модель даёт возможность определить способы достижения целей эффективных бизнес-процессов при помощи анализа всех аспектов оцениваемых критериев и выработки рекомендаций по улучшению оцениваемого критерия.

Список литературы:

1. Анисимов Ю.П., Журавлев Ю.В., Шаномникова С.В. Управление, бизнес-процессами выпуска новой продукции: монография / под ред. Ю.П. Анисимова. – Воронеж.: Воронежская государственная технологическая академия, 2003. – 456 с.
2. Багриновский К.А., Бендилов М.А., Хрусталева Е.Ю. Современные методы управления технологическим развитием. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЕН), 2001. – 272 с.
3. Белинская И.И., Авакумова Н.Н. Инновационное развитие региона // Экономика и управление. – 2013. – №5 – с. 45-50.

Пьянов Сергей Леонидович

студент 2 курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: natashazaharkina@mail.ru

Научный руководитель

Захаркина Наталья Владимировна

к.э.н., доцент кафедры менеджмента
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: natashazaharkina@mail.ru

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ

УДК 338.46:004

Медведкова Н.А., Шмаркова Л.И.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ УСЛУГ

В статье рассматриваются возможности использования современных информационных технологий в сфере организации услуг автомоек. Проведен обзор наиболее эффективных программных комплексов для автоматизации деятельности автомоек с целью выявления оптимальных вариантов их использования.

Ключевые слова: информационные технологии, услуги, бизнес, эффективность, конкурентоспособность.

Использование интернета и его возможностей при организации коммуникационных сетей связи в бизнесе вывело организацию маркетинговой деятельности на новый более технологичный уровень. Обеспечить высокий уровень обслуживания потребителей услуг невозможно достичь без применения современных информационных технологий.

В настоящее время информационные технологии рассматриваются как стратегический ресурс развития деловой активности и как способ повышения конкурентоспособности предприятия сферы услуг. Уровень развития информационных систем, применяемых организациями, влияет на качество работы предприятия, скорость обслуживания клиентов и их удовлетворенность [1, 2].

Автоматизация деятельности предприятия сферы услуг должна соответствовать современному уровню технологий, используемых потребителями и обществом в целом. В условиях дефицита времени потребители предпочитают информационное «быстродействие» и «бесконтактные» способы организации взаимодействий при поиске необходимой услуги.

Информационные технологии широко проникли в сферу услуг [3, 4, 5]. Автоматизация деятельности предприятий позволяет снизить затраты на содержание персонала и управление предпринимательской деятельностью, ускорить время обслуживания клиентов и организовать эффективные взаимодействия с ними, оптимизировать учет и планирование, достичь высоких преимуществ по сравнению с конкурентами. В то же время многие предприятия сферы услуг испытывают затруднения в своевременной адаптации к инновационным формам ведения бизнеса с использованием новейших информационных технологий и быстро теряют рыночные позиции.

Основными свойствами информационной технологии, используемой на предприятии, являются:

- целесообразность,
- наличие компонентов и структуры,
- взаимодействие с внешней средой (взаимодействие информационной технологии с объектами управления, взаимодействующими предприятиями и системами, наукой, промышленностью программных и технических средств автоматизации),
- целостность (информационная технология является целостной системой, способной решать задачи, не свойственные ни одному из ее компонентов),
- развитие во времени (обеспечение динамичности развития информационной технологии, ее модификация, изменение структуры, включение новых компонентов).

Широкое распространение в организации бизнес-процессов получили автоматизированные информационные системы – системы, которые используют компьютерную базу на этапах сбора, ввода, обработки, хранения и вывода информации потребителю. Интенсивно стали развиваться Grid-технологии, суть которых заключается в быстром объединении ин-

формационных и вычислительных ресурсов, которые разнесены географически через сетевые технологии и соответствующее программное обеспечение для создания в определенном месте условий для решения сложных научных, производственных, инженерных, бизнес-задач.

Функционирование современного бизнеса невозможно без применения эффективных программных средств. Они прочно обосновались в сфере бухгалтерского учета каждой организации и позволяют существенно упростить процессы учета доходов и расходов, заработной платы, повысить удобства оплаты товаров и услуг контрагентов. Очевидно, что старые способы ведения учета (тетрадь, файл Excel) не могут обеспечить должного контроля за денежными средствами. С другой стороны, лояльность клиентов к услугам связана с предоставлением высокого уровня сервиса.

Использование современных информационных технологий является важнейшим фактором повышения эффективности деятельности любого предприятия и средством оптимизации управления. Информация, ее осмысление и переработка играют особо важную роль в управлении предприятием сферы услуг, в частности в автомоечном бизнесе.

В настоящее время в городе Орле рынок автомоек существенно расширился, обострилась конкуренция между его участниками [8]. В этих условиях необходимы новые подходы к организации маркетинговой деятельности предприятия и рыночному позиционированию, эффективным инструментом которого является использование специализированных информационных систем.

Автоматизация автомойки необходима, с одной стороны, для организации и контроля бизнес-процессов, а с другой стороны, для эффективного и быстрого обслуживания клиентов. Современные разработки в области информационно-коммуникационных систем позволяют значительно расширить область их применения и адаптировать к специфичным условиям ведения бизнеса.

Автомойки являются одним из видов бизнеса, где программные комплексы позволяют практически полностью автоматизировать процесс обслуживания клиентов [7]. Специализированные программные комплексы способны дополнительно вести автоматизированный учет клиентской базы, автотранспортный учет, рассчитывать скидки и бонусы постоянным клиентам, выполнять и другие подобные функции.

Из специализированных возможностей программного обеспечения можно выделить:

- учет химии по нормам потребления,
- СМС-информирование клиентов,
- распознавание государственных регистрационных знаков на транспортных средствах,
- предварительную запись и онлайн-контроль автомойки, что в условиях высокой конкуренции в данном виде бизнеса позволяет собственнику включаться в процесс контроля и управления организацией из любой точки мира, где есть интернет.

Возможность повсеместного использования такого коммуникационного канала, как интернет и вовлечение в него колоссальных масс населения крупных городов определяют новые области продвижения и реализации услуг автомоек. Так, многие программные комплексы в недавнем времени начали разрабатывать и предлагать онлайн-сервис, позволяющий найти ближайшую свободную мойку, рассчитать стоимость услуг, записаться на нее, проложить к ней маршрут и получить полное описание услуг дополнительного сервиса (шиномонтаж, кафе, канал в интернете WI-FI и других).

Рассмотрим наиболее эффективные программные комплексы, которые можно использовать для автоматизации деятельности автомоек:

- «Clean-control» [13];
- «CarWashOPEN» [6];
- «Инфо-Предприятие: Автомойка» («ИП: Автомойка») [10];
- программа автоматизации автомойки фирмы «Microinvest» [12] и другие [9, 11].

Элементарная в эксплуатации с интуитивно понятным интерфейсом программа для

автомойки «Clean-control» (рисунок 1) позволяет осуществлять полный контроль бизнес-процессов, распределять нагрузку сотрудников, осуществлять расчет заработной платы, вести историю клиентов и многое другое в одном месте.

СОДЕРЖАНИЕ ПАКЕТА	LIGHT	FULL	FULL (1 ГОД РАССРОЧКИ)
Полнофункциональная программа Clean-Control			
Удаленная установка на компьютер клиента			
Модуль мобильного терминала приёма заказов через смартфон			
Блок инфомонитора			
Макеты прайс-листа и дисконтных карт			
Бесплатное обновление программы	1 год*	бессрочно	бессрочно
Бесплатная техническая поддержка	1 год*	бессрочно	бессрочно
Стоимость	11 000 руб.	Новогодняя скидка на Full версию 9% 45 000 руб. 13 650 руб.	5 000 руб. (в квартал)

Рисунок 1 – Содержание программы «Clean-control»

Программа способна рассчитывать скидки и бонусы, а также информировать клиентов посредством СМС-рассылки о текущих акциях.

Перечень возможностей программного комплекса «Clean-control» представлен на рисунке 2.

Дисконтные и бонусные системы	Мобильный терминал	Инфомонитор
Считыватель магнитных карт/штрих-кода	Термопринтер	Блок распознавания гос. номеров
История клиента	Предварительная запись	Настраиваемая форма отчетности
Расчёт стоимости заказа	СМС информирование	Учёт клиентов по договорам
Разграничение прав доступа	Начисление заработной платы	Онлайн-контроль автомойки
Определение типа кузова	Учёт продажи товаров	Учёт химии по нормам расхода

Рисунок 2 – Перечень возможностей программного комплекса «Clean-control»

Комплекс может осуществлять работу на технике с разными операционными системами: Windows, Android, iOS (рисунок 3), что обуславливает удобство использования и широкий охват потребительского рынка.



Рисунок 3 – Взаимодействие комплекса «Clean-control» с разными операционными системами

Программное обеспечение «CarWashOPEN» [6] для автомоек с помощью приложения на мобильный телефон для клиентов позволяет осуществить моментальную запись на мойку без звонка. Преимущества работы с сервисом заключаются в:

- возможности ведения учета в едином информационном пространстве без использования бумажных носителей;
- возможности привлечения «горячих» клиентов через приложение;
- в реализации строгой политики конфиденциальности защиты информации;
- в отсутствии необходимости установки для использования программного обеспечения;
- в поддержке платформы APPLE, ANDROID, WINDOWS PHONE;
- в простом и понятном WEB-интерфейсе;
- в способности программы работать на нескольких устройствах одновременно;
- в возможности указывать в личном кабинете такие параметры, как стоимость мойки для отдельных классов авто, скидки и акции, время работы, наличие шиномонтажа и другие;
- в показе свободных автомоек в режиме реального времени (когда пользователь подтверждает запись в приложении);
- в возможности ведения учета новых клиентов и всей информации по ним, а также расчетов заработной платы по ним.

Программа от «РИЛЛ-СОФТ»: «Инфо-Предприятие: Автомойка» – это простая в освоении и использовании программа для автомойки и сопутствующей торговли, которая создана для:

- оптимизации бизнес-процессов,
- улучшения имиджа предприятия,
- улучшения качества обслуживания клиентов.

Повышение эффективности и рентабельности осуществляется путем перехода на качественно новый уровень контроля бизнес-процесса с программой «ИП: Автомойка», которая дает возможность:

- определения цены услуг в зависимости от марки и модели автомобиля;
- исключения неучтенных работ и сокрытой выручки, контроля и фиксации времени начала и окончания обслуживания, списка работ (особенно эффективно в сочетании с обыч-

ным видеоконтролем);

- управления любым оборудованием автомойки (например, включение аппарата высокого давления только при открытии заказа);
- использования системы поощрений и штрафов сотрудников;
- ведения клиентской базы, индивидуальных скидок;
- разработки дисконтных, балльных и бонусных систем;
- возможности выписки абонементов, подарочных сертификатов, e-Mail и SMS-рассылки;
- формирования имиджа, IT-оснащенности предприятия;
- предоставления информационного табло для клиентов с выводом рекламы;
- записи на мойку через интернет или на месте.

Преимущества использования программы состоят в:

- улучшении имиджа предприятия и качества обслуживания клиентов;
- повышении рентабельности за счет анализа и улучшения работы мойки (в определении самых доходных видов услуг, «хитов продаж» и тому подобных);
- контроле деятельности персонала, минимизации хищений и «неучтенных» работ;
- экономии на ошибках, исключении «человеческого фактора» при определении цен на услуги;
- экономии времени на рутинных операциях, как следствие, экономии на трудозатратах;
- прогнозировании закупок расходных материалов и занятости персонала;
- минимизации конфликтов с клиентами по поводу определения категории автомобиля и цен на услуги.
- повышении качества условий труда сотрудников;
- минимальном времени для освоения программы персоналом автомойки.

Автоматизация процессов достигается за счет функций, входящих в базовую составляющую программы для автомойки, а именно:

- приема и корректировки заказов автомойки на настольном компьютере;
- торговли сопутствующими товарами;
- учета постоянных клиентов, системы скидок, в том числе накопительных;
- учета рабочего времени мойщиков и простоя боксов;
- расчета зарплаты мойщиков в зависимости от выработки;
- учета поощрений и штрафов;
- интеграции с программой для склада «ИП: Торговый склад», которая позволяет подключить фискальное оборудование, вести учет расходных материалов и товаров;
- возможности автоматизации других участков деятельности (кафе, автосервис и подобных им);
- анализа деятельности;
- информации о распределении заказов по времени суток, по датам, об эффективности торговли товарами, о лидерах продаж, наиболее часто моющихся автомобилях и другой;
- передачи данных в бухгалтерию и интеграция с программой «ИП: Бухгалтерия» или формирование проводок во внешние бухгалтерские системы (1С и тому подобных).

Программа для автомойки может быть дополнена и другими необходимыми функциями и отчетами. Дополнительные области применения программы «ИП: Автомойка»: автосервис, шиномонтаж, кафе.

При наличии складского модуля:

- склад (учет расходных материалов, закупка товаров для кафе);
- хранение шин;
- магазин.

По желанию базовая поставка программы для автомойки может быть дополнена программным обеспечением для мобильных устройств. Это позволяет вести прием заказов автомойки «мобильно» – бригадиром, находящимся в рабочей зоне.

Для использования программы подходят мобильные устройства – любые планшеты

либо смартфоны под ОС Android™, Apple™ iPod, iPad, iPhone, WindowsPhone™ и т.п. Единственным требованием для работы программы автомойки является наличие в устройстве современного веб-браузера и Wi-Fi. Принятые на мобильном устройстве заказы передаются в настольный компьютер через Wi-Fi в реальном времени, на котором в программе «ИП: Автомойка» кассир уже может выбить чек, распечатать заказ-наряды, применить дисконтную карту или вбить дополнительные товары и услуги в этот заказ, проставить отметку об оплате заказа. Возможна также одновременная работа с одними и теми же заказами с нескольких мобильных устройств. Например, на приемке заказов на мойке и шиномонтаже работают разные люди с разными устройствами, и заказ передается от одного к другому. Скажем, машина заехала сначала помыться, а потом поменять шины. Все это делается одним заказом и пробивается единым чеком вместе с магазином, автосервисом и кафе.

Для целей контроля, а также для ускоренного ввода заказа можно использовать распознавание номеров автомобилей. Распознанные номера вместе с изображением автомобиля, полученным с видеокamеры, сохраняются в базе данных; существует возможность создания пользовательских списков, а также отчетов по различным критериям. Интеграция программы распознавания номеров с программой «ИП: Автомойка» дает единый комплекс учета клиентов.

При необходимости программа может управлять различным оборудованием мойки: светофорами, шлагбаумами, освещением, электропитанием моечного оборудования и другим. Для реализации этой функции необходимо приобретение дополнительных аппаратных контроллеров.

Инфо-Предприятие 2.5 является SQL-серверной программой и открытой платформой, имеет свою собственную среду разработки, редактор бланков и отчетов. Основное отличие от аналогичных систем – сверхнизкая стоимость разработки, обусловленная рядом технологических нововведений и простым языком программирования, высокая производительность и работа с большими объемами данных одновременно с большого количества рабочих мест, простая установка и отсутствие необходимости в администрировании программы, ультратонкий клиент для быстрого обновления программы на рабочих местах, расширенные возможности по управлению транзакциями, мощная система разделения доступа и другие.

Программа автоматизации автомойки фирмы «Microinvest» (ПАА «Microinvest») – простая и удобная программа автоматизации автомоек, автосервисов, мастерских, шиномонтажных центров.

ПАА «Microinvest» позволяет вести сводный учет всех процессов в одном месте (отслеживать товары, операций и денежных потоки, управлять товарными запасами, заказами/бронями, системой лояльности и VIP скидок, контролировать работу сотрудников). Решения программы гибко настраиваются как для малой автомойки, так и для большого сервисного центра с разнообразными направлениями деятельности или сети автомоек, территориально расположенных далеко друг от друга.

Цели и задачи программы – увеличение эффективности и рентабельности предприятия и оптимизация бизнеса. Внедрение программы для автоматизации автомойки значительно уменьшает возможности злоупотреблений со стороны персонала. Все заказы и продажи фиксируются в системе по времени и выручке. При интеграции программы с недорогой системой видеонаблюдения возможность злоупотреблений практически исключается.

С помощью отчетов можно выяснить привычки и предпочтения своих клиентов и принимать лучшие решения для таргетированных маркетинговых программ. В программу встроена мощнейшая система лояльности. Система предлагает широкий ассортимент инструментов для привлечения клиентов: скидки и бонусы для постоянных посетителей и их близких, купоны, VIP-планы, абонементы, предоплаченные ваучеры и подарочные сертификаты, дни рождения клиентов, всевозможные скидки, разовые или регулярные акции (каждая третья мойка бесплатно или жидкость для стекол в подарок) и другие.

ПАА «Microinvest» легко масштабируется во времени со стопроцентной совместимостью данных. Это позволяет вести в ней учет самой автомойки, а также стенда концессии ав-

томобильных запчастей и сопутствующих товаров, прилежащих кафе или закусочной, выдавать клиенту один общий чек за использование всех услуг автомойки либо отдельный по желанию. При росте бизнеса и открытии второй и следующих автомоек, территориально удаленных от первой, программа позволяет вести продажи в общей базе данных, в реальном времени, обеспечивая полную совместимость.

Программа предоставляет возможность подключения любого торгового и кассового оборудования на автомойке: клиентский дисплей, Touchscreen терминал, ПОС-терминалы, сенсорный экран, смартфоны, мобильные терминалы, планшеты, камеры видеонаблюдения. Благодаря программе автоматизации все расчеты с клиентами и поставщиками проходят быстро и точно с выдачей всего необходимого документооборота.

ПАА «Microinvest» предоставляет следующие инструменты:

- отчет о самых прибыльных и самых частых клиентах;
- отчеты о товарных остатках, обороте, расходных материалах;
- наполненные и гибкие отчеты о продажах, по времени и выручке;
- исключение злоупотреблений персонала;
- подключение любого торгового и кассового оборудования;
- работа с сенсорным монитором, смартфонами, мобильными терминалами, планшетами;

- интеграция с камерами видеоконтроля;
- выдача необходимого документооборота;
- права доступа для каждого пользователя;
- функция отправки заказа персоналу;
- программы лояльности клиентов.

Дополнительные возможности:

- дисконтные карты для клиентов разного уровня;
- карты предоплаты;
- семейные дисконтные карты, привязанные к одному счету;
- накопительные скидки;
- подарочные сертификаты и ваучеры;
- день рождения клиента;
- всевозможные акции и бонусы;
- возможность заранее бронировать время посещения;
- возможность оплаты разными методами: наличными, кредитной или дебетной картой, сертификатом, безналичная оплата, предоплата, оплата в долг, смешанная (комбинированная) оплата;
- масштабируемость программы для автомойки.

С ростом бизнеса система позволяет гибко осуществлять настройку под все новые требования без дополнительных сложностей:

- масштабируемость;
- полная совместимость данных;
- стабильная работа в сети объектов в реальном времени;
- удаленная работа, репликация данных;
- добавление новых рабочих мест в существующую систему без необходимости дополнительных изменений;
- добавление в систему новых направлений бизнеса (автоматизация кафе при автомойке, магазина, учет продажи аксессуаров, сопутствующих товаров, дополнительных услуг);
- ведение всего учета в одной и той же базе на всех точках либо в отдельных (по выбору владельца);
- общая система лояльности на всех точках;
- стандартные возможности программы для автомойки;
- работа с множеством ценовых групп, которые можно привязать к маркам и моделям

автомобилей и степени загрязнения;

- автоматический учет расхода моющих средств и других расходных материалов;
- прием заказов и продажа товаров и услуг на POS-терминале, компьютере, планшете или смартфоне;
- продажа сопутствующих товаров: ассортимент кафе или закусочной, снек-магазина, автомобильных аксессуаров, дополнительных услуг для автомобилей и так далее;
- программы лояльности: накопительные скидки, индивидуальные бонусы, акции в любом разрезе;
- управление фискальным оборудованием, принтерами, освещением, видеокамерами, другим оборудованием;
- мощная и простая в управлении система отчетов и аналитики. Данные о самых удачных акциях, лучших сотрудниках, всех взаиморасчетах с клиентами и поставщиками, данные по продажам сопутствующих товаров и услуг, о распределении услуг по времени: часам/дням/неделям/месяцам/годам, по сотрудникам, и другим параметрам;
- выгрузка данных в 1С-Бухгалтерию (1С 7.7, 1С 8.1, 1С 8.2, и тому подобных);
- автоматические напоминания о взаиморасчетах с контрагентами, уведомления о заканчивающихся расходных материалах, автоматические напоминания персоналу о возможности продажи сопутствующих товаров других товарах и услуг;
- возможность работы на мобильных устройствах (любые планшеты либо смартфоны под ОС Android, Windows Phone, Windows Mobile и тому подобные). Возможно использование недорогих планшетов на Android с Wifi или Bluetooth;
- легкость в освоении и использовании.

В практической деятельности автомоек также используется собственно созданное под потребности конкретной организации программное обеспечение, основной целью которого является автоматизация оказания услуг небольшим количеством персонала и управления предприятием.

Известно, что после внедрения программы автоматизации уже в первый месяц эксплуатации прибыль автомойки увеличивается от 30% до 40%. Гибкие отчеты о продажах и операциях дают информацию обо всех действиях в любой момент времени, позволяя руководству принимать оптимальные решения.

Таким образом, использование в организации деятельности автомоек специализированных информационных систем позволяет эффективно управлять бизнесом и организовывать информационно-коммуникационные взаимодействия с потребителями услуг и предполагает локальное управление программой, так как современные программные комплексы, обширно используемые для автоматизации деятельности автомоек, в основном способны обеспечить широкий функционал на стационарных местах.

Список литературы:

1. Денисов Д.П. Интернет-технологии в электронном бизнесе и коммерции. – М.: Лаборатория книги, 2012. – 112 с.
2. Саак А.Э. Информационные технологии управления: учебник для вузов. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2010. – 320 с.
3. Сергеева И.И., Кузнецов Р.В. CRM-системы: особенности функционирования в банковском секторе // Вестник ОрелГИЭТ. – 2014. – №3 (29). – С. 28-35.
4. Шмарков М.С., Гудименко Г.В. Современные средства повышения конкурентоспособности туристской организации на региональном рынке туристских услуг // Вестник ОрелГИЭТ. – 2013. – №3 (25). – С. 74-77.
5. Шмарков М.С. Разработка стратегии построения эффективных взаимодействий турагентства с туроператорами // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. – 2012. – №3-1. – С. 272-282.
6. CarWashOPEN. Программное обеспечение для автомоек [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://carwashopen.com>.
7. Автомойка.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://forum.avtomoika.com>.

8. Автомойки города Орла [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.drive2.ru/communities/4062246863888225506/forum/4062246863888355960>.
9. Автомойки РУ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://moyki-rf.ru/mobile.htm>.
10. Инфо-Предприятие: Автомойка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.infor.ru/products/carwash/>.
11. МойкаМойка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://moikamoika.ru>.
12. Программа автоматизации автомойки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://microinvest.su/Promotions/GetPromotion/301>.
13. Программа для автомойки «Clean-control» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://clean-control.ru>.

Медведкова Надежда Александровна

студентка 4 курса факультета информационных технологий и системного анализа
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: shmarkova_lara@mail.ru

Шмаркова Лариса Ивановна

к.ф.-м.н., доц. каф. математики, информатики и информационных технологий
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: shmarkova_lara@mail.ru

УДК 332.1:004

Серпилина М.С., Зимина Л.В.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Информационные системы являются неотъемлемой частью социально-экономического управления. Они тесно взаимодействуют друг с другом. Для того чтобы обеспечивать организации нужной информацией, информационные системы должны быть внутри них. А организациям необходимы автоматизированные информационные системы, чтобы обеспечить себя новыми технологиями в целях своей успешной деятельности. Таким образом, информационные технологии благоприятно воздействуют на фирму, а она воздействует на информационные технологии, так как управление без информации невозможно.

Ключевые слова: информационная система, информация, управление, информационные технологии.

Управление является важнейшей функцией, без которой немислимо достижение цели любой социально-экономической, организационно-производственной системы (предприятия, организации, территории).

Системой управления называется система, которая обеспечивает реализацию управленческих функций. Прогнозирование, планирование, учет, анализ, контроль и регулирование являются наиболее важными из всех этих функций.

Обмен информацией между составляющими системы управления, а также самой системы с окружающей средой является неотъемлемой частью управленческого процесса. Эта информация способствует обеспечению выполнения управленческих решений и воздействию на саму систему путем предоставления сведений о состоянии системы в любой момент времени, о результатах продвижения к достигаемой цели.

Каждая система управления экономическим объектом имеет свою информационную систему, которая называется экономической информационной системой [4].

Экономическая информационная система представляет собой совокупность внутрен-

них и внешних потоков информационной связи экономического объекта, методов, средств и специалистов, целью которой является сбор, хранение, обработка и выдача необходимой для организации информации, которая способствует выполнению функций управления и формированию управленческих решений.

Автоматизированная информационная система определяется как совокупность информации, экономико-математических методов и моделей, технических, программных, технологических средств и специалистов, которая служит для обработки информации и принятия управленческих решений.

В таком случае информационная система может быть представлена с технической точки зрения как совокупность взаимосвязанных составляющих, которые занимаются сбором, обработкой и распределением информации в целях выработки принятия решений и формирования управления в организации. Кроме того, ИС могут оказывать помощь менеджерам производить анализ проблемы, а также делать видимыми комплексные объекты и создавать новые изделия [5].

Информационные системы при социально-экономическом управлении вследствие своей простоты и в настоящее время острой необходимости активно используются персоналом любых предприятий и организаций для того, чтобы наладить организационно-управленческий процесс. Главной целью, которую преследуют работники организаций, является обработка данных, преобразование их в профессиональные сведения, повышение эффективности работы и упрощения канцелярского труда. Эти системы выполняют следующие функции:

- обработку данных на компьютерах средствами офисных компьютерных технологий;
- производство новых видов и форм данных;
- архивацию и хранение необходимых материалов;
- электронные календари и записные книжки для организации учета и управления текущими данными;
- оказание помощи в проведении видео- и телеконференций т.д.

Под системой понимают любой объект, который рассматривается как единое целое и в то же время как однородная совокупность разнообразных элементов, предназначенных для достижения поставленных целей. Между системами имеются существенные различия как по составу, так и по поставленным целям. В таблице 1 приведены видимые отличия различных систем друг от друга.

Таблица 1 – Различия составов и главных целей систем

Система	Элементы системы	Главная цель системы
Компьютер	Электронные и электромеханические элементы, линии связи и др.	Обработка данных
Телекоммуникационная система	Компьютеры, модемы, кабели, сетевое программное обеспечение и др.	Передача данных
Информационная система	Компьютеры, компьютерные сети, люди, информационное и программное обеспечение	Производство профессиональных данных, сведений

То есть информационная система определяется как взаимосвязанная совокупность средств, методов и персонала, применяемых для хранения, обработки, передачи и представления данных, сведений с целью решения пользователем интересующих его задач.

Информационные технологии несут информацию о людях, местах и объектах внутри организации или в окружающей среде. Информацией являются значимые для пользователей данные, которые преобразованы в более восприимчивую форму. Тогда как сами данные,

напротив, представляют собой совокупность сырых фактов, показывающих результаты, встречающиеся в организациях раньше, чем они были сформированы и преобразованы в восприимчивую для понимания пользователей форму [1].

Любой вид информации, необходимый для управления на предприятии, исполняет роль ИС. В совокупности система управления и система информации на любом уровне управления образует единое целое, что способствует достижению цели предприятия и его успешному дальнейшему существованию.

На сегодняшний день информационные системы помогают создавать, обрабатывать и распространять знания и информацию в организации.

Организациям жизненно необходимо наличие ИС, потому как они помогают им стать более эффективными и успешными, кроме того информационные системы могут быть источником конкурентоспособного преимущества, а их отсутствие может повлечь за собой критические ситуации в управленческой деятельности, поэтому фирмы не могут пережить даже случайную их аварию.

С точки зрения экономики информационные технологии систем могут рассматриваться как средства производства, которые могут без труда заменять рабочую силу. Исторически рабочая сила со временем увеличивает свою стоимость, в то время как стоимость ИТ падает.

Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что со временем информационные технологии должны привести к снижению числа средних менеджеров и служащих, так как ИТ заменяют их. Кроме этого, информационные системы также изменяют размеры контрактов фирм, так как они могут способствовать сокращению операционных затрат. АИС снижают стоимость операционных затрат и делают их привлекательными для фирм, чтобы те, в свою очередь, заключили контракт с внешними поставщиками вместо того, чтобы использовать внутренние источники поставки [2].

В настоящее время информационные технологии активно используются во всех сферах жизнедеятельности. Однако их роль в решении такой специфической задачи, как сглаживание пространственной поляризации в регионе, отдельно не выделяется.

Пространственная поляризация – это неравномерное социально-экономическое развитие территории, которая проявляется в результате процесса перераспределения экономических ресурсов, доходов и расходов, возникающая в разных уровнях социально-экономического развития ее регионов.

Таким образом, регулирование поляризованного развития регионов с помощью ИТ в настоящее время определяется не достаточно эффективным, но, помимо этого, именно они способны содействовать формированию и дальнейшему успешному функционированию как центров роста в регионах, так и урезанию существующих различий в региональном развитии. Использование информационных технологий на региональном уровне должно способствовать разработке эффективных действий в направлении сглаживания явлений пространственной дифференциации развития регионов.

Вследствие результативной организации современной информационной инфраструктуры будет происходить повышение эффективности государственного управления и местного самоуправления, также увеличится уровень взаимодействия гражданского общества и бизнеса с органами государственной власти. Использование АИС приведет к улучшению качества и доступности предоставляемых государственных услуг, упрощению процедуры их оказания, сделает информацию о деятельности органов государственной власти более доступной и открытой, что немаловажно для налаживания отношений между ними и населением, обеспечит эффективный межведомственный и межрегиональный информационный обмен, что, в свою очередь, способствует повышению уровня развития регионов.

С социальной точки зрения использование информационных систем в качестве инструмента региональной экономической политики приводит к повышению уровня медицинского обслуживания, социальной защиты населения и предоставлению гражданам социальных услуг на всей территории Российской Федерации, усиленному росту значимости культуры и средств массовой информации. А их использование в регионах с неблагоприятными

климатическими условиями и ограниченными в природных ресурсах может оказать существенную поддержку в повышении уровня их развития за счет активизации такого внутреннего компонента экономического роста, как предпринимательская активность, позволяющего перейти от сырьевой направленности экономики к инновационному развитию [3].

В настоящее время эффективное управление предприятием невозможно без применения инноваций, в основе которых лежит использование информационных технологий.

ИТ представляют собой инструмент, упрощающий организацию своего бизнеса и дающий право на эффективное управление ресурсами предприятия. Сегодня они являются одним из главных критериев контроля за финансовыми, материальными и трудовыми ресурсами.

Использование ИС способствует увеличению контроля над управлением фирм, оптимизации и повышению уровня эффективности организации труда, образованию благоприятных и комфортных условий работы.

Результаты применения информационных технологий можно рассматривать как новые возможности, открывающиеся перед предприятием, и способы достижения конкурентных преимуществ и лидирующих позиций на рынке [6].

Учитывая специфические условия социально-экономического развития каждого субъекта Российской Федерации и возможности использования ограниченных ресурсов, можно говорить о том, что АИС вполне реально могут стать тем звеном в социально-экономическом управлении региона, которое поможет сократить межрегиональные различия и повысить эффективность региональной политики в целом.

Поскольку региональные ИС являются составляющими общенациональной информационной системы любой страны, которая включает в себя информационные технологии, способствующие развитию экономики страны в целом, то и на регионы, в том числе, легла ответственность за эффективность управления экономикой.

Региональная ИС должна решать следующие задачи:

- служить основой создания информационной экономики и информационного общества и для этого развивать базу данных (знаний);
- хранить и постоянно пополнять базу данных о социально-экономических характеристиках и показателях региона, его составе, структуре управления, сферах жизнедеятельности региона;
- обеспечивать проверенной и качественной информацией систему регионального государственного и муниципального управления;
- обеспечивать взаимосвязь общего информационного пространства с федеральной информационной системой;
- обеспечивать свободный и качественный доступ информации глобальной сети для потребителей региона и т.п. [7].

АИС регионов являются важным компонентом информационной системы страны. Без этих систем невозможно ни создать инновационную систему города, региона и страны, ни создать эффективный региональный венчурный бизнес, ни выйти на уровень постиндустриальной экономики. Они помогают совершенствовать все сферы жизнедеятельности регионов и снабжать достоверной информацией федеральную экономику, тем самым упрощая процесс регулирования социально-экономического управления страны.

В настоящее время еще предстоит развивать региональные ИС и общенациональную информационную систему в целом для поддержания уровня экономики страны.

Список литературы:

1. Балдин К.В., Уткин В.Б. Информационные системы в экономике: учебник. – М.: Дашков и К, 2013. – 395 с.
2. Варфоломеева А.О., Коряковский А.В., Романов В.П. Информационные системы предприятия: учебное пособие. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 283 с.
3. Информационные системы и технологии в экономике и управлении: учебное пособие / Под ред. В.В. Трофимова. – М.: Высшее образование, 2011. – 64 с.

4. Никитин А.В., Рачковская И.А., Савченко И.В. Управление предприятием (фирмой) с использованием информационных систем: учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2012. – 102 с.
5. Информационные системы управления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.hanadeeva.ru/biblioteka/referati_po_economike/informsistemi/.
6. Информационные технологии как инструмент эффективного регионального развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=558945>.
7. Региональные информационные системы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lerc.ru/?art=8&page=11&part=bulletin>.

Серпилина Маргарита Сергеевна

студентка 4 курса факультета экономики и управления

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: Rita_Serpilina@mail.ru

Зими́на Лариса Влади́мировна

к.э.н., доцент кафедры математики, информатики и информационных технологий

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: zimalar@mail.ru

УДК 008:004

Сергеева И.И., Лазаренко И.Л.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

Использование информационных технологий в социокультурной сфере играет важную роль для общегосударственных интересов, состоящих в сохранении и приумножении гуманитарного наследия. В статье описаны методы и формы формирования контента в данной области.

Ключевые слова: культурное наследие, информационные технологии, портал Культура.РФ.

Современная цивилизация вступила в новую эпоху своего развития, в эпоху компьютеризации, называемую информационным обществом, фундаментом которого является информация и знания, функционирующие на базе новых технологий в едином информационном пространстве. Многие теоретики, определяя сущность информационного общества, постулируют, что оно ориентированное на свободное развитие индивидуума и общества, на создание глобальных информационных ресурсов для экономической, политической и культурной деятельности, а также свободный доступ в информационное пространство и возможность анализа данных. Некоторое смещение к технологии всех процессов и явлений общественного развития, свойственное нашей жизни, не только не приводит к снижению ценности культурно-просветительского характера, но и дает значительные преимущества для сохранения культурного наследия, обеспечения доступа к мировым памятникам культуры и произведениям искусства.

В этих условиях государство обращает серьезное внимание на процессы информатизации и инноваций, в том числе характерные для культурно-образовательных ценностей и видов деятельности. Это позволит разжечь угасающий интерес к культуре и искусству, сделать его доступным для каждого человека, обеспечить защиту духовно-нравственных ценностей современного российского общества, способствовать сохранению культурного наследия и его обновления, укреплять и возрождать традиции патриотизма, гуманизма и дружбы народов. Хотя эти попытки не всегда приводят к ощутимым результатам, понимание важности этих задач выражается в принятии соответствующих законодательных актов и Федеральных целевых программ, где значительное внимание уделяется внедрению информационно-

коммуникационных технологий в сферу культуры и информатизации всей отрасли. Данная программа ставит ряд своевременных и важнейших задач для формирования единого культурного пространства и выравнивания доступа граждан к культурным ценностям и информационным ресурсам:

- создание цифрового контента с целью сохранения культурного наследия, в том числе мультимедийных информационных ресурсов о культуре; формирование и популяризация электронных информационных ресурсов библиотек, их информационных порталов и электронных справочных служб;

- обеспечение информационной безопасности культурного наследия и высокого уровня доступности к культурно-исторической информации, что предполагает внедрение и дальнейшее совершенствование распределенной информационно-коммуникационной сети, поддержка в актуальном состоянии электронных информационных ресурсов, особенно в глобальной сети Интернет, формирование единой информационной системы общероссийского мониторинга состояния развития культуры, многофункциональных мобильных культурных центров для обеспечения доступа граждан Российской Федерации;

- информатизация и компьютеризация деятельности учреждений культуры, проведение исследований эффективности и методическая поддержка внедрения информационно-коммуникационных технологий и отдельных инновационных проектов, использование технологий электронного документооборота;

- проведение научных исследований и развитие инновационного потенциала отрасли, например, разработка и внедрение новых видов оборудования и новых технологий в кинематографии, музейном и архивном деле [1].

Результаты оцифровки очень востребованы в качестве ресурса для открытого использования в познавательной деятельности, нужного для специалистов при научных исследованиях как основа интерактивных мультимедиа выставок и экскурсий (пример: Московский кремль с высоты птичьего полета), а также для создания иллюстрированных изданий и документальных фильмов в высоком качестве.

Проблемы маркировки и идентификации можно рассматривать и в ином ракурсе: с точки зрения получения информации об объекте и ссылок на информационные источники. Подобные проблемы могут быть реализованы на базе tag-технологии. Tag – двумерный цветной штрих код, разработанный Microsoft. Он предназначен для быстрой идентификации и получения на персональное устройство информации, ранее привязанной к коду и содержащейся на серверах. В штрих-коде зашифрована ссылка на определенный ресурс в сети Интернет, которая автоматически распознается мобильным устройством. Таким образом, вместо того чтобы непосредственно вводить адрес страницы в Сети вручную, пользователю достаточно поднести к штрих-коду камеру мобильного телефона, и он сам откроет нужную страницу. Для распознавания tag-кодов существует небольшое программное приложение, как правило, бесплатное и находящееся в открытом доступе. В эпоху повсеместного распространения всевозможных мобильных гаджетов такая технология весьма востребована.

Сейчас уже начата работа по формированию единого реестра культурного наследия недвижимых памятников. В 2013 году Министерство культуры РФ в рамках проекта Открытое правительство опубликовало 15 обязательных наборов открытых данных, которые в основном содержат информацию о деятельности музеев, театров и подведомственных учреждений, а также важные результаты деятельности Минкультуры. Работа по формату Open Data продолжается на всех уровнях. В качестве примера можно привести интернет-портал <http://data.mos.ru>, который является официальным порталом открытых данных правительства города Москвы. Все опубликованные материалы являются открытыми данными в соответствии с требованием постановлением Правительства РФ №583 от 10 июля 2013 г. и могут быть воспроизведены в любых средствах массовой информации в информационно-телекоммуникационной сети Интернет или на любых иных носителях без каких-либо ограничений по объему и срокам публикации. На этом портале имеется реестр Объектов культурного наследия, где содержатся более 6100 записей.

В качестве примера можно привести портал Культура.РФ, где расположена всевозможная информация, так или иначе относящаяся к культуре. Основными разделами являются Музеи, Кино, Театры, Традиции и Лекции. На главной странице сайта расположены последние новости, например, «Самые интересные библиотечные программы недели» (URL:<http://www.culture.ru/news/52303>).

Данный сайт позволяет получить доступ к оцифрованным ресурсам, здесь содержатся 608 спектаклей в формате видеороликов. 284 образа Российской Федерации (например, «Исторический центр Санкт-Петербурга» (URL:<http://www.culture.ru/institutes/2937>)), и 75 виртуальных музеев.

В Категории «Фильмы» данный сайт имеет собственный каталог кинолент, которые можно сортировать по популярности, дате, режиссеру и названию. Портал предлагает нам изучить краткую информацию о фильме, после чего непосредственно перейти к просмотру. Например, документальное кино «ЛЕНКОМ» (URL:<http://www.culture.ru/movies/416>).

В Категории «Театры» мы можем найти каталог театров, а также Каталог онлайн-спектаклей. В первом случае при переходе по ссылке мы увидим перед собой последние новости Театрального мира, а также сможем получить всю имеющуюся информацию по интересующим нас театрам. Примером является Орловский Государственный Театр для детей и молодежи «Свободное пространство» (URL:<http://www.culture.ru/institutes/10174>). Сайт имеет полную информацию о данном театре, включая время его зарождения (1976 год), актеров, которые когда-либо участвовали в жизни данного Театра, а также данные о репертуаре «Свободного Пространства».

На данном сайте имеются ресурсы для сохранения наследия нематериального характера: традиции, обряды и т.д., использование которых важно для национальной идентификации личности.

Использование информационных технологий в данной сфере способствует не только общегосударственным интересам, состоящим в сохранении и приумножении гуманитарного наследия и народностей, но и для становления, развития и социальной идентификации отдельной личности, обеспечивая доступ к объектам расположенным на огромной территории Российской Федерации.

Список литературы

1. Федеральная целевая программа «Культура России (2012-2018 годы)» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fcpkultura.ru/> (дата доступа 24.11.2013).
2. Шалковский А.Г. Информационные технологии для сохранения культурного наследия // материалы XX Всероссийской научно-методической конференции «Телематика'2013» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tm.ifmo.ru/tm2013/src/044p.pdf> (дата доступа 24.11.2013).
3. Минкультуры РФ ждет помощи от Минкомсвязи и интернет-компаний с оцифровкой музейных экспонатов // Открытая коммуникационная площадка ТАСС-Телеком [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tasstelecom.ru/news/one/24852> (дата доступа 24.11.2013).

Сергеева Инна Ивановна

*к.э.н., доцент кафедры математики, информатики и информационных технологий
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: inchiksergeeva@yandex.ru*

Лазаренко Иван Леонидович

*студент I курса факультета информационных технологий и системного анализа
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: Vanish68342mail.ru*

Потапенко О.В., Шмаркова Л.И.

ТЕХНОЛОГИИ АВТОМАТИЗАЦИИ ТУРОПЕРАТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье рассматриваются возможности автоматизации деятельности туроператоров как на международном, так и на региональном рынке туризма. Проведен аналитический обзор наиболее эффективных программных комплексов для автоматизации туроператорской деятельности.

Ключевые слова: информационные технологии, туристские услуги, бизнес, туроператорская деятельность, эффективность, автоматизация.

Автоматизация бизнес-процессов одно из важных условий менеджмента туристской организации. Современные технологии позволяют как создавать собственное программное обеспечение на основе баз данных, так и использовать готовые решения, адаптированные для определенного вида деятельности. Специфику автоматизации определяют цель ее реализации и критерии использования [2, 3]. Необходимо четко представлять, какой именно участок работы необходимо автоматизировать в конкретный момент деятельности организации [1, 6].

Процесс автоматизации предприятия традиционно делят на следующие этапы:

- анализ бизнес-процессов;
- определение потребностей в автоматизации;
- подборка софт-решения или разработка специализированного софта;
- внедрение программного обеспечения на предприятии и обучение персонала его использованию;
- оценка результатов.

Бизнес-процесс с точки зрения информационных технологий – это устойчивый информационный процесс, который представляет иерархию взаимосвязанных функциональных действий, реализующих бизнес-цели компании.

Автоматизация бизнес-процессов в туризме способна решать следующие задачи:

- увеличение скорости обработки информации компании (например, более быстрое прохождение заявки от отдела продаж до склада);
- увеличение прозрачности бизнеса (например, можно оперативно посмотреть задолженность контрагентов);
- контроль над объемами информации (например, клиенты могут сами заносить оставшиеся заявки через интернет);
- согласование действий (например, товар, уже зарезервированный для одного клиента, не уйдет к другому);
- повышение технологичности бизнеса (например, цены и налоги считаются автоматически) и другие.

Для сферы туризма, помимо общепринятых направлений автоматизации деятельности организации, наиболее актуальным является создание программного обеспечения, позволяющего вести контроль и учет:

- услуг (сведения о гостиницах, о расписания рейсов, страховки, визовой поддержке и других услугах);
- сформированного туристского продукта (возможность создавать простые или сложные туры из различных наборов маршрутов и услуг для повышения удобства бронирования услуг агентами в короткое время);
- оформленных заявок любой сложности;
- учет и контроль бронирования (квотирование номеров гостиниц, транспорта и мест тура – при бронировании заявки программа автоматически осуществляет контроль остатка номеров гостиниц, мест на рейсах и других параметров тура);

- специальных предложений;
- платежей (в справочнике можно отследить, оплачена ли заявка клиентом или агентом и рассчитались ли организация с поставщиками услуг);
- механизма ценообразования (назначение наценки туроператора, комиссии и скидки покупателям в процентном или денежном выражении);
- печать документов по заявке;
- учет вознаграждений клиентов (предоставление клиентам скидки/комиссии в рамках туров, специальных предложений, акций раннего бронирования) и так далее.

В сфере туристских услуг большинство туроператорских компаний предпочитает использовать готовые решения из специализированного программного обеспечения [7-10]. Лишь крупные из них, как правило, функционирующие на мировом рынке туризма создают собственные программы формирования, продвижения и реализации турпродуктов.

На современном рынке туризма наиболее востребовано специализированное программное обеспечение, разработанное отечественными компаниями «Мегатек» [9] и «САМО-софт» [10], основная деятельность которых направлена на создание мультифункционального программного обеспечения, упрощающего деятельность как туристских агентств, так и туроператоров. Карта охвата рынка программного обеспечения «САМО-тур» весьма широка (рисунок 1).

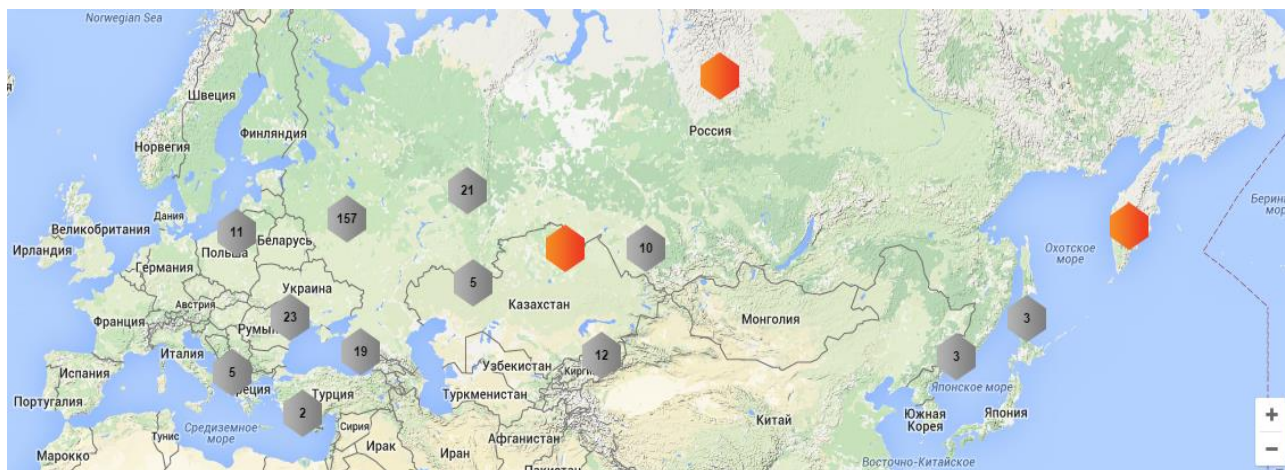


Рисунок 1 – Карта охвата рынка программного обеспечения «САМО-тур»

С точки зрения менеджмента обе компании создают продукт, не только автоматизирующий бизнес-процессы внутри компании и между ее партнерами, но и включающий функции CRM-систем для установления эффективного контакта с потребителями туристских услуг.

Программный комплекс (ПК) «Мастер-тур» компании «Мегатек» предназначен для автоматизации деятельности туроператоров. Непрерывное совершенствование этого комплекса соответствует интенсивно изменяющимся потребностям туристского рынка.

ПК «Мастер-тур» охватывает основные аспекты деятельности туроператора – от создания прайс-листов и каталогов до реализации турпродукта, от расчета реальной себестоимости до ведения взаиморасчетов с поставщиками, от оперативного учета до управленческого – и предоставляет всю необходимую информацию о клиентах, партнерах и взаиморасчетах с ними, при этом:

- позволяет максимально сократить трудозатраты при оформлении туристской путевки и дальнейшем ведении клиента;
- обладает простым интерфейсом, близким к линейке стандартных продуктов фирмы Microsoft;
- предоставляет возможность работать с программой в удаленном доступе в реальном времени (через tcp/ip);

- все режимы программы связаны между собой (например, во время оформления тура менеджер может обратиться к базе данных партнеров);

- в программе реализована возможность удаленного доступа агентство-оператор, что позволяет менеджеру туристского агентства, присоединившись к серверу туроператора, оценить наличие свободных мест и произвести бронирование;

- в программу входят около 40 необходимых документов и отчетов – это всевозможные списки, листы бронирования, туристические путевки, листы расселения (румминг-листы), статистические отчеты, анкеты в посольства и другие отчеты, внешний вид которых легко настраивается;

- программа предоставляет готовые решения по взаимосвязи с офисом принимающей компании «Мастер-interlook»;

- содержит готовый интернет-магазин на базе «Мастер-тур» – «Мастер-web»;

- обеспечивает взаимосвязь с программой для туристических агентств «Мастер-агент»;

- предоставляет большие возможности по расширению программы и надстроек (создание новых отчетов, связь с 1С).

ПК «Мастер-тур» позволяет реализовать все функции, необходимые для автоматизации туристской компании:

- формировать турпродукт;

- готовить специальные предложения с фиксированными или плавающими наценками и скидками;

- просчитывать ожидаемую прибыль по туру и размер комиссионных вознаграждений турагенту;

- рассчитывать бонусы для турагентств;

- аннулировать заказы с удержанием штрафных санкций;

- контролировать информацию о договорах и сроках их завершения;

- использовать службу сообщений и предупреждений при работе с турагентствами;

- пользоваться гибкой системой создания правил начисления комиссии турагентству;

- оформлять любое число туристов на любой тур в одну или несколько турпутевок;

- контролировать оформление документов для виз и сроки подачи клиентами документов в консульство;

- распечатывать пакет необходимых документов (путевки, списки туристов, ваучеры, списки в посольства, финансовые отчетные формы и другие документы – все отчеты формируются в любом из выбранных форматов: rtf, xls, pdf, html);

- контролировать проведение тура;

- производить быструю выдачу документов с использованием штрихкодов и сканера;

- автоматически вносить данные туристов при использовании сканеров паспортов;

- контролировать загрузку услуг с возможностью сортировки по городу вылета;

- квотировать и отслеживать загрузку любой услуги, составляющей тур, что исключает возможность перепродаж;

- отслеживать ход оплаты по туру и оценивать текущее финансовое состояние фирмы;

- вести депозитные платежи;

- оформлять платежи по курсу на дату создания заявки, дату оплаты или дату подтверждения заявки;

- определять правила нумерации для каждого типа документа;

- определять стоимость услуг в различных валютах;

- рассылать сообщения по e-mail;

- отображать схему транспортного средства по местам с фиксированием места за туристом;

- отображать номерной фонд по этажам для отелей или палубам для судов и паромов;

- настраивать права доступа к различным функциональным блокам программы;

- использовать англоязычный интерфейс для иностранных партнеров;

- учитывать данные компании о финансовых гарантиях.

Дополнительный модуль «Мастер-Сервис» предоставляет неограниченные возможности по расширению функционала ПК «Мастер-тур», позволяя перевести работу существующих продуктов компании Мегатек на качественно новый уровень. Служба позволяет создавать задания, которые будут выполняться в автоматическом режиме:

- отправлять почту,
- аннулировать заявки,
- очищать журнал,
- делать различные выборки по базе и другие.

Назначенные задания могут выполняться с заданной периодичностью.

Характеристики дополнительных модулей службы заданий «Мастер-Сервис» для ПК «Мастер-тур» следующие:

- «Аннуляция путевки» поставляется вместе с «Мастер-Сервисом» в стандартной комплектации;

- «Отправка уведомлений об аннулировании» позволяет отправлять покупателям услуг уведомления об аннулировании всех актуальных путевок в случае, если со дня выставления счета прошло три дня и оплата по путевке не поступила или поступила не полностью. В отбор попадают путевки, если дата предоплаты не указана, а дата полной оплаты меньше текущей даты, а также те путевки, у которых дата предоплаты меньше текущей даты;

- «Отправка почты» (отчетов, подтверждений, предупреждений об аннуляции заявки, приглашений и других подобных сообщений) собирает и отправляет подготовленные сообщения в указанное пользователем время;

- «Подготовка e-mail сообщений» генерирует отчеты, созданные в ПК «Мастер-тур» в режиме отправки сообщений в указанное пользователем время;

- «Очистка внутреннего журнала» с заданной пользователем периодичностью очищает журналы в ПК «Мастер-Сервис»: журнал событий и журнал действий;

- «Повторный запуск невыполненных действий» используется, если отсутствует постоянная связь с интернетом или связь с интернетом устанавливается посредством модемного соединения. Модуль позволяет организовать отправку сообщений в заданные пользователем интервалы времени;

- «Расширенное уведомление о задолженности» содержит такие функции, как уведомление о задолженности, контроль оплат, автоматическая аннуляция. Позволяет автоматически отправлять уведомления агентству о задолженности. Уведомление отправляется партнеру-покупателю по путевке, имеющей статус «Ок», в которых дата заезда еще не наступила, и имеются задолженности на текущий момент. При этом дополнительно можно указать минимальную разницу, при которой путевка будет считаться оплаченной полностью. Модуль позволяет регулировать дату полной оплаты по путевке, осуществлять оповещение о наступлении даты оплаты, а также аннуляцию и оповещение, в случае если оплата по подтвержденной путевке не произведена;

- «Закачка курса валют» позволяет организовать с заданной периодичностью автоматический импорт курсов валют, а также кросс-курс основной валюты по отношению к другим, с сайта в интернете <http://www.cbr.ru/>;

- «Расчет бонусов» осуществляет начисление бонусов по оформленным в ПК «Мастер-тур» услугам. Правила начисления бонусов задаются в ПК «Мастер-тур» в режиме работы с бонусами;

- «Расчет штрафов» осуществляет начисление штрафов по аннулированным в ПК «Мастер-тур» услугам. Правила начисления штрафов задаются в ПК «Мастер-тур» в режиме работы со штрафами;

- «Уведомление об изменении статуса путёвки» предназначено для автоматической отправки уведомлений покупателю при изменении статуса путевки, а также при назначении ведущего менеджера по путевке;

- «Изменение статуса и отправка отчета» дает возможность автоматизировать рассыл-

ку необходимых отчетных форм, а также эффективно организовать работу с путевками в ПК «Мастер-тур» и предназначено для автоматической отправки отчета для путевок с определенным статусом и смены этого статуса на другой;

- «Изменение услуги» позволяет отсылать сообщения при изменении параметров услуги или статуса услуги в зарегистрированной путевке;

- «Контроль оплат» позволяет регулировать дату полной оплаты по путевке, осуществлять оповещение о наступлении даты оплаты, а также аннуляцию и оповещение, в случае если оплата по подтвержденной путевке не произведена.

Перечисленные модули поставляются в стандартной комплектации ПК «Мастер-тур».

Отметим, что ПК «Мастер-тур» не включает в себя сервис SMS-рассылки, он отнесен к ПК «Мастер-агент».

ПК «Мастер-тур» и «Мастер-агент» могут быть дополнены ПК «Мастер-Центр Оплат», предназначенной для автоматизации обмена информацией по оплатам между основными программными комплексами и ПК 1С (рисунок 2).



Рисунок 2 – Схема взаимодействия программных комплексов компании Мегатек

«Мастер-Центр Оплат» представляет собой СОМ-сервер, удовлетворяющий условиям «внешней компоненты» 1С, он реализован в виде файла dll. После того, как программа в «1С: Предприятие» загрузит Центр-оплат в свою память, 1С становится «толстым» SQL-клиентом базы данных «Мастер-тур». Далее пользователь в «1С: Предприятие», используя набор функций, которые предоставляет Центр-оплат, может реализовать обмен информацией между «1С: Предприятие» и «Мастер-тур».

Основные возможности программы:

- формировать платежи в базе «Мастер-тур» (например, можно реализовать код 1С таким образом, что при формировании приходного кассового ордера в 1С автоматически будет формироваться платеж в базе данных «Мастер-тур»);

- можно реализовать код 1С таким образом, что при поступлении в 1С-платежей через программу банк-клиент безналичные платежи автоматически будут формироваться в базе «Мастер-тур»;

- можно настроить обратный обмен платежами из программы «Мастер-тур» в программу 1С, например, на основе информации о платежах можно сформировать соответствующие платежные документы в 1С (ПКО, РКО, поступление на расчетный счет);

- на основе информации о путевке в 1С можно сформировать базовый пакет документов, определяющий необходимые проводки по оформлению продажи путевки (расходная накладная, отчет комитенту, операция и так далее).

Анализируя возможности программного комплекса «САМО-тур», следует отметить, что возможности ее базовой версии практически не отличаются от ПК «Мастер-тур», а дополнительные гораздо шире – «САМО-тур» обладает следующими дополнительными возможностями:

- сопряжение с почтовыми программами (с такими, как Outlook, The Bat, Thunderbird и другими, что позволяет организации отправить подтверждение или отказ по заявке агентству, а также запрос на бронирование для партнёра гостиницы или авиаперелёта);

- интеграция с программными комплексами, ведущими бухгалтерский учет (реализована возможность выгрузки сохраненных платежей в бухгалтерскую систему 1С Бухгалтерия и Парус. При необходимости реализована возможность импорта платежей из Паруса в «САМО-тур»);

- визуальный контроль продаж котируемых услуг (продажи номеров в гостиницах и мест на рейсах с помощью мониторов бронирования гостиниц и рейсов);

- расчет прайс-листов с возможностью выгрузки в Excel, XML (мастер отчета «Прайс-лист» автоматически рассчитывает цены на выбранный тур. При необходимости цены можно сохранить в справочнике «Каталог цен» или выгрузить в Excel или XML);

- универсальный механизм импорта/экспорта баз данных;

- личный кабинет для агентств на сайте (у каждого агентства есть свой кабинет, позволяющий вести учет и контроль заявок, печать документов, оплату заявок и осуществлять другие действия в онлайн-модуле для «САМО-тур»);

- уникальная система заданий (удаление цен и расчет прайс-листов в отложенном режиме. При активной работе на протяжении суток и расчете большого числа цен по новым спецпредложениям система заданий позволяет считать или удалять старые цены в отложенном режиме, без участия менеджера);

- возможность полной интеграции с системами других туроператоров (возможность настроить интеграцию с партнером и перепродажу пакетов другого туроператора);

- автоматизированная система рассылки (рассылка уведомлений о подтверждении заявки, на отправку списков в авиакомпанию и других подобных сообщений);

- интеграцию с платежными системами и банками (используя модуль проведения платежей онлайн для программы «САМО-тур», клиенты смогут самостоятельно выписать квитанции банков, а после оплаты квитанций платеж автоматически попадает в «САМО-тур»);

- подключение к поисковой системе «Андромеда» (увеличивает продажи туров организации).

За счет поискового сервиса «Андромеда», дающего возможность искать предложения по заданным критериям в базе туроператоров и бронировать их, туристская фирма сможет в едином пространстве вести быстрый подбор и учет забронированных туров у контрагентов.

Поисковая система «Андромеда» предлагает турагентам следующие функции:

- подбор тура по заданным критериям;

- возможность ввода ограничений по стоимости;

- возможность поиска с учетом названия гостиницы, категории гостиницы, варианта размещения, питания;

- сравнение ценовых предложений различных операторов;

- выведение информации по результатам поиска в сгруппированном виде, возможность перегруппировки данных по любому из критериев (поставщик, гостиница, город прибытия и другим);

- online-бронирование предложения в базе данных туроператора;

- сохранение заявки в back-офисе агентства.

Туристская поисковая система «Андромеда» дает пользователям существенные преимущества:

- предложения туров обрабатываются поисковой системой одновременно по всем поставщикам. К системе подключено более 30 ведущих туроператоров;

- турфирма получает только актуальные и достоверные данные о турах из первоисточника;

- как и все программные продукты компании «САМО-Софт», система бронирования для турагентов обладает простым и понятным интерфейсом.

- «Андромеда» оптимизирует работу менеджеров турагентства благодаря тому, что

поиск по десяткам операторов ведется одновременно, нет необходимости открывать несколько сайтов, запоминать параметры учетных записей, вводить одни и те же данные, вручную сравнивать результаты, поэтому время на поиск подходящего предложения сокращается в несколько раз.

К системе «Андромеда» подключены такие известные туроператоры, как ArtTour, Anex Tour, Biblio Globus, Intourist, Intravel Stoleshniki, Pegas Touristik, Polar, Spectrum, Tez Tour, Troyka, Vilar, НТК Интурист и множество других туроператоров, в том числе региональных.

Исходя из анализа функций, выполняемых туроператорами на региональных рынках туристских услуг, отметим, что наиболее полно удовлетворить потребности автоматизации их деятельности позволяют специализированные программные продукты компании «САМО-софт», которые предоставляют возможность расширения рынка сбыта собственного турпродукта. Так, на территории Брянской области девять туристских организаций работают с программными комплексами компании «САМО-софт», Орловской области – три, Курской – восемь, Липецкой – четырнадцать, которые полностью автоматизировали бизнес-процессы по купле-продаже и оплате туров, выписке документов по заявкам.

Таким образом, рассмотренные в статье программные комплексы предоставляют широкие возможности автоматизации современной деятельности туроператорских компаний. Их использование позволяет туроператорам эффективно функционировать [4, 5] как на международном, так и на региональном рынке туризма.

Список литературы:

1. Зорин И.В. Туризм как вид деятельности: учебник для вузов / под ред. И.В. Зорина, Т.П. Каверина. – М.: Изд-во «Финансы и статистика», 2001. – 287 с.
2. Сергеева И.И., Ставцева Е.Е. Проблемы информационного обеспечения инновационной деятельности предприятий // Научные записки Орел ГИЭТ. – 2013. – №1 (7). – С. 277-281.
3. Чудновский А.Д. Информационные технологии управления в туризме: учебное пособие / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. – М.: КНОРУС, 2006. – 104 с.
4. Шмарков М.С. Новый подход к управлению стратегической устойчивостью предприятия туризма // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. – 2012. – № 2-1. – С. 224-230.
5. Шмарков М.С. Повышение конкурентоспособности туристских организаций и методы адаптации их деятельности к изменяющимся рыночным условиям в регионе: дисс. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – Орел, 2013. – 149 с.
6. Шмарков М.С. Роль инноваций в развитии туристского бизнеса // Вестник ОрелГИЭТ. – 2012. – №3 (21). – С. 84-87.
7. Lightsoft [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lightsoft.ru>.
8. TourSoft [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.softtour.by>.
9. Мегатек. Информационные технологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.megatec.ru>.
10. САМО-софт. Программное обеспечение для туристических компаний [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://samo.ru>.

Потапенко Олеся Викторовна

*студентка 4 курса факультета информационных технологий и системного анализа
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: shmarkova_lara@mail.ru*

Шмаркова Лариса Ивановна

*к.ф.-м.н., доцент кафедры математики, информатики и информационных технологий
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: shmarkova_lara@mail.ru*

Королева О.Д., Головина Я.О.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

В статье характеризуются современные тенденции развития и использования информационных технологий в гостиничном бизнесе. Обозначена роль, формы и важность автоматизации на предприятиях индустрии гостеприимства для организации взаимодействий с потребителями.

Ключевые слова: информационные технологии, гостиничный бизнес, коммуникации, эффективность, автоматизация.

Гостиничное хозяйство является частью индустрии гостеприимства и занимает важное место в международном туризме, предприятия которого специализируются на предоставлении услуг размещения [3, 6]. В последние годы эти сферы народного хозяйства бурно развивались, соответственно, весьма интенсивно совершенствовались и информационные технологии организации бизнеса и продвижения услуг [7]. В настоящее время в индустрии гостеприимства происходит процесс всеобщей компьютеризации и автоматизации как работы гостиничных служб, так и процесса взаимодействия с клиентами и партнерами. Быстрая, четкая и слаженная работа всех сотрудников гостиницы – залог успешной работы предприятия, привлечения клиентов и повышения прибыли [1].

В условиях острой конкурентной среды [8] каждая организация стремится повысить свою эффективность, оптимизировать бизнес-коммуникации, модернизировать информационные технологии [4]. Это касается не только отелей, принадлежащих мировым гостиничным цепям, но и небольших средств размещения.

В связи с постоянной разработкой и внедрением новых информационных технологий в организацию деятельности предприятий индустрии гостеприимства стало широко использоваться понятие «информационный менеджмент», под которым понимают совокупность задач управления организационного и информационного характера на всех этапах деятельности предприятия, включающая все действия, которые связаны как с существующей информацией во всех ее формах, так и с предприятием в целом на основе данной информации [5]. Среди основных функций информационного менеджмента выделяют:

- управление процессами обработки информации;
- управление персоналом и создание качественной технологически развитой среды;
- формирование функциональных задач руководства в управлении предприятием.

В настоящее время основными информационными технологиями в индустрии гостеприимства являются системы организации и управления деятельностью гостиниц, которые в зависимости от назначения можно разделить на специализированные программы организации работы всех служб предприятия (внутренние) и программные продукты, направленные на взаимодействие с поставщиками и непосредственно с гостями (внешние).

В современном гостиничном бизнесе область, касающаяся информационных потоков, является одной из наименее изученных. Организация систем обеспечения информационного менеджмента – важная задача, решить которую можно за счет создания отдельной службы, основными функциями которой являются организация сбора, хранения, обработки, передачи необходимой информации, а также взаимодействие со всеми службами гостиницы.

Эффективность этих процессов зависит от уровня автоматизации предприятия индустрии гостеприимства, который должен соответствовать объемам продаж услуг и концепции обслуживания клиентов. Особо остро нуждаются в автоматизации деятельности крупные гостиницы, которые обслуживают большое количество клиентов.

Выделяют несколько уровней автоматизации коммуникационных процессов на пред-

приятиях индустрии гостеприимства:

- оргтехника (телефон, факс и другая техника);
- компьютеры со стандартным офисным программным обеспечением: Excel, Microsoft Office и другим;
- специализированное программное обеспечение (глобальные системы бронирования, представленные в качестве BackOffice, системы автоматизации работы служб гостиничного предприятия).

Современный рынок индустрии гостеприимства достаточно технологичен – адаптированные программные продукты решают следующие задачи:

- создание новых предложений с расчетом конечной стоимости;
- создание единой базы данных, способной хранить информацию о предприятиях-партнерах, поставщиках, клиентах, заявках и платежах по ним и другую необходимую информацию;
- наличие мощной аналитической системы, которая позволит руководителю, а также маркетологам видеть общую картину спроса актуальных предложений и состояния фирмы в целом;
- способность сокращения времени оформления заявки и упрощение процесса за счет автоматической выписки комплекта необходимых документов: договора, счета, ваучера, листа бронирования, приходного и расходного кассовых ордеров и других документов;
- взаимодействие системы автоматизации с другими существующими системами, использующимися как внутри предприятия, так и в индустрии гостеприимства в целом;
- осуществление непосредственной связи с партнерами и поставщиками;
- способность сбора информации со всех структурных подразделений и каких-либо имеющихся дополнительных офисов в единую базу данных;
- организация эффективного взаимодействия с потребителями.

Стремительное развитие информационных технологий привело к тому, что за последние несколько лет в индустрии гостеприимства стали широко применяться самые разные информационные технологические решения. Информационное управление стало результатом развития технологий, обеспечивающих быстрые и результативные способы передачи, обработки, хранения и получения информации. Автоматизация различных процессов в гостиницах достигается в результате взаимодействия различных информационных технологий, цель которых – повышение эффективности и производительности работы всех сотрудников гостиниц, и дает большие возможности для повышения эффективности управления гостиницей [2].

На сегодняшний день можно выделить несколько основных тенденций развития информационных технологий в индустрии гостеприимства как инструмента управления коммуникационными процессами на предприятии: возрастание роли информационного продукта, развитие способности к взаимодействию, ликвидация промежуточных звеньев, глобализация.

В индустрии гостеприимства интеллектуальные работники принимают решения, разрабатывают всевозможные предложения и рекомендации, направленные на увеличение объемов продаж. Количество и качество таких разработок зависит от информационных технологий, используемых на предприятии, которые помогают сгенерировать большое количество данных и составить наиболее достоверный отчет о деятельности предприятия. Таким образом, роль информационного продукта весьма высока.

Следующей тенденцией развития информационных технологий является способность к взаимодействию между всеми элементами системы. Основным условием такого взаимодействия можно считать постоянное обновление и внедрение новых стандартов на программные и аппаратные средства.

В современных условиях интенсивной информатизации деятельности предприятий индустрии гостеприимства – новые технологии – ее главная движущая сила. Микропроцессоры, локальные сети, контроллеры, специализированные программные продукты преврати-

ли концепцию автоматизированного предприятия в реальность. Однако технология может являться и сдерживающим фактором в развитии бизнеса: отсутствие способности к взаимодействию средств автоматизации делает нерациональной ее реализацию. Это происходит потому, что информационные технологии развиваются пульсирующе, из-за чего стандартизация программных продуктов и техники не успевает за их обновлением. В результате более активной маркетинговой деятельности и успехов в освоении информационных продуктов, захвате большой доли рынка какой-либо компанией её продукт становится стандартом для всех остальных.

Поставщики и разработчики информационных технологий для индустрии гостеприимства постоянно оценивают индивидуальные процессы и сдвиги, которые произошли в предпочтениях реальных и потенциальных клиентов, поскольку отсутствие направленности на клиента может привести к резкому падению спроса на продукт.

Реализовать способность к взаимодействию структур информационных технологий весьма трудно. Трудности связаны как с технологическими проблемами, так и с конкуренцией. Технологических проблем можно избежать при сосредоточении на основных показателях, которые определяются на базе стандартов. Как отмечалось выше, скорость появления новых информационных разработок выше, нежели стандартизация информационных продуктов. Стандартизация коммуникационных бизнес-процессов и деятельности различных предприятий в целом проводится уже на начальных этапах разработки и создания информационного продукта. Другая сложность состоит в том, что развитие информационных технологий в индустрии гостеприимства происходит путем интеграции систем и создания общих стандартов, что не всегда способствует реализации тех преимуществ, которые предоставляют новейшие технологии.

По мере проникновения информационных технологий в различные сферы индустрии гостеприимства изменяются различные стоимостные показатели, на которых базируется конкуренция. Это влечет за собой структурные изменения на предприятиях, например, ликвидацию промежуточных звеньев организации с целью избавления от лишних функций. Внедрение новых информационных технологий обеспечивает увеличение стоимости информации за счет ее обработки, хранения, передачи и преобразования в более удачные и доступные для немедленного использования формы.

Основная причина превращения информационных технологий в мощную конкурентную силу состоит в том, что информация в индустрии гостеприимства выступает в качестве основного инструмента организации бизнес-процессов, а апробирование эффективных технологий дает возможность оптимального использования и обработки этого инструмента. Информационный обмен используется при организации взаимоотношений внутри предприятий (производство - обеспечение) и между предприятиями и потребителями (покупатель - продавец).

Преимущества использования современных информационных технологий состоят в простоте их пользования и возможности снижения цен в связи с тем, что удельные издержки на инновационные информационные технологии значительно ниже удельных издержек при использовании старых методов обработки информации при организации бизнес-коммуникаций в индустрии гостеприимства (с привлечением трудовых ресурсов, бумаги и так далее).

Важной тенденцией развития информационных технологий является глобализация информационного бизнеса. Любой субъект или структура индустрии гостеприимства является потребителем информации, поэтому возможности информационного рынка являются беспредельными, несмотря на существующую конкуренцию между основными производителями услуг.

В настоящее время основная инновация в сфере систем управления с помощью информационных ресурсов – использование интернет-технологий, посредством которых пользователь или же сотрудник отеля напрямую обращается к веб-сервису и может получить полную и своевременную информацию об отеле в сети.

Однако стоит отметить, что рано или поздно процесс распространения и модернизации может привести к тому, что наступит переполнение рынка информационных систем. В настоящее время активными темпами развивается процесс создания специализированных систем, которые возможно будет получать по подписке – так называемых SaaS-технологий – это модели использования бизнес-приложений в формате интернет-сервисов. SaaS-приложения работают на сервере SaaS-провайдера, а пользователи получают к ним доступ через интернет-браузер. Пользователь не покупает SaaS-приложение, а арендует его – платит за его использование некоторую сумму в месяц. Таким образом достигается экономический эффект, который считается одним из главных преимуществ SaaS. SaaS-провайдер осуществляет техническую поддержку пользователей, самостоятельно устанавливает обновления. При этом пользователь не заботится о технической стороне вопроса, а имеет возможность сосредоточиться на своих бизнес-целях.

Основные преимущества SaaS над традиционным программным обеспечением:

- более низкая стоимость владения;
- более короткие сроки внедрения;
- низкий порог входа (можно быстро и бесплатно протестировать);
- задачи по поддержке и обновлению системы полностью ложатся на плечи SaaS-провайдера;
- полная мобильность пользователя, ограниченная лишь «интернет-покрытием»;
- поддержка географически распределенных компаний и удаленных сотрудников;
- низкие требования к мощности компьютера пользователя;
- кроссплатформенность.

Недостатками SaaS считаются небезопасность передачи коммерческих данных стороннему провайдеру, невысокое быстродействие и ненадежность доступа из-за перебоев с интернетом. Однако укрепляющийся имидж SaaS-провайдеров, развитие технологий шифрования и широкополосного доступа в интернет постепенно нивелируют эти недостатки.

Такой вариант технологий наиболее интересен для сезонных отелей (курортных, горнолыжных), так как позволит снизить затраты собственника на покупку дорогостоящего программного обеспечения, а оплачивать небольшие суммы из операционных расходов за реализованные брони им посильно. Таким образом, подобные системы станут доступными для отелей любого формата, включая мини-отели.

В современных условиях постоянно обостряющейся конкуренции среди предприятий индустрии гостеприимства они вынуждены искать новые пути повышения привлекательности и доступности своих услуг. Появление инновационных технологий, электронных систем бронирования, взаимодействующих с гостиничными системами управления и позволяющими в режиме on-line управлять процессом бронирования по множеству каналов продаж, произвели революционные изменения в этом сегменте.

Каждая гостиница стремится получить доступ к максимально широкому спектру каналов продвижения и реализации своих услуг потребителям. Какие каналы использовать и когда осуществлять продажи – вопрос политики продвижения, зависящий от сезонности, текущей загрузки отеля и множества других факторов. Например, гостиницам, ориентированным на бизнес-сегмент, необходимо в первую очередь представлять себя в глобальных (GDS) и/или альтернативных (ADS) системах бронирования, создавая и публикуя хорошие предложения по стоимости своих услуг. Стоит отметить, что GDS еще и эффективный инструмент рекламы, так как отель становится более известным большому количеству пользователей во всем мире, включая не только непосредственных потребителей услуг, но и различные агентства.

Таким образом, современные тенденции развития информационных технологий представлены широким спектром их внедрения в бизнес-коммуникации в индустрии гостеприимства. В настоящее время одной из наиболее распространенных технологических решений для гостиничных предприятий являются системы, нацеленные на автоматизацию работы всех гостиничных служб и позволяющие облегчить процесс управления предприятием в целом.

Список литературы:

1. Круль Г.Я. Основы гостиничного дела: учебное пособие. – К.: Центр учебной литературы, 2011. – 368 с.
2. Лайко М.Ю. Мировой опыт развития индустрии гостеприимства. – М.: Изд-во ГОУВПО «РЭА им. Г.В. Плеханова», 2008. – 352 с.
3. Лойко О.Т. Туризм и гостиничное хозяйство: учебное пособие. – Томск: Издательство ТПУ, 2005. – 152 с.
4. Сергеева И.И., Малявкина Л.И., Сергеева Е.П. Процессы концентрации IT-бизнеса в России // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2010. – №2 (2). – С. 378-384.
5. Чудновский А.Д., Жукова М.А. Информационные технологии управления в туризме: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2006. – 104 с.
6. Шмаркова Л.И., Шмарков М.С. Анализ основ формирования инновационного подхода к построению партнерских отношений с потребителями туристских услуг // Вестник ОрелГИЭТ. – 2009. – №1 (7). – С. 11-14.
7. Шмаркова Л.И., Шмарков М.С. О перспективах развития внутреннего туризма // Вестник ОрелГИЭТ. – 2009. – №2 (8). – С. 45-47.
8. Шмарков М.С., Шмаркова Л.И. Проблема стратегических изменений при взаимодействии организации с турбулентной внешней средой // Вестник ОрелГИЭТ. – 2013. – №1 (23). – С. 26-31.

Королева Оксана Дмитриевна

*студентка 4 курса факультета информационных технологий и системного анализа
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
тел.: 89192660122*

Головина Яна Олеговна

*студентка 4 курса факультета бизнеса и рекламы
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: shmarkova_lara@mail.ru*

Научный руководитель

Шмаркова Лариса Ивановна

*к.ф.-м.н., доц. каф. математики, информатики и информационных технологий
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: shmarkova_lara@mail.ru*

ТЕХНОЛОГИЯ И ТОВАРОВЕДЕНИЕ

УДК 641.3-027.2

Лунева О.Н., Глушкова П.М.

РАЗРАБОТКА ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ
СПЕЦИАЛЬНОГО НАЗНАЧЕНИЯ

Проблемы здорового питания населения, в частности беременных женщин, улучшение рациона питания путем обогащения продуктов необходимыми витаминами, макро- и микроэлементами, недостаток специализированных продуктов для питания беременных женщин на российском рынке показали целесообразность проведения исследований в области разработки рецептур и технологий по производству функциональных продуктов для беременных.

Ключевые слова: функциональное питание, творожные продукты, беременные женщины.

Все чаще мы слышим о функциональных продуктах питания, которые снижают риск развития заболеваний, а также сохраняют и улучшают здоровье. Разработка функциональных продуктов питания нового поколения является инновационным направлением в пищевой промышленности, имеющим чрезвычайно важное практическое значение и социальную эффективность.

В настоящее время возникает потребность общества в разработке функциональных продуктов питания для тех групп потребителей, состояние здоровья которых нуждается в коррекции повседневного питания. Такими группами потребителей являются лица, занимающиеся преимущественно физическим или умственным трудом, дети, беременные женщины, люди пожилого возраста, в том числе имеющие различные заболевания. Разработка новых продуктов должна быть направлена на снижение калорийности пищи, снижение содержания в продуктах сахара, соли, холестерина, обогащения продуктов животными и растительными белками, витаминами, пищевыми волокнами, микро- и макроэлементами.

В соответствии с ГОСТ Р 52349 «Продукты пищевые. Продукты пищевые функциональные. Термины и определения» функциональный пищевой продукт – это пищевой продукт, предназначенный для систематического употребления в составе пищевых рационов всеми возрастными группами здорового населения, снижающих риск развития заболеваний, связанных с питанием, сохраняющий и улучшающий здоровье за счёт наличия в его составе физиологически функциональных ингредиентов [1].

Функциональные продукты – это особая группа пищевых продуктов, которая должна отвечать определенным требованиям, в частности, содержать от 10 до 50% от суточной нормы потребления физиологически функциональных ингредиентов [2]. К основным медико-биологическим требованиям, предъявляемым к функциональным продуктам, относятся: безвредность – отсутствие прямого вредного влияния, побочного вредного влияния (алиментарной недостаточности, изменения кишечной микрофлоры), аллергического действия: потенцированное действие компонентов друг на друга; непревышение допустимых концентраций; органолептические (не ухудшение органолептических свойств продукта); общегигиенические (отсутствие негативного влияния на пищевую ценность продукта); технологические (непревышение требований по технологическим условиям). Помимо медико-биологических требований к функциональным продуктам питания, обязательным условием их создания является разработка рекомендаций к их применению или клиническая апробация [6].

Беременные женщины составляют отдельную категорию людей, нуждающихся в функциональных продуктах питания. Организация питания беременных и кормящих женщин является одним из важных условий нормального течения беременности, обеспечения адекватного роста и развития плода, поддержания здоровья беременной женщины, рождения

здорового новорожденного, а в дальнейшем поддержания полноценной и длительной лактации. Важную роль в питании беременных играют функциональные продукты, необходимые в период беременности, так как они экологически чистые, состоят из натуральных компонентов, содержат ценные для матери и будущего ребенка вещества в количестве от 25 до 50% среднесуточной нормы, поэтому употреблять их можно ежедневно и в течение длительного времени, не опасаясь передозировки. Помимо питательных свойств, при поступлении в организм ФПП оказывают особые лечебно-профилактические действия: общеукрепляющее; противовоспалительное; антимикробное; антиаллергическое; спазмолитическое; антиоксидантное; противомикробное; адаптогенное.

В настоящее время ассортимент вырабатываемых специализированных продуктов питания для беременных и кормящих женщин недостаточен, разработка продуктов данного направления является актуальной. Российский рынок функциональных продуктов питания для беременных женщин на данный момент мало насыщен [3]. Компании, занимающиеся производством функциональных продуктов питания на территории Российской Федерации, являются в подавляющем большинстве филиалами или представительствами иностранных фирм. Для удовлетворения потребностей населения Россия импортирует необходимое количество функциональных продуктов питания. Специализированных молочных продуктов для беременных очень мало, а ведь именно они являются источником белка в легко усваиваемой форме, фосфора, кальция, необходимого беременной женщине для полноценной работы сердечно-сосудистой, мышечной, нервной систем, а малышу – для формирования костей скелета и зубов.

На основании вышесказанного нами разработана рецептура и технология функциональных продуктов, предназначенных для питания беременных женщин, включающих молочные продукты и продукты растительного происхождения. Благодаря такому сочетанию новые виды продукта обладают высокой пищевой ценностью.

При комбинировании молочного и растительного сырья, обогащении пищевых продуктов витаминами и минеральными веществами, экстрактами растительных препаратов, молочными продуктами, пектинами и др. добавками необходимо учитывать гармонизацию между собой и с компонентами самого продукта. Поэтому необходимо выбирать такие их сочетания, формы, способы и стадии внесения, которые обеспечат им максимальную сохранность в процессе производства и хранения [2].

В качестве основы был взят обезжиренный творог. Творог является одним из основных источников кальция [4]. Ценен творог и как источник белка в легко усваиваемой форме. Кроме белка и кальция, творог содержит большое количество фосфора, который необходим для формирования костной системы ребенка, и имеет в своем составе незаменимые аминокислоты, триптофан и метионин, нужные для развития детей. В качестве растительного сырья были взяты сухофрукты: курага, чернослив и крупы. Сухофрукты содержат биологически активные вещества, необходимые организму беременной женщины. Сухофрукты содержат легкоусвояемые минеральные вещества, высокое содержание витаминов. Сухофрукты регулируют работу желудочно-кишечного тракта, способствуют очищению и нормальному функционированию кишечника. Крупы – важный компонент в питании беременных. Регулярное употребление круп благотворно влияет на нервную систему, нормализует пищеварительную систему. Крупа пшено содержит цинк, медь, никотиновую кислоту, марганец. Пшено богато витаминами группы В.

В гречневой крупе содержится железо, калий, магний, марганец, фосфор, витамины В1, В2, В6, РР. Гречневая крупа способствует выведению из организма токсинов, предотвращает риск сердечных заболеваний.

Для повышения содержания витамина С в рецептуру продукта предусмотрено введение сиропа шиповника. Полезен он беременным, которые из-за снижения иммунитета становятся особенно подверженными простудным заболеваниям. Вещества, находящиеся в шиповнике, способны усиливать регенерацию тканей, уменьшать проницаемость сосудов и даже помогать при наличии в организме воспалительных процессов [5].

Предлагаемые рецептуры и технологии позволяют получить творожный продукт, обладающий функциональными свойствами за счет обогащения продукта витамином С (сироп шиповника), с минимальным содержанием сахара, который можно использовать женщинам, склонным к сахарному диабету и лишнему весу; достаточное содержание в продукте калия, магния, кальция и фосфора за счет введения пюре из сухофруктов окажет благотворное влияние на организм беременной женщины.

Разработанный нами продукт отвечает требованиям, предъявляемым к питанию беременных и кормящих женщин, содержит белок животного и растительного происхождения, необходимые витамины, макро- и микроэлементы. Продукт доступен по цене за счет замены части молочного сырья растительным, в полной мере отвечает всем показателям качества.

Список литературы:

1. Продукты функционального назначения / Г.К. Альхамова и др. // Молодой ученый. – 2014. – №12. – С. 62-65.
2. Микрюкова Н.В. Основные аспекты получения функциональных продуктов питания // Молодой ученый. – 2012. – №12. – С. 90-92.
3. Лунева О.Н. Сбалансированные продукты питания для беременных женщин / О.Н. Лунева, П.М. Глушкова, А.В. Заика // Приоритеты и научное обеспечение реализации государственной политики здорового питания в России: [Электронный ресурс]. – Материалы IV международной научно-практической интернет-конференции 15 ноября – 15 декабря 2015 г. / Под общей редакцией С.Я. Корячкиной, Г.А. Осиповой. – Орёл: ПГУ, 2015. – С. 71-75.
4. Лунева О.Н. Творожные продукты для беременных женщин / О.Н. Лунева, Е.А. Зайцева, П.М. Глушкова // Основные перспективы развития пищевой инженерии и гигиены питания: материалы научно-практической конференции (Орел, 25-26 мая 2015 г.) / под общ. ред. Ю.Н. Зубцова. – Орёл: Изд-во ОрелГИЭТ, 2015. – С. 83-84.
5. Лунева О.Н. Инновационные кисломолочные напитки для беременных / О.Н. Лунева // Фундаментальные и прикладные аспекты создания биосферосовместимых систем: материалы 2й международной научно-технической интернет-конференции (декабрь 2014г., г. Орел), Госуниверситет – УНПК. – Орел: Госуниверситет – УНПК, 2015. – С. 289-291.
6. Функциональные пищевые продукты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nazdor.ru/topics/food/products/current/449235/> (дата обращения: 03.03.16).

Лунева Ольга Николаевна

*к.т.н., доцент кафедры «Технология и товароведения продуктов питания»
ФГБОУ ВО «Приокский государственный университет»
e-mail: olga_lu@list.ru*

Глушкова Полина Михайловна

*магистрант I курса кафедры «Технология и товароведение продуктов питания»
ФГБОУ ВО «Приокский государственный университет»
e-mail: glushkova_polina@mail.ru*

УДК 664.644.51

Жмурина Н.Д., Паршина Е.А., Баранчикова О.А.

ВЛИЯНИЕ ЭКСТРАКТА РАСТОРОПШИ НА ПРОЦЕССЫ ОКИСЛЕНИЯ БЕЛКОВО-ЖИРОВОЙ КОМПОЗИЦИИ

В данной статье рассмотрен вопрос о необходимости решения проблемы окисления жиров. Изучено влияние растительных экстрактов на окислительные процессы, происходящие в йодированной белково-жировой композиции.

Ключевые слова: экстракт расторопши, окислительные процессы, антиокислительные действия, флавоноиды, окисление жиров.

Главным видом порчи пищевых жиров (масло подсолнечное, масло рапсовое), входящих в состав белково-жировой композиции (табл.1), являются окислительные процессы, которые приводят к образованию различных продуктов окисления. Это является причиной ухудшения органолептических характеристик данного продукта: появление прогорклого вкуса и аромата. Окислительные процессы могут быть ускорены действием света, тепла, влаги, а также присутствием следов тяжелых металлов, катализирующих окисление. Интенсивность этих процессов зависит от химического состава жира, его физических свойств, от присутствия фосфатидов, других естественных антиоксидантов.

Таблица 1 – Рецепттура белково- жировой композиции

Наименование продуктов	Белково-жировая композиция ω -6: ω -3 = 10,0 :1,0
«Промикс», г	15,5
Вода, г	31,1
Альгинат натрия, г	0,25
Вода, г	4,75
Купаж растительных масел, г, в т.ч.:	46,5
масло подсолнечное	26,2
масло рапсовое	20,3
Сахар, г / 100 г эмульсии	1,4
Соль, г / 100 г эмульсии	0,5
Аскорбиновая кислота», г / 100 г эмульсии	0,01
ВЫХОД:	100

Для предотвращения и замедления окислительных реакций в жиры вводят антиокислители (антиоксиданты), действие которых основано на их способности обрывать цепь окисления. Это действие связано с ликвидацией активных радикалов, с образованием новых, не принимающих участия в процессах окисления.

По происхождению антиоксиданты могут быть природными и синтетическими. Природные антиоксиданты содержатся в продуктах питания. Овощи и фрукты, лекарственные растения – главные поставщики веществ, предотвращающих окислительный стресс. Синтетические антиоксиданты – это лекарственные препараты и БАДы, а также пищевые добавки Е300-Е399, которые применяются при изготовлении продовольственных товаров для prolongation их срока годности.

В связи с тем, что применение синтетических антиоксидантов негативно влияет на организм человека, специалисты пищевой промышленности все большее внимание уделяют исследованиям, направленным на поиск новых источников природных антиокислителей [1].

Целью работы является изучение влияния растительных экстрактов на окислительные процессы, происходящие в белково-жировой композиции.

При выборе перспективных антиоксидантов особое внимание уделялось экстрактам таких растений, которые (по литературным данным) в своём составе содержат в значительном количестве фенольные соединения, прежде всего флавоноиды, обладающие наиболее сильным антиокислительным действием.

Флавоноиды – кристаллические соединения, обладающие оптической активностью, имеют определенную температуру плавления, способны к кислотному и ферментативному гидролизу.

В качестве объектов исследования были выбраны сухие водорастворимые экстракты растений, произрастающих в Орловской области: пижма обыкновенная, расторопша пятнистая, яблоня лесная, шалфей лекарственный производства ООО «Реликт» (г. Москва) [1].

Пижма обыкновенная (цветочная корзина) содержит танацетин, эфирное масло (0,3%) с содержанием борнеола, левовращающуюся камфору, органические кислоты, аскорбиновую кислоту, флавоноиды, дубильные вещества, алкалоиды.

Семена расторопши содержат кальций, калий, магний, железо, марганец, медь, цинк, хром, селен, йод, бор, а также практически весь ряд витаминов А, D, F, E, K и витамины группы В. Расторопша обладает гепапротектоным, желчегонным, холеретическим, антиоксидантным, детоксицирующим и лактогенным свойствами [3].

В состав лесной яблони входят витамины РР, С, В, микроэлементы (цинк, марганец, медь, фосфор, калий, кальций, железо), сахара (сахароза, фруктоза, глюкоза), кислоты (виноградная, яблочная, борная, хлоргеновая, аскорбиновая, салициловая, лимонная), дубильные вещества, каротин, красящие вещества, соли, пектины, рутин, фитонциды, флавоноиды, эфирное масло, жирное масло, катехины, белки, полифенольные соединения, углеводы.

В состав соцветий и листьев шалфея лекарственного входят: 0,3-0,5 % эфирного масла, в котором содержатся линалоол, уксусная кислота, ароматические смолы, пинен, муравьиная кислота, флавоноиды, а также дубильные вещества. Он обладает противовоспалительным, антимикробным, общеукрепляющим, желчегонным и кровоостанавливающим свойствами.

Все выбранные экстракты разрешены для изготовления на территории РФ, прошли регистрацию и внесены в государственный реестр.

Определение суммы фенольных соединений осуществляли спектрофотометрическим методом.

Результаты исследований фитохимического состава сухих экстрактов представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Содержание биологически активных веществ в сухих экстрактах

Препарат	Содержание, г/100г экстракта	
	Сумма фенольных соединений	Флавоноиды
Экстракт пижмы	21,8	9,8
Экстракт расторопши	43,2	28,3
Экстракт яблони	24,4	9,3
Экстракт шалфея	31,4	12,4

Из данных таблицы 2 следует, что в экстракте расторопши содержится значительно большее количество (в сравнении с другими экстрактами) фенольных соединений, в том числе, флавоноидов. Поэтому для дальнейших исследований был отобран именно этот экстракт [2, 4].

При выборе максимального количества внесения растительных экстрактов руководствовались рекомендациями ГУ НИИ питания РАМН, согласно которым максимальная доза их внесения в 100 г продукта не должна превышать 1/10 разовой терапевтической дозы.

Таким образом, в 100 г белково-жировой композиции должно содержаться не более 40 мг экстракта расторопши, поэтому в опытах с модельными образцами использовали такую же дозировку.

В процессе хранения белково-жировой композиции исследовали изменение содержания продуктов гидролиза и окисления жира. Гидролитический распад триацилглицеринов (ТАГ) является одной из причин ухудшения их качества, а при глубоком гидролизе – порчи. Скорость и глубину гидролиза жира в белково-жировой композиции оценивали по изменению кислотного числа, характеризующего образование свободных жирных кислот.

Кислотное число для ряда жиросодержащих продуктов нормируется стандартами и является одним из показателей, характеризующих их качество. На скорость ферментативного и неферментативного гидролиза триацилглицеринов влияют многие факторы: температура, влажность, наличие катализаторов, строение и положение ацилов и др. С ростом длины углеродной цепи, увеличением ненасыщенности (при той же длине углеродной цепи) ацилов скорость гидролиза снижается. Гидролиз триацилглицеринов под действием липазы, как правило, протекает ступенчато. При этом отмечается определенная селективность: на первом стадии образуются 1,2-диацилглицерины, на второй – 2-моноацилглицерины. Скорость гидролиза моноацилглицеринов выше, чем триацилглицеринов, а диацилглицерины занимают промежуточное положение.

Если накапливаются низкомолекулярные кислоты, появляется неприятный запах и специфический вкус, резко ухудшающий органолептические свойства и пищевую ценность жиродержащих продуктов. В связи с вышесказанным при обосновании сроков годности белково-жировой композиции необходимо учитывать динамику продуктов гидролиза триацилглицеринов [3].

Исследования показали, что добавление водорастворимого экстракта расторопши в белково-жировую композицию не исключает полностью гидролиз жира, содержащегося в ее составе. Однако этот процесс замедляется (рис.1.).

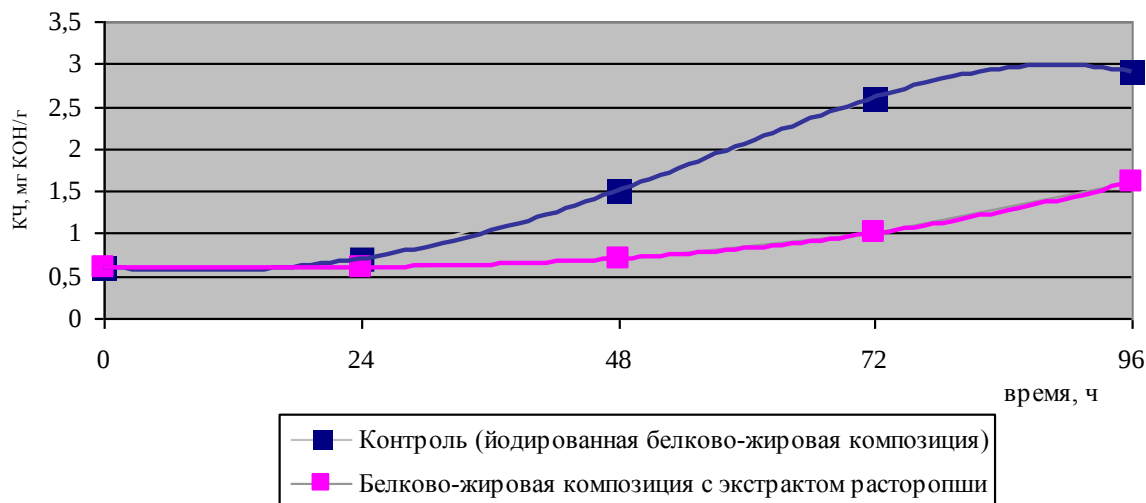


Рисунок 1 – Изменение кислотного числа (КЧ) при хранении жировых продуктов от продолжительности хранения $t=3\pm 1^{\circ}\text{C}$

Окислительные процессы, протекающие в жире в процессе хранения белково-жировой композиции, оценивали по скорости накопления гидроперекисных и перекисных соединений.

На рис. 2 приведена кинетическая кривая изменения перекисного числа в жире при холодильном хранении белково-жировой композиции и белково-жировой композиции с экстрактом расторопши.

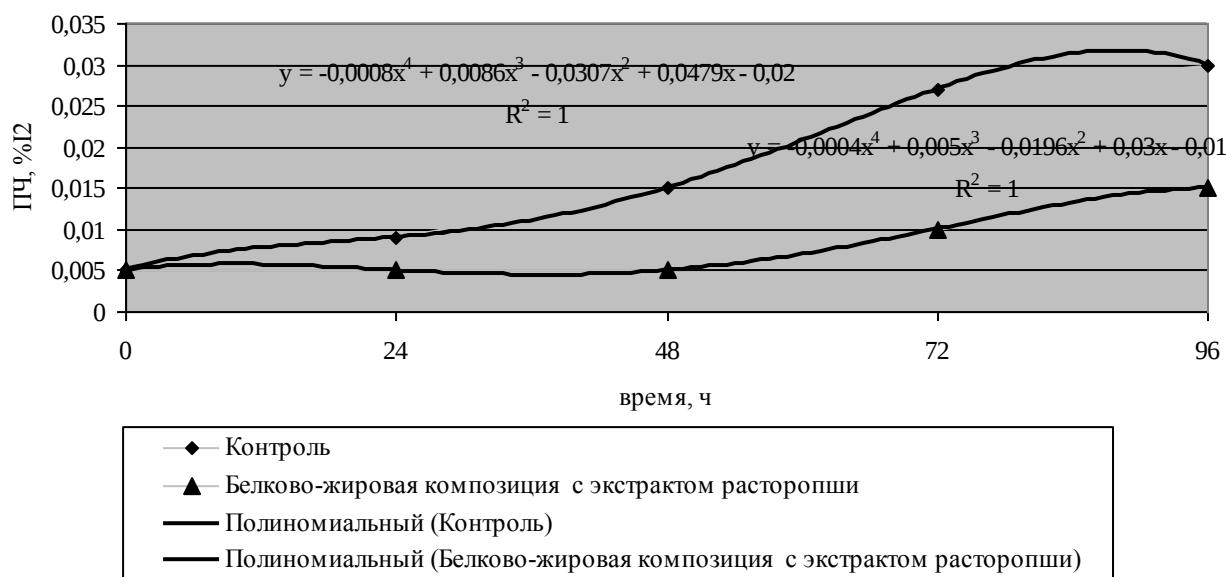


Рисунок 2 – Кинетические кривые изменения перекисного числа в жире при хранении белково-жировой композиции с экстрактом расторопши $t=(3\pm 1)^{\circ}\text{C}$

Как следует из рис. 2., индукционный период t_i для образца белково-жировой композиции без экстракта расторопши отсутствует, для образца с экстрактом расторопши составляет 48 ч. При хранении количество перекисных соединений увеличивается. На данном этапе хранения вторичные продукты окисления – альдегиды и кетоны – не образуются, или скорость накопления перекисных соединений значительно выше скорости их превращения в более стабильные вторичные продукты.

Снижение скорости перекисного окисления жира при хранении белково-жировой композиции с экстрактом расторопши происходит в результате взаимодействия флавоноидов, содержащихся в экстракте, со свободными радикалами, ведущими цепь окисления, в результате чего замедляется цепной процесс. Таким образом, в результате проведенных исследований можно сделать вывод, что экстракт расторопши замедляет окислительные процессы, протекающие в жире, при хранении йодированной белково-жировой композиции.

Список литературы:

1. Перспективный антиоксидант растительного происхождения / И.В. Кочиева и др. // Мясная индустрия. – 2008. – №7. – С. 60-62.
2. Растительные антиоксиданты в производстве мясных изделий / Е.Е. Плотников и др. // Мясная индустрия. – 2010. – №7. – С. 26-28.
3. Исследование антиоксидантных свойств пиона уклоняющегося в производстве отделочных полуфабрикатов/ Г.А. Губаненко, Е.В. Морозова // Ползуновский вестник. – 2012. – №2/2. – С. 225-228.
4. Флаволигнаты расторопши пятнистой как антиоксиданты в сливочном масле / Д.Н. Коваленко, З.А-М. Джашеева // Масложировая промышленность. – 2007. – №6. – С. 45-46.

Жмурина Наталия Дмитриевна

*к.т.н., ст. преподаватель кафедры технологии, организации и гигиены питания
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: sagod@yandex.ru*

Паршина Екатерина Александровна

*аспирантка 2 курса кафедры технологии, организации и гигиены питания
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: sagod@yandex.ru*

Баранчикова Ольга Александровна

*аспирантка 3 курса кафедры технологии, организации и гигиены питания
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: boa@adm.orel.ru*

УДК 641.3-027.2

Лунева О.Н., Зегелева В.В.

ПРЕДПОСЫЛКИ СОЗДАНИЯ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО НАЗНАЧЕНИЯ

Все чаще и чаще люди сталкиваются с проблемой повышенного холестерина, в связи с этим возникает вопрос о необходимости создания продуктов функционального назначения, направленных на нормализацию уровня холестерина в крови.

Ключевые слова: холестерин, кисломолочные продукты, творожный продукт, витамины, минеральные вещества.

На сегодняшний день достаточно остро стоит проблема повышенного уровня холестерина в крови [1]. По данным медицинских исследований, из обратившихся в центры здоровья

порядка 30% взрослых и 50% детей можно назвать здоровыми людьми, у которых нет предпосылок для развития болезней, связанных с повышенным уровнем холестерина в крови [2]. В настоящее время существуют разработки, позволяющие снизить вредный холестерин, но таких разработок достаточно мало, соответственно, существует необходимость создания разнообразных методик, которые помогут снизить содержание холестерина в крови [3].

Повышенный уровень холестерина может быть вызван самыми разными факторами. Среди них специалисты, в первую очередь, выделяют вредные привычки. К таким привычкам можно отнести злоупотребление сигаретами и алкогольными напитками, склонность к перееданию, употребление жирной пищи [4].

Также огромную роль в этом играет недостаточное количество физической нагрузки в жизни человека, неправильно составленный рацион питания с продуктами, содержащими много холестерина или жиров. К этим продуктам относят слишком жирное мясо и сало. Кроме того, не рекомендуется злоупотреблять продуктами, содержащими чрезмерное количество углеводов, например, сладости или кондитерские изделия, продукты, не содержащие или содержащие в малом количестве клетчатку и пектины, липотропные факторы, полиненасыщенные жирные кислоты, микроэлементы и витамины [4].

В организме холестерин существует в двух видах – вредный (низкой плотности) и полезный (высокой плотности). Липопротеины низкой плотности откладываются внутри на стенках артерий, со временем образуя бляшки и закупоривая сосуды. Артерии становятся менее гибкими, кровь проходит все хуже, а это ведет к атеросклерозу, в дальнейшем – инфарктам и инсультам.

Увеличение количества холестерина в крови могут вызывать и нарушения в щитовидной железе, гиперсекреция инсулина и прочие отклонения, связанные с всевозможными видами гормонов [4].

Нормальным уровнем холестерина считается показатель до 5,2 ммоль/л (рекомендуемые значения), пограничным – до 6,5 ммоль/л [5].

Между тем, низкий холестерин в крови может присутствовать и сопровождать довольно серьезные состояния:

1. Длительное голодание до истощения.
2. Неопластические процессы (истощение человека и поглощение из его крови холестерина злокачественным новообразованием).
3. Тяжелые поражения печени (последняя стадия цирроза, дистрофические изменения и инфекционные поражения паренхимы).
4. Болезни легких (туберкулез, саркоидоз).
5. Гиперфункция щитовидной железы.
6. Анемия (мегалобластная, талассемия).
7. Поражения ЦНС (центральной нервной системы).
8. Длительная лихорадка и т.д.

Что касается фракций холестерина, то у них тоже есть нижние границы. Например, снижение уровня холестерина липопротеинов высокой плотности за пределы 0,9 ммоль/л (антиатерогенных) сопутствует факторам риска ИБС (гиподинамия, вредные привычки, избыточный вес, артериальная гипертензия), то есть понятно, что у людей развивается склонность, потому что их сосуды не защищены, ведь ЛПВП (липопротеинов высокой плотности) становится непозволительно мало [5].

Низкий холестерин в крови, представляющий липопротеины низкой плотности (ЛПНП), отмечается при тех же патологических состояниях, что и общий холестерин (истощение, опухоли, тяжелые болезни печени, легких, анемии и т.д.).

Если столько сказано о вреде высокого холестерина и о происхождении подобного явления, то, наверное, нелишним будет отметить, при каких обстоятельствах этот показатель будет увеличиваться, поскольку они тоже в некоторой степени могут быть причиной повышенного холестерина в крови:

1. Наследственные нарушения обменных процессов (семейные варианты, обуслов-

ленные расстройством метаболизма). Как правило, это тяжелые формы, отличающиеся ранним проявлением и особой устойчивостью к терапевтическим мероприятиям;

2. Ишемическая болезнь сердца;
3. Различная патология печени (гепатиты, желтухи не печеночного происхождения, механическая желтуха, первичный билиарный цирроз);
4. Тяжелые заболевания почек с почечной недостаточностью и отеками;
5. Гипофункция щитовидки (гипотиреоз);
6. Воспалительные и опухолевые заболевания поджелудочной железы (панкреатит, рак);
7. Сахарный диабет (трудно представить диабетика без высокого холестерина – это, в общем-то, редкость);
8. Патологические состояния гипофиза со снижением продукции соматотропина;
9. Ожирение [5].

Снизить высокий уровень холестерина можно целым рядом комплексных мер, включающих в себя специальную диету, направленную на снижение веса и нормализацию липидного обмена, повышение двигательной активности, отказ от курения и периодическое очищение сосудов.

Главная цель питания при повышенном уровне холестерина – снизить уровень вредного и при этом поддержать высокий уровень полезного холестерина. Сохранение баланса между этими 2 разновидностями – залог нормального гормонального фона, хорошего обмена веществ и здоровых сосудов.

На основании вышесказанного на базе «Приокского государственного университета» были разработаны рецептуры и технологии творожных продуктов профилактического назначения, направленные на снижение холестерина в крови.

Продукты включают в себя комбинацию молочного и растительного сырья.

В качестве основы был взят творог обезжиренной, часть творога заменена крупой (гречневой, рисовой), семена льна, облепиховое масло, корица, имбирь, куркума.

Разработанные кисломолочные продукты функционального назначения содержат большое количество витаминов (А, Е, С), минеральных веществ, пищевые волокна. Так, например, витамин Е, который содержится в рисе, облепиховом масле, препятствует образованию тромбов, способен облегчать течение диабета [6]. Кальций регулирует давление крови, усиливает действие витамина К [7]. Железо способствует обмену холестерина, окислительно-восстановительным реакциям [8]. Содержание данных полезных компонентов в продукте позволяет понизить холестерин в крови.

На базе «Приокского государственного университета» была проведена дегустация свежеработанных образцов творожных продуктов функционального назначения: образец 1 (обезжиренный творог, рисовая крупа, семена льна, облепиховое масло, куркума), образец 2 (обезжиренный творог, гречневая крупа, семена льна, облепиховое масло, корица, имбирь).

В качестве контрольного образца был взят творожный продукт для снижения холестерина (патент РФ №2425579) с включением фруктово-ягодного пюре.

На рисунке 1 приведена органолептическая оценка исследуемых образцов и контрольного образца.

Представленные образцы обладают однородной по всей массе, пастообразной, пластичной консистенцией с включением введенного наполнителя.

Контрольный образец обладает кисловатым вкусом с включением фруктового наполнителя. Дегустационной комиссией было отмечено, что образец №1 обладает невыраженным вкусом, образец №2 обладает кисломолочным вкусом с привкусом корицы.

Все образцы имели кисломолочный запах с едва уловимым ароматом введенного наполнителя, большее количество баллов набрал образец №2.

По цвету предпочтение было отдано образцу №1 – нежно желтого цвета, равномерного по всей массе, образец №2 имел цвет «топленого молока», равномерный по всей массе, контрольный образец – бледно-розового цвета.

По результатам органолептической оценки разработанные образцы творожных продуктов набрали достаточно высокие баллы.

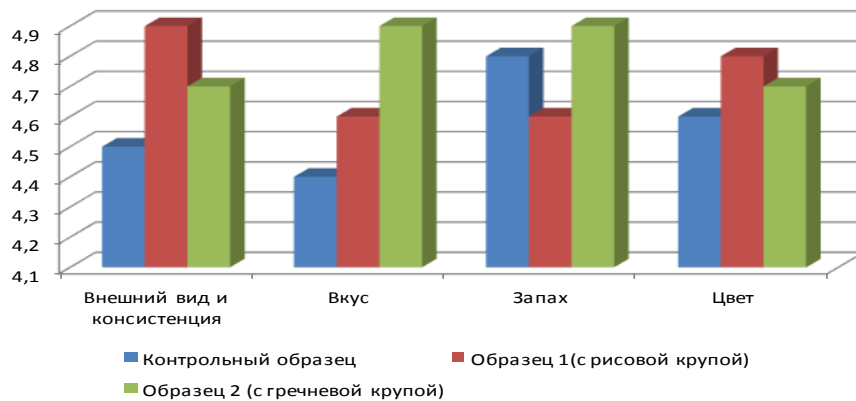


Рисунок 1 – Органолептическая оценка творожных продуктов

Таким образом, разработанные новые виды кисломолочных продуктов обладают хорошими органолептическими показателями, а также являются продуктами функционального назначения.

Работа в данном направлении является актуальной, требует всесторонней проработки в дальнейшем и дополнительных научных исследований.

Список литературы:

1. Лунева О.Н. Функциональные продукты, направленные на снижение холестерина / О.Н. Лунева, В.В. Зегелева // Основные перспективы развития пищевой инженерии и гигиены питания: материалы научно-практической конференции (Орел, 25-26 мая 2015 г.) / под общ. ред. Ю.Н. Зубцова. – Орел: Изд-во ОрелГИЭТ, 2015. – С. 23-25.
2. Лунева О.Н. Актуальность разработки рецептур и технологий продуктов, предназначенных для снижения холестерина / О.Н. Лунева, С.В. Колпакова, В.В. Зегелева // Приоритеты и научное обеспечение реализации государственной политики здорового питания в России: [Электронный ресурс]. – Материалы IV международной научно-практической интернет-конференции 15 ноября – 15 декабря 2015 г. / Под общей редакцией С.Я. Корячкиной, Г.А. Осиповой. – Орел: ПГУ, 2015. – С. 187-192.
3. Лунева О. Н. Предпосылки образования холестерина в крови и возможности его снижения / О.Н. Лунева и др. // Приоритеты и научное обеспечение реализации государственной политики здорового питания в России: [Электронный ресурс]. – Материалы IV международной научно-практической интернет-конференции 15 ноября – 15 декабря 2015 г. / Под общей редакцией С.Я. Корячкиной, Г.А. Осиповой. – Орел: ПГУ, 2015. – С. 89-92.
4. Правильное питание – источник здоровья [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://properdiet.ru/mineralnye_veshhestva/53-jelezo-v-organizme-cheloveka (дата обращения 24.01.2016).
5. Холестерин [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nmedicine.net/xolesterin/> (дата обращения 24.01.2016).
6. Характеристика витамина Е [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vitamingid.ru/vitamin-e/xarakteristika-vitamina-e/> (дата обращения 24.01.2016).
7. Холестерин [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nmedicine.net/xolesterin/> (дата обращения 24.01.2016).
8. Холестерин в крови: значение, анализ и отклонения от нормы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sosudinfo.ru/krov/xolesterin/> (дата обращения 24.01.2016).

Лунева Ольга Николаевна

*к.т.н., доцент кафедры «Технология и товароведение продуктов питания»
ФГБОУ ВО «Приокский государственный университет»
e-mail: olga_lu@list.ru*

Зегелева Виктория Валерьевна

*магистрант 1 курса кафедры «Технология и товароведение продуктов питания»
ФГБОУ ВО «Приокский государственный университет»
e-mail: Vzegeleva@mail.ru*

Головина Я.О.

ХАРАКТЕРИСТИКИ И ПОКАЗАТЕЛИ КАЧЕСТВА КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ

На основе изучения состава и характеристик колбасных изделий в статье рассматриваются показатели их качества, выделены признаки качества и дефекты колбасных изделий. Выявлена роль упаковки как фактора сохраняемости качества колбасных изделий.

Ключевые слова: колбасные изделия, состав, ценность, упаковка, качество.

Мясные продукты питания представляют собой сложный набор веществ, в состав которых входят жиры, белки, углеводы, минеральные соли, витамины, вода и другие ингредиенты, которые подвергаются обработке с целью формирования структуры и создания вкуса, запаха и цвета. Колбасные изделия – это готовые к употреблению продукты, изготовленные из мясного фарша, субпродуктов, жира, специй, в оболочке или без нее, и подвергнутые тепловой обработке до полной готовности к употреблению. Колбасные изделия являются ценным и популярным продуктом питания и важным источником белка для организма человека.

Производство колбасных изделий конкретного вида и сорта имеет свои особенности. Для этого используют остывшее, охлажденное и размороженное мясо. Подготовленное сырье измельчают, солят, по рецептуре формируют колбасный фарш, наполняют фаршем оболочку, проводят вязку батонов, осуществляют осадку фарша для его уплотнения. Затем изделие термически обрабатывают – обжаривают, варят, коптят или сушат. Различают такие виды колбасных изделий, как вареные, копченые, полукопченые, фаршированные, сардельки, сосиски, мясные хлебы, паштеты, студни, зельцы, ливерные, кровяные и другие, а также крупнокусковые и изделия из фарша. Для их изготовления используют разные технологии (механическую обработку) и сырье изготовления. Состав колбасных изделий варьируется в зависимости от их вида, массовых долей воды, белков, жиров, минеральных веществ и энергетической ценности. Пищевая ценность колбасных изделий определяется уровнем качества исходного сырья [5], в частности содержанием в них белковых и экстрактивных веществ, свиного жира. Значительно улучшают вкус колбасных изделий молоко, сливки, сливочное масло и яйца. В процессе производства колбас из мяса удаляют малопитательные и несъедобные составляющие: сухожилия, кости, хрящи и добавляют высокопитательные продукты: яйца, специи, свиной шпик, сухое молоко и другие добавки и наполнители, которые обогащают изделие полезными веществами и заметно повышают пищевую ценность. Качество состава вареных колбасных изделий аналогично составу мяса животных, из которого изготовлено колбасное изделие.

На химический состав колбасных изделий влияет способ тепловой обработки используемого сырья. Предварительная механическая и тепловая обработка способствуют более легкому усвоению организмом человека колбасных изделий, по сравнению с мясом. В зависимости от способа обработки фаршевые колбасные изделия делят на вареные (фаршированные, ливерные, кровяные, сосиски и сардельки, зельцы), запеченные (мясные хлебы и паштеты) и копченые (полукопченые, варено-копченые и сырокопченые). Крупнокусковые колбасные продукты в зависимости от характера и особенностей технологической обработки делят на вареные, копчено-вареные, копчено-запеченные, копченые. Традиционным сырьем для изготовления колбасных изделий является свинина, мясо домашней птицы, говядина, баранина, субпродукты, свиной шпик или грудинка, курдючное сало, мясо кроликов. Для выработки некоторых вареных, ливерных колбас, паштетов, зельца, студней и других фаршированных колбасных изделий часто используют субпродукты: печень, языки, легкие, сердце, мозги, рубец, мясную обрезь, ножки, уши, губы, пяточки, жилки, кровь, которая обогащает колбасы белками, витаминами и минеральными солями. В качестве вспомогательного сырья используются куриные яйца, молоко, сливочное масло, крахмал, муку пшеничную, сыры, крупы, колбасные оболочки [4]. Для придания колбасам выразительного вкуса и запаха в

фарш добавляют соль, сахар и пряности (перец черный и душистый, мускатный орех, кардамон, гвоздику, фисташки, лук, чеснок и другие), а в некоторые колбасные изделия добавляют вино или коньяк. Чтобы колбасное изделие имело розовый цвет, в его фарш добавляют нитрит натрия. При этом для ускорения процесса окрашивания фарша в него добавляют аскорбиновую кислоту, которая восстанавливает нитрит до окиси азота. Фарш колбасных изделий солят для обеспечения органолептики и устойчивости при хранении изделия, а также для придания мягкости, пластичности. Вареные колбасы лучшего качества получают из остывшего и охлажденного мяса молодых животных. Мясо взрослых животных используют для полукопченых и копченых колбасных изделий. При изготовлении колбасных изделий ведется тщательный санитарно-ветеринарный контроль за используемым сырьем [3].

Готовым фаршем наполняют колбасные оболочки, которые предохраняют колбасные изделия от потери влаги, усушки, воздействий микроорганизмов, загрязнений, окислительных процессов и других нежелательных воздействий. Благодаря оболочке во время тепловой обработки из фарша не выделяются растворимые белки и экстрактивные вещества. Оболочке придают определенную форму. Производство каждого вида колбасных изделий имеет свои особенности.

Показатели качества колбасных изделий представлены на рисунке 1.

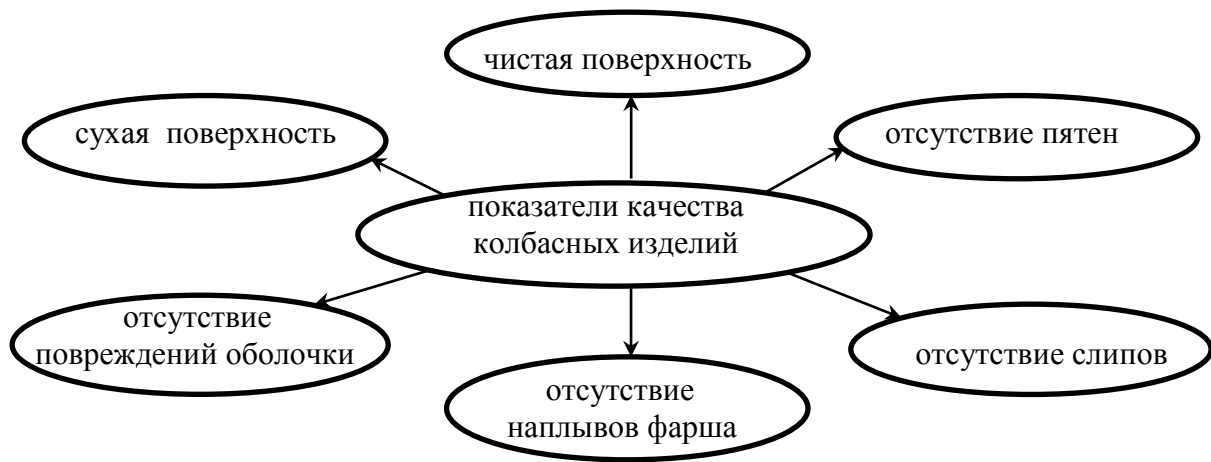


Рисунок 1 – Показатели качества колбасных изделий

Запрещается хранить колбасные изделия совместно с сырыми мясoproдуктами [2].

Консистенция колбас должна быть плотной, фарш на разрезе равномерно перемешан, без серых пятен и пустот. Вкус должен быть приятным. Качество колбас определяют по признакам, представленным на рисунке 2.

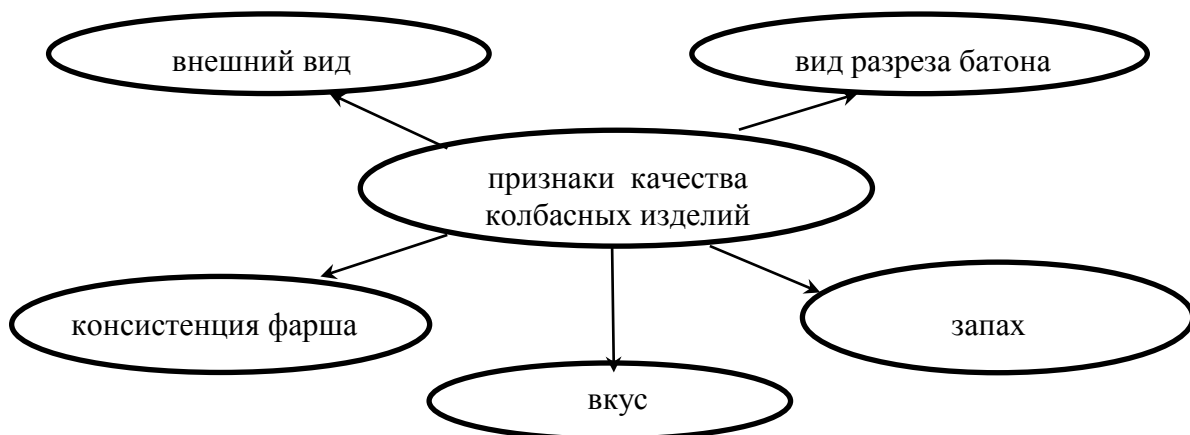


Рисунок 2 – Признаки качества колбасных изделий

Химическим путем определяют массовую долю влаги, поваренной соли, крахмала и нитритов [1]. Запах и вкус должны быть характерны для данного вида изделий, с ароматом специй, без признаков затхлости, кисловатости, посторонних привкусов и запахов.

При нарушении условий и сроков хранения колбас возникают дефекты, основные из которых представлены на рисунке 3.

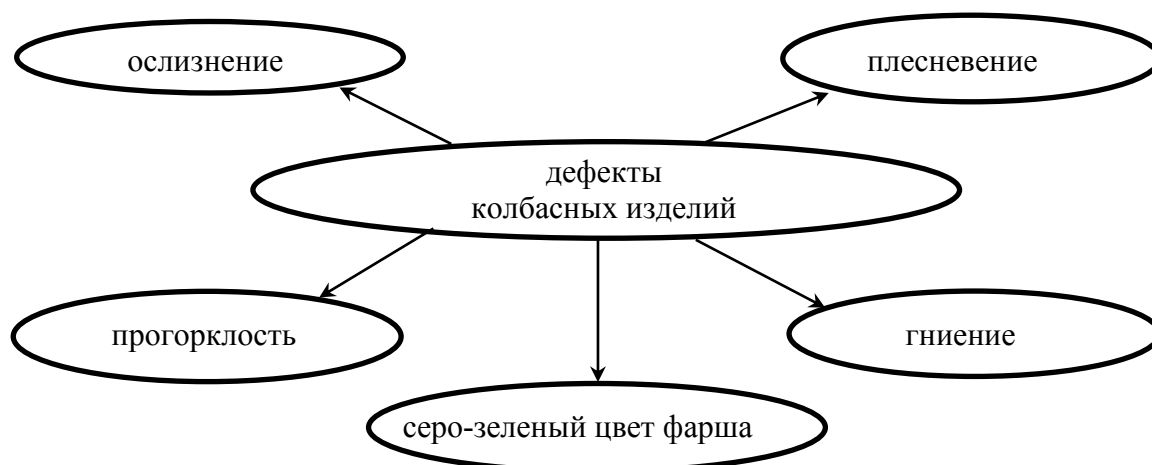


Рисунок 3 – Дефекты колбасных изделий

Требования, предъявляемые к консистенции колбасных изделий, представлены на рисунке 4.

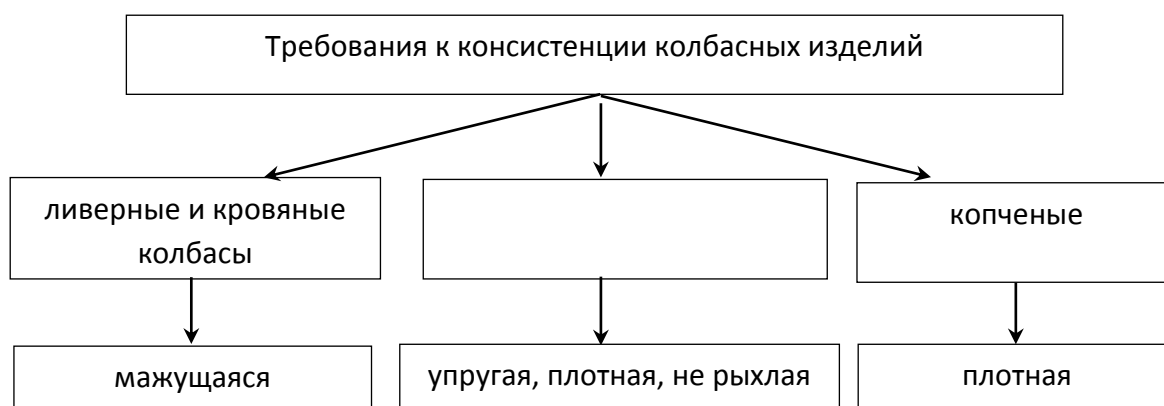


Рисунок 4 – Требования к консистенции колбасных изделий

Важнейшую роль в сохранности качества колбасных изделий играет ее упаковка. Зачастую бытует психологическая реакция потребителей на вид упаковки – считается, что если производитель потратился на упаковку, то у него есть средства и возможности выпуска более качественной продукции. Однако в реальности иногда наблюдается обратная ситуация – внешний вид упаковки не всегда соответствует качеству функций, которые она должна выполнять.

К основным видам упаковки колбасных изделий относят колбасные оболочки, термоусадочные пленки, многоразовую оборотную тару.

Оболочки, используемые для упаковки колбасных изделий, должны:

- быть эластичными, прочными и плотными,
- иметь высокие барьерные свойства и механическую прочность,
- выдерживать значительные напряжения в процессе набивки фаршем и тепловой обработки,

- выдерживать воздействие температур при термической обработке;
- обладать способностью к усадке при термической обработке,
- быть определенной степени водо-, газо- и паропроницаемыми,
- быть инертными к действию кислот и щелочей,
- быть устойчивыми к действию микроорганизмов.

Для колбасных изделий используют натуральные, искусственные и синтетические оболочки. Кишечные оболочки должны быть хорошо обезжирены, очищены от содержимого и балластных слоев, без патологических изменений. Их сортируют по виду и диаметру. Натуральная колбасная оболочка подходит для копчения, пропускает мясной запах. Колбасные изделия в натуральной оболочке можно употреблять совместно с ней. Их можно мариновать, разогревать без удаления оболочки, поджарить на гриле. К искусственным оболочкам относятся целлюлозные, бумажные, белковые, оболочки из синтетических материалов. Виды колбасных оболочек влияют на качество и срок годности колбасных изделий в процессе их хранения. Для искусственных оболочек используют такой материал, как спилки с говяжьих и свиных шкур, хрящи, из которых и извлекают нужный коллаген. Белковые оболочки более близки к натуральным. Они обеспечивают проницаемость от дыма, хорошо прилегают к наполнителю, более технологичны, разнообразны по дизайну и дешевле. Искусственные материалы – целлюлозные и фиброзные оболочки – создают на базе целлюлозы. Эти оболочки дешевле белковых и натуральных, но отличаются высочайшей проницаемостью. Это дает возможность упаковывать в их вареные колбасы, сосиски, варено-копченые и полукопченые колбасы, сардельки, шпикачки. Фиброзная оболочка характеризуется тем, что вискозные волокна в ней армированы бумагой на базе хлопка. Искусственные оболочки удобны тем, что они имеют конкретный размер, что позволяет механизировать и автоматизировать наполнение их фаршем и термообработку колбасных батонов. Кроме того, имеется дефицит кишечного сырья, поэтому постоянно ведутся работы по созданию новых видов искусственных оболочек, более экологичных и надежных, позволяющих обеспечить выполнение требуемых условий хранения колбасных изделий и продление срока хранения. Каждый тип колбасных оболочек имеет свои свойства и особенности, которые необходимо учитывать при производстве колбасных изделий.

Упаковка пищевых продуктов выполняет важнейшие функции: защитную и рекламно-информационную. Первая обеспечивает сохранение продукта от воздействий внешней среды, механических воздействий, сохранение свежести изделий и других важных качеств. Рекламно-информационная функция обеспечивает узнаваемость товарного бренда на рынке продовольственных товаров и лояльность потребителей, гарантирует предоставление полной информации о товаре в соответствии с требованиями Закона о защите прав потребителей. Все упаковочные материалы должны соответствовать санитарно-гигиеническим требованиям и требованиям экологической безопасности. Для изготовления упаковки необходимо использовать высококачественное сырье и современное упаковочное оборудование.

Основные требования к качеству колбасных изделий содержатся в стандартах на продукцию, а также предъявляются в виде требований и предпочтений потребителей. Управление качеством должно обеспечивать выполнение указанных в данной работе требований и предусматривать проведение контроля деятельности по формированию и обеспечению качества колбасных изделий.

Список литературы:

1. Габриэльянц М.А. Товароведение мясных и рыбных товаров: учебник для студ., обуч. по спец. «Товароведение и организация торговли продовольственными товарами». – 2-е изд., перераб. – М.: Экономика, 1986 – 408 с.
2. Жиряева Е.В. Товароведение: учебник. – СПб.: Питер, 2002. – 231 с.
3. Зонин В.Г. Современное производство колбасных и солено-копченых изделий: учебник. – СПб.: Профессия, 2007. – 224 с.
4. Салаватулина Р.М. Рациональное использование сырья в колбасном производстве: учебник. – М.: Агропромиздат, 1985. – 255 с.

5. Сарафанова Л.А. Применение пищевых добавок в переработке мяса и рыбы: учебник. – СПб.: Профессия, 2007. – 256 с.

Головина Яна Олеговна
студентка 4 курса факультета бизнеса и рекламы
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: shmarkova_lara@mail.ru

Научный руководитель
Семенова Елена Евгеньевна
к.т.н., доцент кафедры товароведения, экспертизы товаров и туризма
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: dobyelena@yandex.ru

ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ

УДК 796.011

Лобачев Г.А., Безлепкина Ю.В.

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА – ЗАЛОГ УСПЕШНОЙ ЖИЗНИ

Движение – это жизнь! Вот главный девиз современного общества. Физическая культура складывается из внутренней культуры человека и его внешнего вида, который человек строит сам. Регулярные упражнения, занятия спортом помогают развиваться человеку и найти себя в современном обществе.

Ключевые слова: физическая культура, спорт, человек, жизнь.

Как часто в современном обществе можно услышать фразу: движение – это жизнь. Сегодня данное высказывание очень актуально и носит яркий характер. Современное общество стремится к тому, чтобы человек выглядел красиво, то есть навязывает такие понятия, как подтянутость тела, прямая осанка, упругие ноги и так далее. Это очень актуально в наши дни, и многие люди стремятся сегодня к самосовершенствованию. Двадцать первый век открывает перед нами все возможности, чтобы следить за своим телом, то есть правильно питаться, выполнять физические упражнения для достижения собственных целей. Именно поэтому можно с точностью сказать, что физическая культура – это, прежде всего, красивый внешний вид, а также здоровье. Как известно, в здоровом теле – здоровый дух. И очень приятно понимать и осознавать, что многие люди сегодня стремятся к тому, чтобы быть привлекательными и здоровыми. Правильное питание, регулярное занятие спортом помогут всегда находиться в форме. Хочется отметить, что, к сожалению, не все люди это принимают и понимают. Многие объясняют нежелание заниматься спортом тем что, не хватает времени, сил, да и просто желания. А ведь даже самые элементарные упражнения можно делать дома перед сном или, наоборот, перед завтраком. Уделить себе буквально минут пятнадцать в день может каждый.

Двигательный режим – это результат необходимого и достаточного уровня физической активности человека. Благодаря регулярной физической нагрузке, двигательный режим у людей разного возраста повышает функциональные возможности организма, что приводит к улучшению здоровья, которое обеспечивает необходимые и достаточные показатели физического развития и физической подготовленности.

Активная двигательная позиция способствует выполнению основных социальных функций, обеспечивает высокую профессионально-трудовую работоспособность, а также относительно низкую утомляемость, прочное здоровье и невысокую заболеваемость. Результат физкультурно-спортивной деятельности человека зависит от количества времени, затраченного на занятия физической культурой и спортом за определенный календарный цикл (сутки, неделя, месяц, год) и от потребления кислорода на килограмм веса человека. Двигательный режим способствует повышению устойчивости организма к воздействиям внешней среды, общей работоспособности. Согласно исследованию социологов, человек, систематически занимающийся спортом, в 2-3 раза легче переносит тяготы жизни, на 15-20% более инициативен в работе, общественной жизни коллектива, у него выше творческая активность, общительность, он больше уверен в себе.

Ученые, изучив влияние физической культуры и спорта на образ жизни человека, сделали вывод о совершенствовании многих важных социальных и биологических качествах людей, оказывающих прогрессивное влияние на формирование и гармоническое развитие и воспитание человека.

Понятие «физическая культура» невозможно объяснить однозначно. Если данное сло-

восочетание разбить на составные части, то можно наблюдать, что первая часть, слово «физическая» связано с нашим телом, то есть с внешностью, а слово «культура» – это наши ценности, которые закладываются, в первую очередь, семьей, а затем обществом, людьми, которые нас окружают. Основным и важным средством физической культуры, развивающим и гармонизирующим все проявления жизни организма человека, являются сознательные (осознанные) занятия разнообразными физическими упражнениями (телесными движениями), большинство из которых придуманы или усовершенствованы самим человеком. Они предполагают постепенность возрастания физических нагрузок от зарядки и разминки к тренировке, от тренировки к спортивным играм и соревнованиям, от них к установлению как личных, так и всеобщих спортивных рекордов по мере роста личных физических возможностей. В сочетании с использованием естественных сил природы (солнце, воздух и вода), гигиенических факторов, режима питания и отдыха и в зависимости от личных целей физическая культура позволяет гармонично развивать и оздоравливать организм и поддерживать его в отличном физическом состоянии долгие годы. Каждый из компонентов физической культуры имеет известную самостоятельность, свою собственную целевую установку, материально-техническое обеспечение, различный уровень развития и объем личностных ценностей. Поэтому спорт в деятельности физической культуры выделяют особо, используя словосочетания «физическая культура и спорт», «физкультура и спорт». В этом случае под «физической культурой», «физкультурой» в узком смысле как раз и можно подразумевать массовую физическую культуру и лечебную физическую культуру. Данные понятия очень близки между собой и в целом обозначают что-то общее, но между ними существует тонкое различие. Если говорить о лечебной физкультуре, то это упражнения, которые направлены на лечение организма, где они подбираются индивидуально с учетом болезни. Понятие «спорт» – это более широкое определение, чем просто физическая культура или физические упражнения. Существует достаточное разнообразие видов спорта, например, тяжелая атлетика, лёгкая атлетика, фигурное катание, бокс и так далее. Эти разновидности спорта, безусловно, друг от друга отличаются. В каждом из них на тренировках необходимо использовать отдельные приемы и прорабатывать разные группы мышц в каком-то виде больше, в каком-то – меньше. Если говорить о физической культуре, то это те упражнения, которые человек делает для достижения собственного результата, чтобы быть красивым внешне. Спорт – это регулярные тренировки, это цели и задачи, перед которыми стоит спортсмен, это боль, разочарование, травмы, но, главным образом, спортивный результат, присвоение определенного разряда. Сегодня благодаря средствам массовой информации, интернету, можно наблюдать, что для поддержания себя в привлекательной форме, существуют фитнес-центры, где на тренажерах можно прорабатывать проблемные зоны тела человека. Вместе с тем, понятие спорт в широком смысле также продолжает жить, и многие родители с детского сада прививают своим детям любовь к физическим нагрузкам. Естественно, это правильно и нужно, потому что благодаря спорту ребенок не только чем-то занят, но и еще спорт помогает ему реализоваться в чем-то, развивать свои способности и возможности, а также поддерживает здоровье [3].

Говоря о залоге успешной жизни, необходимо упомянуть ещё и о том, что внешний вид современного человека играет важную роль. С давних времен существует пословица: принимают по одежке – провожают по уму. Данное высказывание живет и сегодня, и многие известные компании уделяют физическому состоянию своих работников огромное внимание, создавая все условия для того, чтобы их кадры выглядели хорошо. Кроме того, тенденция современной жизни такова, что большая часть женской половины земного шара стремится выглядеть «идеально». Кому не хочется ловить на себе восхищенные взгляды и чувствовать себя уверенно и привлекательно? Определенно, большую роль в телосложении человека играют гены. Но результаты последних исследований показали, что мы в состоянии сами повлиять на нашу фигуру. Состояние клетки жировой ткани может увеличиваться или уменьшаться, а это зависит от образа жизни, то есть от правильного питания и физической активности. Основные правила хорошего внешнего вида таковы:

1. Высыпайтесь и просыпайтесь естественным образом. Известно, что между недосыпанием и избыточным весом (ожирением) существует стойкая связь. Сон восстанавливает силы организма, помогает перестроиться и подготовиться к новому дню.

2. Занимайтесь планированием заранее. Люди, которые ведут здоровый образ жизни, планируют заблаговременно распорядок дел на целую неделю с учетом спортивных тренировок.

3. Ежедневно занимайтесь утренней зарядкой. Утром занятия спортом более продуктивны, чем вечером. Это помогает успешно выходить из стрессовых ситуаций и сохранить хорошее настроение. Утренняя зарядка – лучшее начало дня, которое влияет на множество решений, которые мы принимаем в течение дня.

4. Планируйте режим питания. Люди, ведущие здоровый образ жизни, планируют приемы пищи с учетом тренировок, всегда в одно и то же время, употребляют здоровую натуральную пищу.

5. Не принимайте во внимание неудачи. Здоровый образ жизни не позволяют сопутствовать неудачам. Если пропущена одна тренировка, то это не означает, что человек позволит пропустить ещё две или три. Если даже произошло нечто, из-за чего пришлось пропустить одну тренировку, отправляйтесь в спортзал и занимайтесь еще интенсивнее. Если в компании вам пришлось съесть кусок пиццы или торта, то не следует прекращать из-за этого диету. Необходимо вернуться к прежнему режиму здорового питания, регулярно заниматься спортом и хорошо высыпаться.

6. Меняйте образ жизни и привычки. Вы не станете стройными за одну ночь. Настройте себя на большой отрезок времени, приобщитесь к правильному натуральному питанию и постоянно занимайтесь физкультурой.

7. Учитесь позитивно мыслить и работать над своей фигурой. Невозможно быстро похудеть и оздоровиться, не прикладывая серьезных усилий.

8. Сбросьте лишний вес и сохраните достигнутый. Люди, занимающиеся здоровым образом жизни, знают, что одной диеты еще недостаточно, чтобы похудеть и сохранить достигнутый вес на долгое время. Занятия фитнесом – залог успешного похудения. Но необходимо помнить, что только регулярные занятия и правильное питание помогут сохранить достигнутый вес на всю жизнь.

9. Позитивный настрой. Чтобы сохранить хорошую фигуру, 3-4 раза в день хорошо поставленным голосом повторяйте фразы: «Я сильная», «У меня все получится», «Я забочусь о своей фигуре», «Я занимаюсь фитнесом (спортом, ходьбой, специальными упражнениями)» и так далее.

10. Ставьте перед собой реалистичные цели и выполняйте их. Составьте план и строго ему следуйте. Чем больше у вас позитивных, здоровых привычек, тем насыщеннее будет ваша жизнь, приносящая вам радость от вашего отражения в зеркале.

Обобщая все вышесказанное, следует сделать вывод о том, что человек, занимающийся здоровым образом жизни, обязан знать все о здоровом питании, а также о том, что не надо много пищи – нужно много питательных веществ. Каждый решает сам, что и когда ему нужно употреблять в пищу.

Однако если вернуться к тому, что физическая культура – это залог успешной жизни, причём не только отдельного человека, но и жизни организации в целом. Персонал – важная составляющая любого предприятия. Без внимания к своим работникам, без мотивации, без комфортных условий бизнес не будет протекать хорошо и могут возникать трудности. Если же создавать условия и возможности для развития кадров, то предприятие ждет успех. Яркий пример тому знаменитая компания Google, которая для своих работников в центральном офисе имеет фитнес-центр, где сотрудники перед началом работы, либо после, либо в течение рабочего дня могут прийти и комфортно позаниматься [2]. Тем самым, руководство компании хочет сказать о том, что не только умственная, но и физическая нагрузка не менее важна для людей. Все занятия совершенно бесплатные, и вход в этот центр для сотрудников всегда открыт. Помимо этого, там работает специальный человек – фитнес-инструктор, ко-

торый в любое время может профессионально проконсультировать сотрудника и оказать ему посильную помощь. Это один из ярких примеров тому, что физическая культура – залог успешной жизни, но в данном случае, успешной жизни компании.

В жизни также немало примеров, когда спорт помогал человеку достичь поставленных целей. Так, чемпионка мира, мастер спорта международного класса по карате, специалист по физической реабилитации – Юлия Толкачева, не сразу стала тем, кем она является сейчас. Вначале было всё: и травмы, и разочарования, и множество врачей и больниц. Однако спортивная злость и целеустремлённость помогли её справиться со всеми невзгодами. Постоянные упражнения и вера в лучшее уже через три месяца регулярных тренировок поставили будущую чемпионку на ноги [1]. Вот еще одно яркое доказательство тому, что желание чего-то добиться и постоянные занятия спортом могут дать вам желаемый результат. Не стоит бояться боли. Надо перешагивать через нее. Завтра будет лучше, чем вчера в том случае, если сегодня вы что-то сделали для того, чтобы это завтра было.

Таким образом, физическая культура и спорт очень глубокие понятия. Осознать и почувствовать их можно только тогда, когда человек прикоснется к постоянным физическим нагрузкам. Это не значит, что он должен изо дня в день ходить в фитнес-зал, изводить себя диетами, полагая, что только так быстрее добьется результата. Физическая культура – это не только внутренний стержень, закалка, которая проявляется в жизненных ситуациях, но и физическая красота, которая является «обложкой» твоего тела. Сочетание внутренних и внешних качеств человека составляет физическую культуру, являющуюся залогом успешной жизни.

Список литературы:

1. Асанова Е. Как спортивные успехи трансформировать в жизнь // Жить интересно. – 2014. – №26. – С. 15-17.
2. История компании Google [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.googlers.ru/>.
3. Климова В.И. Человек и его здоровье: учебное пособие. – М.: Знание, 2013. – 224 с.

Лобачев Геннадий Алексеевич

ст. преподаватель, зав. кафедрой физической культуры

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: hristinanovikovapochta@mail.ru

Безлепкина Юлия Валерьевна

студентка 3 курса факультета экономики и управления

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: Angel-uiy@mail.ru

УДК 796.011.2

Гуськов В.М., Кузьмичева К.С., Разумова В.Л.

ФИТНЕС В СИСТЕМЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ

Данная статья посвящена изучению роли фитнеса в системе физической культуры, здоровья человека. Поскольку развитие техносферы не стоит на месте, а набирает свои обороты, принося обществу не только комфорт, но и скрытые угрозы для здоровья и жизнедеятельности человеческого организма, обществу становится необходимо занятие спортом для поддержания здорового образа жизни.

Ключевые слова: фитнес, здоровье, физическая культура, спорт.

Развитие техносферы не стоит на месте, оно с каждым днем набирает свои обороты, принося обществу не только комфорт, но вместе с тем таит в себе скрытые угрозы для здоро-

вья и жизнедеятельности человеческого организма. Поэтому одной из важнейших угроз населения на сегодняшний день является угроза понижения работоспособности людей. Одним из необходимых условий для полноценного развития современного человека, на наш взгляд, является изучение результативных методик и технологий для занятий спортом и физической культуры.

Основной проблемой всего человечества, населяющего нашу планету, на сегодняшний день является сокращение работоспособности человеческого организма в связи с тем, что в условиях современного мира с каждым днем появляются все новые и новые технические оборудования, которые облегчают человеческую трудовую деятельность, а, следовательно, двигательная активность людей начала резко снижаться. Основная задача технологического процесса проявляется в уменьшении физической нагрузки отдельного человека и общества в целом. Но при отсутствии компенсации энергии за счет выполнения всевозможных физических упражнений эти блага технологического процесса приносят лишь вред человеческому организму и его здоровью. Это связано с тем, что мышцы, которые были задействованы в какой-либо операции или процессе, лишаясь необходимой тренировки, слабеют. А в будущем это приводит к атрофии и снижению мышечной эластичности. Интеллектуальный труд современного общества, главным образом, сильно снижает качество работоспособности человека. В конечном результате все это приводит к снижению функциональных возможностей человека, а также к возникновению различного рода заболеваний.

Актуальность рассмотренной проблемы заключается в том, что в современном обществе физическая нагрузка, однако же, является одним из необходимых условий для сохранения здоровья. И люди постепенно осознают важность физической деятельности в своей жизни. Так, наиболее важное значение для женщин приобретает двигательная активность, поскольку она оказывает содействие их нормальному репродуктивному развитию.

Зарождением фитнеса можно считать время, когда появились первые люди на планете Земля. Даже первобытному населению необходимо было соблюдать здоровый образ жизни, чтобы не только выжить в существующих условиях, но и добывать себе еду, а также и защищаться. Правда, этот так называемый фитнес являлся неосознанным занятием – они много ходили, бегали, приседали и наклонялись. Другими словами, вся жизнь этих людей была основана на физических упражнениях, которые они выполняли без особого труда, поэтому имели хорошую физическую форму, развивали хорошую скорость, были сильными.

Но время не стоит на месте, люди стали придумывать всевозможные приспособления, которые помогали им выполнять тот или иной вид работы. Например, сначала они обрабатывали землю мотыгами, а затем изобрели плуг, который цеплялся к лошадям или быкам.

С этого времени у людей начался менее активный образ жизни, но все равно физическая нагрузка физическая на организм была большой.

Далее фитнес продолжал развиваться вместе с развитием цивилизации. В то время считалось, что тот, кто работает, причем работает очень много, тот хорошо живет. В Китае, например, верили, что неактивный образ жизни приводит к возникновению болезней.

Фитнес продолжил свое развитие, когда повысился спрос на военных. В этот период физические нагрузки связывали как раз с военным делом, получившим свое развитие в Персидской Империи и Спарте, у которых были самые сильные армии. Военные того времени отличались прекрасной физической формой, и это касалось не только мужчин, но и женщин. Ведь женщинам тоже необходимо было быть здоровыми, чтобы иметь возможность давать здоровое и крепкое потомство. В истории именно Спарту отмечают как одно из самых развитых обществ в физическом плане.

В Греции физическому развитию тоже уделяли немало внимания. Это было не менее важно, чем иметь хорошие знания. В это время начинает свою историю гимнастика и музыка. Это была совершенно новая для древних времен идея, которая предполагала тренировки под приятную музыку, которая бы способствовала гармоничному развитию. Физической подготовке уделялось особое внимание и в Древнем Риме.

Физическая сила не потеряла свое значение и в средние века. Это было связано с тя-

желыми условиями выживания, однако не многие люди могли поддерживать свою физическую силу и ловкость, что нередко оказывалось губительным для них. Также был проявлен немалый интерес к физическому здоровью и в эпоху Возрождения. Дело в том, что тогда присматривались к греческому идеалу здорового образа жизни, но вскоре интерес к этому немного снизился.

Возрождение фитнеса произошло в 18 веке. В Германии Фридрих Ян говорил, что отсутствие физического здоровья – это вероятность поражения страны при вторжении в неё. В связи с тем, что он ввел занятия гимнастикой и дал толчок для возрождения физической активности людей, который давно был необходим, его впоследствии называли «Королем немецкой гимнастики».

Стремительное развитие фитнеса началось уже в 20 веке. И сегодня этот процесс продолжается. Время от времени появляются новые программы, создаются новые упражнения и комплексы. И самое главное, что все больше людей занимается разными видами спорта.

В последние годы популярность набирает такое занятие спортом, как фитнес. Выражение «to be fit» с английского переводится как «быть в форме». В учебнике Э.Т. Хоули и Б.Д. Френкса «Оздоровительный фитнес» можно прочесть следующее определение: «Общий фитнес – это стремление к оптимальному качеству жизни, включающему социальный, психический, духовный и физические компоненты» [1]. Целью фитнес – тренировок является не просто достижения каких-либо результатов, но и приучение к физической активности людей и ведение здорового образа жизни.

Фитнес – это:

- Активный образ жизни.
- Многолетний опыт специалистов, которые специально разрабатывали программы фитнес-занятий. Эти программы являются абсолютно безопасными и специально составлены для поддержания и укрепления здоровья человека.
- Система тренировок и особый образ жизни, который обеспечивает хорошее самочувствие и позитивный взгляд на мир.
- Целая жизненная философия, которая помогает человеку познать себя, свою личность, добиться гармонии внутреннего мира и научиться позитивно относиться к миру внешнему.
- Прекрасный способ сохранения и продления молодости.

Фитнес – это такой вид спорта, которым могут заниматься практически все. Специально для этого разрабатываются в огромном количестве особые фитнес-программы. Эти программы, как правило, безопасны и составлены так, чтобы можно было извлечь из них максимум пользы для организма человека. Сами программы составляются персонально такими людьми, как опытные тренеры, специалисты, врачи, спортсмены, диетологи и другие профессионалы в данном вопросе комплексного подхода к оздоровлению организма.

Но чтобы какая-либо работа была успешной, нужна мотивация, причем мотивация должна быть правильной, так как лишь правильная мотивация играет первостепенную роль для любой деятельности. Мотивация – это побуждение к действию, динамический процесс психофизиологического плана, который является управляющим в поведении человека и определяющим его направленность, организованность, активность и устойчивость, а также способность человека деятельно удовлетворять свои потребности [2].

Регулярные занятия и упражнения эффективно помогают справиться с задачами укрепления здоровья, развития физических способностей, сохранения здоровья и двигательных навыков, усиления профилактики неблагоприятных возрастных изменений. В нормы двигательной активности включаются такие занятия, как утренняя гимнастика, физкультурные тренировки, ходьба, ходьба по лестнице и так далее. Эти нормы точно не определены, так как должны учитывать физиологические особенности конкретного человека, условия и тому подобное. Практика же показывает, что двигательная активность резко снизилась, потому что современное общество становится менее активным из-за того, что люди перемещаются на транспорте, весь день сидят на рабочем месте, пользуются лифтом и другими блага-

ми технического прогресса.

В настоящее время существует такой универсальный комплекс упражнений, который можно выполнять в любой обстановке – в зале, дома, на даче в свое свободное время.

Это базовые упражнения, рекомендуемые специалистами, которые можно делать в домашних условиях при занятии фитнесом:

- Упражнение «велосипед» для прямых мышц живота и для косых (талия).
- Упражнение «кобра» для спины.
- Упражнение «укрепление ног и ягодиц».
- Упражнение «отжимание от пола с колен».
- Упражнение «фитнес-упражнения для ягодиц».
- Упражнение «для ног (бедер)»: приседания, выпады вперед, выпады в стороны.
- Упражнение «мышц ягодиц»: приседания, выпады вперед.
- Упражнение «для груди и рук»: жим лежа, лежа на наклонной скамье, разведение гантелей лежа, жим гантелей лежа, пуловер.

- Упражнение «для спины»: становая тяга, подтягивания, тяга блока за голову, тяга штанги в наклоне, тяга гантели в наклоне [4].

Таким образом, фитнес – это спортивные занятия, которые являются популярными на сегодняшний день для как взрослых, так и для детей. Физические занятия очень важны для нашего здоровья, так как они помогают поддерживать наше тело в надлежащей форме, а также препятствуют атрофии мышц. Занятия фитнесом возможны в фитнес-зале с персональным тренером, в манежах, в специальных спортивных секциях, а также на дому.

Список литературы:

1. Борилкевич В.Е. Об идентификации понятия «фитнес» // Теория и практика физической культуры. – 2011. – №2. – С. 12-14.
2. Георгиева Н.Г. Влияние фитнес систем на формирование мотивации к занятиям физической культурой подростков специальной медицинской группы // Слобожанський науково-спортивний вісник. – 2013. – №5 (38). – С. 59-63.
3. Дьяконов М.Б., Ким Н.К. Фитнес: учебник. – М: Советский спорт, 2006. – 454 с.
4. Сайкина Е.Г. Фитнес в системе физической культуры // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2008. – №68 – С. 182-190.

Гуськов Валерий Михайлович

ст. преподаватель кафедры физической культуры

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: hristinanovikovapochta@mail.ru

Кузьмичева Кристина Сергеевна

студентка 3 курса факультета экономики и управления

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: kristina_flatcher@mail.ru

Разумова Вера Леонидовна

студентка 3 курса факультета экономики и управления

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: razumova.vera@mail.ru

Дрожжаков А.И., Лядченко А.В.

**ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА КАК ВАЖНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ
ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ СТУДЕНТОВ**

В данной статье раскрывается сущность физической культуры, а также ее роль в поддержании здорового образа жизни на примере студенческой молодёжи. Описаны особенности жизнедеятельности студентов и их отношение к данному образу жизни.

Ключевые слова: физическая культура, ЗОЖ, студенческая молодёжь, здоровье, физическая подготовка.

В современном обществе проблема физической подготовленности и здоровья разных возрастных категорий остается важной не только для государства, но и для всего человечества. Сохранение и укрепление здоровья именно студенческой молодёжи является главной задачей перед высшим образованием. Любое высшее учебное заведение должно повышать уровень физической подготовки и пропагандировать здоровый образ жизни. На организм человека большое влияние оказывают различные факторы, в том числе и негативные. Именно физическая культура в состоянии помочь студенту избежать влияния вредных привычек на организм и сформировать физиологическую силу организма. Для подробного исследования данной проблемы, необходимо раскрыть саму сущность физической культуры и оценить степень ее влияние на жизнедеятельность человека.

Студенческий возраст принято считать «пиком» развития физиологических показателей, потому что именно в этот период заканчивается физическое созревание организма и при переходе от школьной системы обучения к вузовской возникают трудности, влияющие на посещение занятий физической культурой, такие как:

- различие методов обучения;
- объём знаний;
- межличностные отношения.

Студенты относятся к самостоятельной группе, объединению которой способствует определённый возраст, условия жизни и труда, социальные установки и относительные интересы. Время обучения в высшем учебном заведении представляет собой значимый этап в жизни, обладающий такими признаками, как режим дня, двигательная активность и т.п., что оказывает влияние на успешную деятельность в будущем. Необходимо отметить, что студенческий труд по своей тяжести является легким, а вот по степени напряженности – очень высокой трудности, соответственно, такую социальную группу стоит отнести к профессиям с повышенным риском заболевания. Здоровье и учеба студентов представляют собой элементы единой системы, которые взаимосвязаны и неделимы: чем крепче здоровье учащейся молодёжи, тем эффективнее обучение. Нельзя не согласиться с мнением исследователя Б.Х. Ланда, который утверждал, что при отсутствии определенного объема двигательной активности человек не сможет воспользоваться запасом ресурсов, заложенных в него природой, быть счастливым, здоровым и продуктивно трудиться. Самым сильным раздражителем в организме человека является мышечная система, способная изменить его состояние и механизм жизнедеятельности.

Необходимо знать, что занятие физической культурой, прежде всего, способствует профилактике различных заболеваний: ишемической болезни сердца и гипертонии. Работоспособность повышается в процессе занятия физическими упражнениями, о чём свидетельствует возрастающая способность человека выполнять большой объём работы за определенный период времени. Человек начинает больше работать, но при этом меньше уставать. С нарастанием работоспособности в состоянии мышечного покоя уменьшается частота сердеч-

ных сокращений. Отдых и сон используется организмом полностью.

Профессиональная деятельность наших студентов подразумевает физическую работу, следовательно, такой человек должен обладать хорошей физической формой и отменным здоровьем, но для этого необходимо заниматься спортом и физической культурой регулярно.

Физическое образование является единым процессом, а его важнейшая составляющая – физическая подготовка. А физическая подготовка – основной элемент физического образования. Она подразумевает овладение двигательными навыками и умениями. Главным содержанием физической подготовки являются: бег, ходьба, прыжки, метание, передвижение на лыжах и т.п. Физическая подготовка предоставляет человеку приобретенные навыки и богатый опыт; то, чем он может воспользоваться и на практике, и в повседневной жизни. Спорт и физическая культура представляют собой неотъемлемую часть общей профессиональной культуры современного специалиста для сохранения здоровья учащейся молодёжи.

Занятие физической культурой задействует все ресурсы человеческого организма, что способствует повышению силовых показателей, выносливости, а также уровню и качеству работы всех функциональных систем. Умственное, эстетическое, трудовое, нравственное и физическое воспитание – взаимосвязанные элементы, которые только в своем единстве могут обеспечить всестороннее развитие личности. В настоящее время многие социально значимые результаты физического воспитания достигаются не в полном объёме, что свидетельствует о низком уровне физической подготовленности студентов.

Следует отметить, что студенты физическую культуру и «здоровье» понимают как работоспособность, внешнюю привлекательность, комфортные ощущения и активную жизненную позицию. Повышение качества занятий в группах можно достигнуть с помощью стратегии «спортизации» физкультурной деятельности, которая подразумевает использование фитнес-технологий для развития творческой энергии, проявляющей интерес к спорту.

Процесс физического воспитания студентов, как правило, осуществляется в высшем учебном заведении на кафедре физического воспитания через саму дисциплину «Физическая культура». Целью данного вида воспитания студенческой молодёжи является формирование физической культуры личности, спорта, туризма для укрепления и сохранения здоровья, а также самоподготовка к будущей деятельности и жизни. Физическое воспитание находится в постоянном движении, прогрессирует от занятия к занятию. Следовательно, останавливаться на изученных упражнениях не стоит, ведь не усовершенствовав их, нельзя овладеть широким кругом жизненно важных навыков и умений. Объём и интенсивность нагрузок пропорциональны степени положительных изменений, происходящих в организме под воздействием физических упражнений.

Самодисциплина является одним из факторов занятия физической культурой, который подразумевает планирование на определенный срок своей деятельности и некоторые результаты. Следует отметить, что в современном обществе внешний вид человека играет немаловажную роль. Если студент находится в хорошей физической форме, то это говорит о его стойкости и силе, а также о том, что он является творцом самого себя. Многие студенты считают, что занятия спортом приводят к главным достижениям, ведь они «закаляют» организм от ежедневных нагрузок, связанных с совмещением учёбы и иной профессиональной деятельности.

Занятие физической культурой является инструментом, благодаря которому человек борется с отрицательными проявлениями в жизни и который формирует психологическое и физическое состояние студента, помогает стать ему независимой личностью. Очень важно, чтобы при появлении у студента желания стать физически активным рядом оказались люди, а лучше преподаватели, которые могли бы грамотно направить и раскрыть его физический потенциал.

Уровень культуры человека можно оценить по его отношению к своему здоровью. Оно формируется с детских лет в процессе воспитания и образования.

Здоровье – это бесценное богатство не только человека, но и всего общества. Студент, следящий за своим здоровьем, обеспечивает себе активную и долгую жизнь. Основным

условием выполнения своих биологических и социальных функций является хорошее здоровье, ведь духовно развитый и здоровый человек чувствует себя отлично, стремится к самосовершенствованию, достижению внутренней красоты и молодости духа, а также получает удовлетворение от своей деятельности.

Здоровый образ жизни зачастую зависит от мировоззрения, ценностных ориентаций и социального опыта студента, но не всегда эти ключевые моменты совпадают с обществом.

Как учёба на данный момент является фактором жизни члена общества (в данном случае – студента), так и физическая культура становится неотъемлемой частью этой жизни.

Существует несколько обстоятельств, характеризующих актуальность выбранной проблемы:

- здоровье подрастающего поколения в дальнейшем определит обороноспособность страны, а также экономического и кадрового её потенциала;
- здоровье молодёжи является важным инструментом в улучшении демографической политики государства, которая напрямую зависит от воспроизводства населения и здоровья будущих поколений;
- снижение качества жизни, обеспечения занятости, увеличение наркозависимых лиц, рост правонарушений и т.д.

В последнее время особое внимание стали уделять ЗОЖ студентов, что обуславливает заботу и волнение за будущих специалистов, выпускаемых высшим учебным заведением. Многочисленные исследования помогли учёным сделать вывод о том, что здоровье зависит от образа жизни человека на 50%, на 25% – от влияния окружающей среды, от наследственности – на 15%, а что самое интересное, на 10% – от медицины.

По нашему мнению, академик Н.М. Амосов был прав в своем высказывании, что «в большинстве болезней виновата не природа, не общество, а сам человек. Чаще всего он болеет от лени и жадности, но иногда и от неразумности».

Важно отметить, что физическая культура является важным фактором в формировании ЗОЖ, и это понимание привело к «оживлению» поиска эффективных педагогических подходов, технологий, условий для формирования ЗОЖ студентов средствами физической культуры. Ориентация молодёжи на здоровый образ жизни может венчаться успехом лишь при осознании того, что здоровье и процесс его укрепления являются инструментальной ценностью в решении каких-либо противоречий. Физическая культура играет значительную роль в жизни студента, так как повседневная его деятельность связана с напряжением зрения, внимания, интенсивной подвижностью, интеллектуальной сферой. Занятие спортом повышает работоспособность, поднимает настроение, успокаивает нервную систему и предотвращает развитие заболеваний.

Для того чтобы заинтересовать студента, важно не только рассказывать о влиянии физической подготовки на организм, но и приводить примеры личностей (спортсменов), которые благодаря этому достигли каких-либо высот: всё же интереснее стремиться к чему-то, когда перед тобой есть наглядный пример.

Преподаватель также должен объяснить студенту, что заниматься спортом следует не только в пределах учебного заведения, но и во внеурочное время поддерживать свою физическую форму, так как она имеет свойство утрачиваться, если самостоятельно за ней не следить.

Физическая культура в высших учебных заведениях является неотъемлемой частью образа жизни студентов, а также областью удовлетворения необходимых потребностей двигательной деятельности. Дает возможность реализовывать свои физические возможности и играет одну из важнейших ролей в решении проблемы с разумным распределением свободного времени.

Спорт и физическая культура – это здоровая жизнь, которая раскрывает все новые возможности для реализации сил и талантов. Это путь, на который вступает здравомыслящий человек, для того чтобы прожитая им жизнь была бы плодотворной, приносила радость ему самому и окружающим. Прогрессивный ритм жизни требует всё большей физической активности и подготовленности.

Таким образом, вопрос о формировании потребности в занятиях физической культурой, а также ведение здорового образа жизни в процессе образования студентов остро стоит в современном обществе. Ведь именно в этом возрасте происходит процесс самоопределения в жизни, закладываются те самые ценности, которые в дальнейшем помогут студенту определить свою жизнедеятельность.

Список литературы:

1. Давыденко Д.Н., Половников П.В., Глушков Ю.Ю. Физическая культура и спорт. Основы здорового образа жизни. – СПб.: СПбГТУ, 1997. – 35 с.
2. Лубышева Л.И. Социология физической культуры и спорта: учеб. пособие. – М.: Академия, 2004. – 240 с.
3. Максимова Т.М. Состояние здоровья и ценностные ориентации современной молодежи // Здоровоохранение РФ. – 2002. – №2. – С. 40-43.
4. Пономарев Н.И. Возникновение и первоначальное развитие физического воспитания. – М. Физкультура и спорт, 1970. – 248 с.

Дрожжаков Александр Иванович

ст. преподаватель кафедры физической культуры

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: hristinanovikovapochta@mail.ru

Лядченко Анна Валерьевна

студентка 3 курса факультета экономики и управления

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: anny52736@mail.ru

УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛОВ

Журнал «Научные записки ОрелГИЭТ» печатается с 2010 г. и является регулярным научным изданием, выпускаемым ОрелГИЭТ с целью развития научно-исследовательской деятельности, поддержки научных школ и подготовки кадров высшей квалификации. В журнале публикуются результаты исследований ученых по экономической теории, экономике и управлению народным хозяйством, бухгалтерскому учету, статистике, товароведению пищевых продуктов и технологии продуктов общественного питания, истории, психологии и педагогике и т.д. «Научные записки ОрелГИЭТ» адресован научным работникам, профессорско-преподавательскому составу учебных заведений, аспирантам и студентам, которые интересуются новейшими результатами фундаментальных и прикладных исследований по различным направлениям науки.

Орловский государственный институт экономики и торговли и редакция журнала «Научные записки ОрелГИЭТ» приглашает к сотрудничеству преподавателей, практических работников, аспирантов, магистрантов, студентов и других заинтересованных лиц. Публикация материалов в журнале для сотрудников и учащихся ОрелГИЭТ бесплатная.

Журнал «Научные записки Орел ГИЭТ» выходит 6 раз в год. График выпуска ближайших номеров журнала размещен на сайте редакционно-издательского отдела ОрелГИЭТ (http://orelgiet.ru/public/Grafik_vykhoda_zhurnalov_OrelGIET).

Редакция принимает материалы только в электронном виде (по электронной почте: almanah-ogiet@mail.ru).

Готовый журнал можно приобрести, оформив подписку по объединенному каталогу «Пресса России» (индекс Е13171).

Перечень разделов

1. Бухгалтерский учет, анализ, аудит и статистика
2. Математические и инструментальные методы экономики
3. Менеджмент и маркетинг
4. Мировая и региональная экономика
5. Финансы, денежное обращение и кредит
6. Экономика, организация и управление
7. Экономическая теория
8. Информационные системы и технологии
9. Стандартизация, метрология и управление качеством
10. Технология и товароведение
11. Пищевая биотехнология
12. Общая и практическая педагогика
13. Теория и методика профессионального образования
14. Теория и методика физического воспитания

Требования к статьям:

Заглавие не должно быть слишком длинным, но полностью отвечать содержанию статьи.

Статьи должны носить, как правило, аналитический, а не описательный характер, автором должен быть четко определен круг рассматриваемых вопросов, их актуальность и цели исследования. В статье не следует приводить лишь перечень цитат и точек зрения, необходимо провести их анализ и на его основе дать систематизацию взглядов по исследуемой проблеме, сформулировать авторский подход к теме. Позиции автора должны быть аргументированы и логически выдержаны. Статью необходимо завершить выводом и предложениями.

К рассмотрению принимаются статьи объемом не менее 0,25 и не более 1 печатного листа (10000-40000 знаков).

Статьи студентов, магистрантов, соискателей и аспирантов должны сопровождаться рекомендацией за подписью научного руководителя (преподавателя) или заведующего кафедрой.

Представляя текст работы для публикации в журнале, автор гарантирует правильность всех сведений о себе, отсутствие плагиата и других форм неправоверного заимствования в рукописи произведения, надлежащее оформление всех заимствований текста, таблиц, схем, иллюстраций. Авторы опубликованных материалов несут ответственность за подбор и точность приведенных фактов, цитат, статистических данных и прочих сведений.

Редакция не несет ответственность за достоверность информации, приводимой авторами. Автор, направляя рукопись в редакцию, принимает личную ответственность за оригинальность исследования (не менее 70%), поручает редакции обнародовать произведение посредством его опубликования в печати.

Плагиатом считается умышленное присвоение авторства чужого произведения науки, мысли, искусства или изобретения. Плагиат может быть нарушением авторско-правового законодательства и патентного законодательства и в качестве таковых может повлечь за собой юридическую ответственность автора. Автор гарантирует наличие у него исключительных прав на использование переданного редакции материала.

В случае нарушения данной гарантии и предъявления в связи с этим претензий к редакции Автор самостоятельно и за свой счет обязуется урегулировать все претензии. Редакция не несет ответственности перед третьими лицами за нарушение данных автором гарантий.

Редакция в обязательном порядке осуществляет рецензирование, необходимое научное и стилистическое редактирование всех материалов, публикуемых в журнале. Рецензирование и редактирование рукописей (научное, стилистическое, техническое) осуществляют редакционный совет и редколлегия журнала в соответствии с требованиями ВАК РФ к изданию научной литературы. Редколлегия осуществляет за собой право отклонять работы по тем или иным причинам.

Направление материалов в редакцию для публикации означает согласие автора с приведенными выше требованиями.

1. Материал должен быть набран в текстовом редакторе MicrosoftWord в форматах doc, docx или rtf. Формат страницы – А4, ориентация страницы – книжная. Межстрочный интервал – одинарный; абзацный отступ – 1,25 см.; все поля – по 20 мм. Текст должен быть выровнен по ширине. Обязателен автоматический перенос слов. Шрифт TimesNewRoman – 12 пт., обычный. Текст не должен содержать подчеркиваний, выделения курсивом или полужирным шрифтом, за исключением случаев, оговоренных в пп. 2, 3. Не допускается вставка разрыва страниц, разрыва разделов, деление текста на колонки и иное дополнительное форматирование. Обязательны ссылки на рисунки, таблицы и использованные источники в тексте.

2. Статья должна содержать Ф.И.О. автора (авторов), наименование (заголовок), аннотацию, ключевые слова, текст статьи, список литературы, контактные данные автора (авторов). Пример оформления статьи:

УДК (по левому краю, полужирным)
<пустая строка>

Фамилия И.О. (по центру, полужирным)

<пустая строка>

НАЗВАНИЕ СТАТЬИ (по центру, полужирным, все прописные, без переносов) **НЕ ДОЛЖНО БЫТЬ СЛИШКОМ ДЛИННЫМ, НО ПОЛНОСТЬЮ ДОЛЖНО ОТВЕЧАТЬ СОДЕРЖАНИЮ СТАТЬИ**

<пустая строка>

Аннотация, до 500 знаков с пробелами (по ширине, с абзаца, курсивом)

<пустая строка>

Ключевые слова: 5-15 ключевых слов (по ширине, с абзаца, курсивом)

<пустая строка>

Материалы статьи (по ширине, с абзаца, включают авторский текст, цитаты, формулы, таблицы, рисунки, и т.п.)

<пустая строка>

Список литературы: (по центру).

Далее с абзаца приводится нумерованный список использованных источников литературы.

<пустая строка>

Фамилия Имя Отчество (по правому краю, полужирным курсивом)

ученое звание, должность, название кафедры – для преподавателей

или курс и факультет – для студентов (по правому краю, курсивом)

наименование ВУЗа (по правому краю, курсивом)

e-mail и/или контактный телефон (по правому краю, курсивом)

Если авторов двое и более, приводятся контактные данные всех авторов в том же порядке, в котором авторы указаны в заголовке статьи.

Если статья написана студентом, магистрантом, соискателем или аспирантом под руководством преподавателя (не в соавторстве), то после сведений об авторе (авторах) через пустую строку приводятся контактные данные научного руководителя:

<пустая строка>

Научный руководитель

Фамилия Имя Отчество (по правому краю, полужирным курсивом)

ученое звание, должность, название кафедры (по правому краю, курсивом)

наименование ВУЗа (по правому краю, курсивом)

e-mail и/или контактный телефон (по правому краю, курсивом)

3. При вставке формул необходимо использовать MicrosoftEquation 3. Формулы выполняются курсивом (основной размер символа 10-12 pt), размещаются по центру строки, нумерация справа в круглых скобках. В формулах в качестве символов следует применять обозначения, установленные соответствующими государственными стандартами. Пояснение значений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в которой они даны в формуле. Значение каждого символа и числового коэффициента следует давать с новой строки. Первую строку пояснения начинают со слова «где» без двоеточия. Если уравнение не умещается в одну строку, оно должно быть перенесено после знака равенства «=» или после знака «+» или после других математических знаков с их обязательным повторением в новой строке. Пример оформления:

Рентабельность основных фондов R_{OF} рассчитывается по формуле (1):

$$R_{OF} = П / ОФ \quad (1)$$

где П – прибыль предприятия за отчетный период, руб.;

ОФ – среднегодовая остаточная стоимость основных фондов за отчетный период, руб.

4. Рисунки должны быть черно-белыми, без полутонов, толщина линий не менее 0.5 pt. Ширина рисунка не должна превышать 170 мм, высота – 230 мм. Отдельные блоки и элементы в рисунках и схемах следует сгруппировать. Номер и наименование размещаются под рисунком, по центру строки. До и после рисунка необходимо оставить по одной пустой строке. Пример оформления:

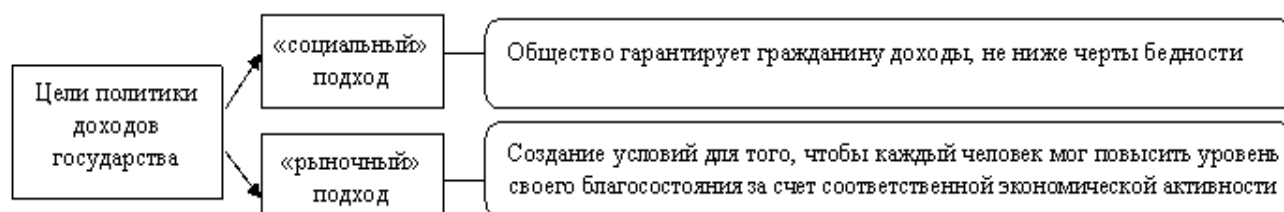


Рисунок 1 – Классификация различных подходов к целям государственной политики формирования доходов населения

5. Цифровой материал рекомендуется оформлять в виде таблиц. Таблицу, в зависимости от ее размера, помещают под текстом, в котором впервые дана ссылка на нее, или на следующей странице. Заголовки столбцов и строк таблицы следует писать с прописной буквы, а подзаголовки – со строчной буквы, если последние подчиняются заголовку. Разделять заголовки и подзаголовки диагональными линиями не допускается. Графу «№ п/п» в таблицу не включают. В таблице допускается уменьшение шрифта до 10 пт. При переносе таблицы на другой лист головку таблицы (первую строку с заголовками столбцов) следует повторить в начале каждой страницы. Если головка таблицы велика, то допускается ее не повторять, в этом случае ниже головки необходимо разместить дополнительную строку с номерами столбцов, тогда каждый следующий лист начинается со строки с номерами столбцов. До и после таблицы необходимо оставить по одной пустой строке. Пример оформления:

Таблица 1 – Состав стейкхолдеров, которых менеджмент компаний считает наиболее значимыми (% от числа опрошенных)

Стейкхолдеры	2012 год	2013 год
1. Акционеры (участники)	83	52
2. Сотрудники	70	54

6. Кавычки в тексте статьи должны выглядеть так: «.....». Ссылки на литературные источники и приведенные в статье статистические данные следует оформлять в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила оформления». Ссылку на список литературы заключаем в квадратные скобки «.....» [1, с. 125].

7. Список литературы, использованной автором, является обязательным элементом статьи. Он приводится в конце статьи, записи (источники) в списке оформляются в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008. Пример оформления:

КНИГИ (названия категорий в списке литературы не приводятся)

1. Агафонова Н.Н., Богачева Т.В., Глушкова Л.И. Гражданское право: учебное пособие для вузов / под. общ. ред. А.Г. Калпина. – М.: Юристъ, 2002. – 542 с.
2. Росляков А.Л. Законодательство Российской Федерации о военной службе. – Пенза: Ось-89, 2014. – 146 с.

АВТОРЕФЕРАТЫ И ДИССЕРТАЦИИ

3. Вишняков И.В. Модели и методы оценки коммерческих банков в условиях неопределенности: дис. ... канд. экон. наук. – М., 2002. – 234 с.
4. Разуваев И.Г. Особенности взаимодействия финансового и интеллектуального капитала в российской экономике: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Самара, 2007. – 24 с.

ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

5. Художественная энциклопедия зарубежного классического искусства [Электрон-

ный ресурс]: электрон. текстовые, граф., зв. дан. и прикладная прогр. – М.: Большая Рос. энцикл., 1996. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

6. Шарков Ф.И. Социология теории и методы [Электронный ресурс]: учебник. – М.: Экзамен, 2007. – 1 эл. опт. диск (CD-ROM).

7. Программа социально-экономического развития Российской Федерации на 2008-2011 гг. Распоряжение Правительства РФ от 19 января 2008 г. № 38-р [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://jurbase.ru>.

8. Куратов А.А., Онтраев Н.В. Кафедра истории Поморского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hist.pomorsu.ru/history.html>.

9. Черткова Е.Л. Утопия как способ постижения социальной действительности [Электронный ресурс] // Социумы: журнал Уральского гос. ун-та. – Екатеринбург, 2002. – №8. – Режим доступа: http://www2.usu.ru/philosophi/soc_phil/rus/text/sosiemy/8/chertkova.

10. Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://window.edu.ru>.

СТАТЬИ ИЗ ЖУРНАЛА, ГАЗЕТЫ

11. Алигаджиева Е.М. Анализ уровня развития социальной отчетности в России // Экономический анализ: теория и практика. – 2008. – №19. – С. 18-23.

12. Санникова И.Н., Шавкунова Н.А. На пути к бухгалтерскому экологическому учету и отчетности // Международный бухгалтерский учет. – 2009. – №3. – С. 27-33.

РАЗДЕЛ (ГЛАВА) ИЗ КОЛЛЕКТИВНОЙ МОНОГРАФИИ, УЧЕБНИКА

13. Малый А.И., Кемпбелл Дж., О'Нейл М. Введение в законодательство Европейского сообщества // Институты Европейского союза: учеб. пособие. – Архангельск, 2002. – Разд. 1. – С. 7-26.

14. Глазырин Б.Э., Глазырина И.Б. Автоматизация выполнения отдельных операций в Word 2000 // Office 2000: самоучитель / под ред. Э.М. Берлинер. – М.: БИНОМ, 2002. – Гл. 14. – С. 281-298.

15. Рудакова О.В., Шатунова Н.Н. Социальная политика: сущность и механизм реализации. Социальная политика в России // Организация и управление социально-экономическими системами: коллективная монография / под общ. ред. проф. Н.И. Лыгиной. – СПб: ИНФО-ДА, 2007. – Книга 3. – Гл. 13. – С. 228-244.

СТАТЬЯ ИЗ СБОРНИКА НАУЧНЫХ ТРУДОВ

16. Рудакова О.В., Верижников А.Г. Криминальные аспекты российского предпринимательства // Институциональная и эволюционная экономика: проблемы и перспективы развития: материалы международной научно-практической конференции (Орел, 24 апреля 2008 г.) / под общ. ред. проф. Н.И. Лыгиной. – Орел: Издательство ОрелГИЭТ, 2008. – С. 207-216.

17. Рудакова О.В. Теоретические аспекты распределения доходов // Логистика в отраслях и сферах применения: межвуз. сб. науч. тр. / под общ. ред. проф. Е.В. Сибирской. – Орел: Изд-во ОрелГИЭТ. – С. 135-141.

Более подробно требования к публикуемым статьям изложены на интернет-странице РИО ОрелГИЭТ http://orelgiet.ru/public/Trebovaniya_k_publicuemym_statyam.

МАТЕРИАЛЫ, НЕ СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ТРЕБОВАНИЯМ, НЕ РАССМАТРИВАЮТСЯ!

ANNOTATION

BOOK KEEPING, ANALYSIS, AUDIT AND STATISTICS

Buslaeva M.O

FEATURES OF REPORTING FORMATION OF THE SMALL BUSINESS SUBJECTS

World practice shows that it is the small business sector in economy is socially significant in practically all countries. This sector brings gives the state larger income which provides population employment, renders such services which cannot be rendered by large organizations. However at present this sector of economy does not play the due role in the Russian Federation. Current legislation does not provide favorable conditions for the development of small business. Nevertheless, this area has positive prospects in Russia. That is why it is necessary to consider the features of taxation, organization and book-keeping of small business organizations.

Keywords: small business, book-keeping, financial reporting, balance, financial results report, simplified form, zero balance.

Jakushenko V.M, Khanenko M.E.

USE OF METHOD DIRECT COCTING IN MANAGEMENT ACCOUNTS

In the article the use of direct costing method in management accounts is considered. In practice of financial and economic activity of the enterprise the “direct-costing” system is a way of planning of the enterprise costs on production and sales, the method cost prices calculation on the basis of direct cost.

Keywords: management accounts, cost prices calculation of production, direct and indirect costs, overhead expenses, constant and variable expenses, marginal account, direct-costing method.

Petrova Ju.M.

FUNCTIONAL ROLE OF ACCOUNTS RECEIVABLE IN THE MECHANISM OF CIRCULATING CAPITAL MANAGEMENT

One of the factors of effective enterprise development is rational use of circulating capital. The modern mechanism of circulating capital management should include the whole set of functions of its elements management. Highly liquid assets as a part of circulating capital include accounts receivable which require regular analysis and control as quite often they result in withdrawal of means from circulation. The role accounts receivable in circulating capital functioning and the basic approaches to their regulation are disclosed in the article.

Keywords: capital, accounts receivable, mechanism, turnover, management, assets, liquidity, risk.

Iljina A.D.

FEATURES OF ACCOUNTING REPORTING AT REORGANIZATION IN THE FORM OF MERGING

Features of accounting reporting at reorganization in the form of merging are considered in the article. The basic stages of merging procedure are presented, their documentary registration is considered. Methodical approaches to financial results accounting in the course of reorganisation, closing of accounting record of profits and losses and indicators of accounting (financial) reporting are disclosed.

Keywords: reorganisation, merging, "alternative liquidation", transfer act, closing accounting reporting, opening accounting reporting.

Maklakova M.E, Khanenko M.E.

DRAWING UP OF MANAGERIAL BALANCE SHEET ON ACTIVITY CATEGORIES

The traditional form of balance sheet is inconvenient for management purposes as there is no clear interrelation of the assets and liabilities remainder with real dynamics of money in it. Transformation of traditional balance into managerial balance on activity kinds helps provide reporting transparency and make the balance more comprehensible and informative for the user.

Keywords: managerial balance, management accounts, managerial decisions, money, balance sheet.

Sushkina T.S., Lytneva N.A.

FINANCIAL STABILITY OF THE ENTERPRISE: ESTIMATION AND DECISION-MAKING

Methodical approaches to the analysis and estimation of financial stability of the enterprises which allow systematizing the sequence of equity capital study to define its sufficiency or lack, incomes and expenses, the level of their balance, enterprise assets and their liquidity are considered in the article. To estimate the level of financial stability a number of the factors characterizing the situation at the enterprise is considered to make managerial decisions.

Keywords: financial stability, stability, liquidity, capital, coefficients, profitability, profitableness, solvency.

Turin V.V.

THE ESSENCE OF FINANCIAL RESULTS REPORT AND THE PROCEDURE OF ITS DRAWING UP

Bookkeeping reporting of the enterprise is the closing stage of registration process. Bookkeeping reporting is the basic source of information about the enterprise activity. Careful study of bookkeeping reports discloses the reason of the achieved success and the lacks in the work of the enterprise, promotes the search of the ways to perfect its activity. External users of bookkeeping information have the opportunity to estimate financial position of potential partners according to the reporting.

Keywords: account, financial results, reporting, method, indicators, incomes, expenses, information.

Frolova L.O.

FEATURES OF INTERMEDIATE ACCOUNTING REPORTING FORMATION

For forecasting and enterprise financial rating proprietors and management require more effective information, than the one which is revealed in the annual account. These data are presented in the intermediate financial statement. The order of its drawing up is defined by IFRS 34 (International Financial Reporting Standards). Modern reliable accounting reporting helps investors, creditors and other persons understand organization possibilities on generating of profit and money flows and estimate its liquidity and financial performance. It is this information that intermediate financial statement can provide.

Keywords: intermediate financial statement, IFRS 34, assets estimation, liabilities estimation, financial reporting, profit, money.

MANAGEMENT AND MARKETING

Semenova S.Ju.

ROLE OF PACKAGING IN MARKETING

In the article the role of packaging in the commodity policy of marketing and its basic functions are considered. This policy can be realized only at observance of the basic requirements to packaging design.

Keywords: packaging, marketing, brand, advertising, processing.

Kondrashova A.V.

COSTS MANAGEMENT AS A FACTOR OF INCREASES OF THE COMPANY COMPETITIVENESS

The questions of calculation of costs on the volume of economic activity according to the idea of entrepreneurship as the process including working out of the good, material support, production, sale and after-sale service are considered in the article.

Keywords: production price, costs, calculations of costs on economic activities volume.

Kiselev I.O., Ershova E.A.

SOCIAL-PSYCHOLOGICAL CLIMATE AS AN ELEMENT OF CORPORATE CULTURE

The factors influencing the development of corporate culture are considered in the article. The factor of social-psychological climate is of great value. The activity aimed at formation of effective corporate culture of the organization is actual for functioning. In this connection it is necessary to carry out the search of effective development ways of mental activity and behaviour of the people who interact in their labour activity.

Keywords: corporate culture, climate, efficiency, management, factors, values, employees, conflicts, productivity.

Pavlova N.A.

STANDARDIZATION OF COSMETIC GOODS

The problem of safety and quality of cosmetic is actual, as these goods can be referred to of day-to-day goods. In the work the compliance of cosmetic with the requirements and their standardization are considered.

Keywords: cosmetic, cosmetics, standardization, GOST (State Standard), TU (specification), OST (Branch Standard), quality of products.

Denisova I.D.

TRADITIONAL AND NEW MEDIA: RUSSIA'S ROLE OF IN ADVERTISING MARKET AND DEVELOPMENT PROSPECTS

Advertising market, which develops headlong, influences national economy development greatly. New mass media have gradually superseded traditional ones. Under these conditions any person has access to considerable quantity of information and can form and produce it independently. Thus, traditional media

experience the decline, and new media successfully develop. Therefore, new media play the major role promoting development of advertising market and Russia economy as a whole.

Keywords: newspapers, magazines, Internet advertising, content, multimedia journalism, new media, printed mass-media, radio, advertising, advertising market, advertising market segments, mass-media, TV, traditional media, Russia economy, new-media.

Dimitrova E.V.

BUSINESSMAN IMAGE

Basic components of the businessman image – external, communicative and behavioural – are considered in the article. It is business image that allows making the first impression about the person. The more attractive it is, the more the businessman professional authority and politician public reputation.

Keywords: image, communications, communication style, etiquette, businessman.

Semenova S.Ju.

DEVELOPMENT TENDENCIES OF RUSSIAN PACKAGING INDUSTRY

Development tendencies of Russian packaging industry are considered in the article. At present modern kinds of packaging are flexible and rigid plastic, paper, cardboard, glass and metal packaging. The motive forces of development of packaging branch are: change of consumer demand, growth of trading networks, monopolism among manufacturers of raw materials for packaging production, and etc.

Keywords: container, goffer production, modern market, metal packaging, waste paper, flexible packaging materials.

Skvortsova N.A., Jasakova A.V., Kurpatova A.S.

INFLUENCE OF ADVERTISING ON BUYER'S SUBCONSCIOUSNESS IN TRADING BUSINESS

The psychology of advertising influence is considered in the article. This theme is actual, as the most important problem of general psychology is to study mental processes of the person. Today these processes are investigated mainly to create the most effective psychological and commercial advertising as it acts as a powerful tool of creating a certain set for a person: "go and buy what we offer". The authors analyze influence of mass-media advertising on person's subconsciousness.

Keywords: psychological influence, motivation, advertising method, marketing, trading business.

WORLD AND REGIONAL ECONOMY

Dermenzhi M.I, Krylova A.V.

ANALYSIS OF THE THREATS AT DECREASE OF RUSSIA EXPORT OF FUEL AND ENERGY RESOURCES

Possible threats for Russia at export reduction of fuel and energy resources are considered in the article. The ways of threats minimization from the markets of the West by creation of "the second floors" and working out of "tuning actions" are presented. Optimum choice of platforms for LNG plants (liquefied natural gas) from the point of view of a transport network is considered.

Keywords: fuel and energy resources, liquefied natural gas, “tuning actions”, “the second floors”, transport infrastructure.

Bogachyova V.V., Safronov A.V., Mazur L.V., Bobrova E.A.

INFLUENCE OF GEOPOLITICAL INSTABILITY ON CORPORATIONS CAPITALIZATION ON THE EXAMPLE OF PJSC “GAZPROM”

Under conditions of geopolitical instability the theme of enterprises' profit formation, especially monopolistic ones, and possibilities of its increase is still actual. Influence of external permanent conditions on capitalization of the largest enterprise in the Russian Federation is considered in the article. Share quotations, dividend policy of PJSC “Gazprom”, dynamics of its capitalization, and credit rating of the enterprise are considered. Transition to national currency, i.e. roubles, at selling of oil and gas products is suggested.

Keywords: share capital, share quotations, dividends, oil price, credit rating, natural gas quotations, national currency.

Parkhomenko A.I., Perevarikhina A.A.

MODERN STATE OF MEAT INDUSTRY IN ORYOL REGION

The role of food-processing industry development in the national economy is constantly increasing. Great attention is paid to the market of meat and meat products. To understand the modern processes in the meat market in Oryol region, it is necessary to consider the problems of production and processing of meat and meat products and their consumption structure.

Keywords: food-processing industry, meat industry, price, meat market, trade, production volume.

Narivonchik D.A., Kuklo I.A.

INVESTMENT MEMORANDUM AS A TOOL OF REGION RE-STRUCTURING

The problems of regions development at the present stage and directions of the region's economy perfection under conditions of the developed crisis are considered in the article. Re-structuring procedure of managing subjects and crisis management measures promoting financial improvement and region's financial policy reforming are considered as the tool of crisis situations regulation.

Keywords: region, development, strategy, re-structuring, management, economic growth, efficiency, improvement.

ECONOMY, ORGANIZATION AND MANAGEMENT

Parushina N.V., Ivanova E.A., MikituKho A.A.

SYSTEM OF EFFICIENCY INCREASE OF FINANCIAL AND ECONOMIC ACTIVITY OF TRADING ORGANISATIONS ON THE BASIS OF ECONOMIC ANALYSIS TOOLKIT

Estimation of conceptual approaches to substantiation and increase of the efficiency of financial and economic activity of trading organisations on the basis of methods and techniques of economic analysis is presented in the article. The system of information-methodical substantiation of the efficiency of economic subjects activity which can be used in various spheres of economy is suggested.

Keywords: analysis, control, indicator, forecasting, strategy.

Konobeeva O.E, Konobeeva E.E., Galitskova K.V.

DEVELOPMENT FEATURES OF MARKETS OF RAW MATERIALS IN RUSSIA

Commodity markets are the most important in Russia. In the article their features and problems are considered. There are major factors of influence on any commodity market as well as on raw materials market. But there is a number of specific inherent features in it too. Speculation plays appreciable role in conjuncture formation of the given market, which is understood as acquisition of the product for the purpose of its resale and getting of special (speculative) profit and growth of market prices (or their fall) as a result during the period between purchase and sale.

Keywords: commodity markets in Russia, stock exchanges, industry, agriculture, currency market.

Soboleva Ju.P., Vorogova O.S.

APPEARANCE AND DEVELOPMENT OF INVESTMENT ACTIVITY IN RUSSIA

Characteristic of the process of appearance and development of investment activity in Russia is given in the article. The basic problems and tendencies are described. Results of investment activity across Russia and at regional level are considered.

Keywords: investments, investment activity, region.

Pjanov R.L.

ROLE OF STRATEGIC PLANNING IN THE COMPANY ACTIVITY MANAGEMENT

Strategic planning acts as one of the elements of strategic management of the company activity. It defines the vector of the enterprise development. How effective the further development of the company will be depends on quality of strategic planning. Economic situation in the modern world does not allow avoiding the problem of strategic planning.

Keywords: strategic management, strategic planning, efficiency of the company development.

Permicheva V.F., Lytneva N.A.

PROFIT IN MANAGEMENT OF ORGANIZATION INDUSTRIAL AND SOCIAL DEVELOPMENT

Substantiation of necessity to manage rational profit distribution between industrial and social spheres of the organisation for its successful functioning is given in the article. The research is based on the analysis of profit distribution in the leading corporations in sphere of IT technologies – Google and Apple. The nature of profit and the basic order of its distribution are formulated. The initial capital and incomes of the companies Google and Apple at the present stage are presented. The analysis of profit distribution between industrial and social spheres in the companies Google and Apple, which are successfully developing technological corporations, is made. Investments of the companies into innovations and improvements are studied and financing and social sphere development of the companies are analyzed.

Keywords: profit, management, distribution, development, industrial, social, innovations, researches, workings out, Google, Apple.

Konobeeva O.E, Konobeeva E.E., Rakhimova A.D.

FEATURES OF LEGAL REGULATION OF TRADING ACTIVITY IN THE RUSSIAN FEDERATION

The standard-legal base of trading activity is disclosed in the article and the questions of trading activity regulation in the Russian Federation are considered. The authors analyze the amendments and changes in legal support of trade because of the coming into force of the Federal Law "On the Fundamentals of State Regulation of Trading Activity in the Russian Federation".

Keywords: wholesale and retail trade, state regulation.

Tikhenkaya N.S., Lytneva N.A.

THE IMPORTANCE OF INNOVATIONS IN STRATEGY OF FORMATION OF THE ENTERPRISE

In the article the necessity to develop innovative potential of the enterprise is disclosed. The essence of innovation and concepts of innovation and innovation for research of economic maintenance, necessary to work out and make administrative decisions on realization of innovative policy are considered. Approaches to estimation of the result of innovative products realization according to the state of organization innovative potential, the basis of which consists of various resources, are defined. Innovations properties corresponding to consumers demand are analyzed.

Keywords: innovations, potential, results, management, innovation, transformation, strategy.

Pjanov S.L.

INDUSTRIAL ENTERPRISE MANAGEMENT: BUSINESS CONCEPT

In the article the conditions of the problem statement of global resource management optimization of industrial enterprises are substantiated. The control system of business processes is considered from the point of view of system approach.

Keywords: business processes, management mechanism, modelling, innovations, efficiency.

INFORMATION SYSTEMS AND TECHNOLOGIES

Medvedkova H.A., Shmarkova L.I.

INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE SPHERE OF SERVICES

The possibilities of modern information technologies use in the services sphere of car washes are considered in the article. The review of the most effective program complexes for automation of car washes activity to reveal optimum variants of their use is carried out.

Keywords: information technologies, services, business, efficiency, competitiveness.

Serpilina M.S., Zimina L.V.

INFORMATION SYSTEMS OF SOCIAL AND ECONOMIC MANAGEMENT AT REGIONAL LEVEL

Information systems are an integral part of social and economic management. They closely cooperate with each other. To provide the organizations with the necessary information, there should be information systems inside the organizations. The automated information systems are necessary for the organiza-

tions to provide them with new technologies in order to be successful. Thus, information technologies favorably influence the firm, and it influences information technologies as management is impossible without information.

Keywords: information system, information, management, information technologies.

Sergeeva I.I., Lazarenko I.L.

INFORMATION-COMMUNICATION TECHNOLOGIES FOR CULTURAL HERITAGE

The use of information technologies in sociocultural sphere plays an important role in preservation and augmentation of humanitarian heritage. In the article the methods and forms of content in the given area are described.

Keywords: cultural heritage, information technologies, the Russian Federation Culture portal.

Potapenko O.V., Shmarkova L.I.

AUTOMATION TECHNOLOGIES OF TOUR OPERATOR ACTIVITY

The possibilities of automation of tour operator activity both in international, and in the regional market of tourism are considered in the article. Analytical survey of the most effective program complexes for automation tour operator activity is carried out.

Keywords: information technologies, tourist services, business, tour operator activity, efficiency, automation.

Koroleva O.D., Golovina J.O.

DEVELOPMENT TENDENCIES OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN HOTEL BUSINESS

Modern tendencies of information technologies development and use in hotel business are described in the article. The role, forms and importance of automation at the enterprises of hospitality industry for interactions with the consumers are specified.

Keywords: information technologies, hotel business, communications, efficiency, automation.

TECHNOLOGY AND COMMODITY RESEARCH

Luneva O.N., Glushkova P.M.

WORKING OUT OF FUNCTIONAL FOODSTUFFS OF SPECIAL PURPOSE

The problems of healthy diet of the population, pregnant women in particular, improvement of the diet by products enrichment with necessary vitamins, macro-and microelements, lack of specialized products for pregnant women nutrition in the Russian market proved the expediency to carry out the researches in the field of formulations and technologies working out concerning the production of functional products for pregnant women.

Keywords: functional food, curd products, pregnant women.

Zhmurina N.D., Parshina E.A., Baranchikova O.A.

INFLUENCE OF HOLY THISTLE EXTRACT ON OXIDATION PROCESSES PROTEIN-FATTY COMPOSITION

The question about the necessity to solve the problem of fats oxidation is considered in the article. Influence of vegetative extracts on oxidation processes in iodized protein-fatty composition is studied.

Keywords: holy thistle extract, oxidation processes, antioxidant actions, flavonoids, fats oxidation.

Luneva O.N., Zegeleva V.V.

PRECONDITIONS OF FUNCTIONAL FOODSTUFFS CREATION

People face the problem of high cholesterol more often now. Thus there is a question on the necessity of creation of functional products intended to normalize the cholesterol level in blood.

Keywords: cholesterol, cultured milk food, curd product, vitamins, mineral substances.

Golovina J.O.

CHARACTERISTICS AND QUALITY INDICATORS OF SAUSAGE PRODUCTS

Indicators of sausage quality are considered in the article on the basis of study of the its structure and characteristics. Features of sausage quality and defects are singled out. The role of packaging as a factor of sausage keeping quality is revealed.

Keywords: sausage, structure, value, packaging, quality.

THE THEORY AND METHODS OF PHYSICAL EDUCATION

Lobachev G.A., Bezlepina J.V.

PHYSICAL DUCATION MEANS SUCCESSFUL LIFE

Movement means life! That is the main motto of modern society. Physical culture is made up of person's internal culture and his appearance, which each person makes himself. Regular exercises, going in for sports help the person develop and find his way in modern society.

Keywords: physical training, sports, person, life.

Guskov V.M, Kuzmicheva K.S., Razumova V.L.

FITNESS IN THE SYSTEM OF PHYSICAL TRAINING

The article is devoted to the study of the role of fitness in the system of physical culture and human health. As technosphere development gathers speed bringing the society not only comfort, but also latent threats for health and human life activity going in for sports becomes necessary for society to provide healthy life-style.

Keywords: fitness, health, physical training, sports.

Drozhhakov A.I., Lyadchenko A.V.

**PHYSICAL TRAINING AS AN IMPORTANT COMPONENT OF
STUDENTS HEALTHY LIFE-STYLE**

The essence of physical training and its role in maintenance of healthy life-style on the example of student's youth is disclosed in the article. Features of students' life activity and their relation to the given life style are described.

Keywords: physical culture, healthy life-style (HLS), student youth, health, physical training.