

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КРЫМСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ В. И. ВЕРНАДСКОГО»

СБОРНИК ТЕЗИСОВ УЧАСТНИКОВ

V научно-практической конференции
профессорско-преподавательского состава,
аспирантов, студентов и молодых ученых

«ДНИ НАУКИ КФУ им. В.И. ВЕРНАДСКОГО»

Институт экономики и управления

(наименование структурного подразделения/филиала)

**СЕКЦИЯ: «Тенденции функционирования
современных предприятий и организаций»**

г. Симферополь 2019 год

V научно-практическая конференция профессорско-преподавательского состава, аспирантов, студентов и молодых ученых «Дни науки КФУ им. В.И. Вернадского» / Сборник тезисов участников/ Секция «Тенденции функционирования современных предприятий и организаций» // Симферополь, 2019

В сборник включены доклады участников V научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава, аспирантов, студентов и молодых ученых «Дни науки КФУ им. В.И. Вернадского», отражающие достижения научных и практических изысканий в сфере естественных, гуманитарных, технических наук и информационных технологий.

Работы публикуются в редакции авторов. Ответственность за достоверность фактов, цитат, собственных имен и других сведений несут авторы.

СЕКЦИЯ «Тенденции функционирования современных предприятий и организаций»

(наименование секции)

Партнер работы секции – Учебный центр ООО «Ваш Консультант»

ЦИФРОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ КАК НОВЫЙ ТИП БИЗНЕСА

Наливайченко Е.В.¹

¹*профессор кафедры экономики предприятия Института экономики и управления КФУ
katnaliv@yandex.ru*

Введение. Современный переход к новому технологическому укладу во многом обусловлен информатизацией и развитием цифровых технологий. Благодаря процессу «цифровизации» (англ. – digitalization), который является результатом НТП и представляет собой переход с аналоговой формы передачи и хранения информации на цифровую, взаимоотношения участников рынка становятся возможны не только через фактическую коммуникацию, но и посредством перемещения неограниченного количества информации в различных частях мира в кратчайшие сроки с помощью цифровых устройств. В этой связи, актуальность исследования обусловлена тем, что цифровизация бизнес-процессов способствует появлению новых форм и способов ведения бизнеса, формированию перспективных цифровых бизнес-моделей, которые не только успешно конкурируют с традиционным бизнесом, но и трансформируют современные рынки, вытесняя менее эффективные формы бизнес-организации.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является рассмотрение цифровых платформ как нового типа бизнеса. Для достижения цели в исследовании поставлены и решены следующие задачи: рассмотреть сущность и принципы организации цифровой платформы, определить отличия цифровых платформ от традиционных типов бизнеса, привести классификацию цифровых платформ.

Методы исследования. В ходе исследования использованы такие общенаучные методы как анализ и синтез (для выявления особенностей цифровых платформ), обобщение и систематизация (для определения сущности и классификации цифровых платформ).

Результаты исследований. Цифровая платформа – это бизнес-модель, основанная на электронных технологиях, суть которой заключается в предоставлении услуг по координации деятельности различных участников рынка. Под влиянием цифровых платформ происходит трансформация структуры рынков – платформа представляет собой информационную систему, которая обеспечивает прямое взаимодействие производителей и конечных потребителей без посредников.

Платформа предоставляет участникам ряд удобств, автоматически формирует рейтинги доверия между ними, а главное – позволяет продавцам и покупателям товара/услуги быстро найти друг друга, быстро заключить сделку и произвести расчеты. При этом многие платформы могут обслуживать участников сделок без каких-либо географических ограничений. Компании могут пользоваться ресурсами и мощностями цифровой платформы, что устраняет необходимость их приобретения в качестве физических активов. При этом, платформенные компании ориентированы на рынок потребителя – рынок, всецело подчиненный спросу и потребностям потребителей. Два ключевых принципа платформенного

бизнеса – сервисный формат продукта (everything-as-a-service / все-как-сервис) и гибкий формат оплаты (pay-as-you-go / плати-по-ходу).

Различные цифровые платформы объединяются в «экосистемы» – основанные на обмене данными сети независимых участников и групп, которые развиваются путем совместного создания инновационных решений и технологий. Основой экосистемы являются облачные сервисы, ускорителем функционирования – открытое многоразовое программное обеспечение, опорой – API-архитектура (API – Application Programming Interface, интерфейс прикладных программ) – готовые процедуры и решения различных практических задач, двигателем – мобильные платформы разработок, средой – «интернет вещей» (IoT – Internet of Things).

Современные цифровые платформы можно классифицировать следующим образом (рисунок 1).

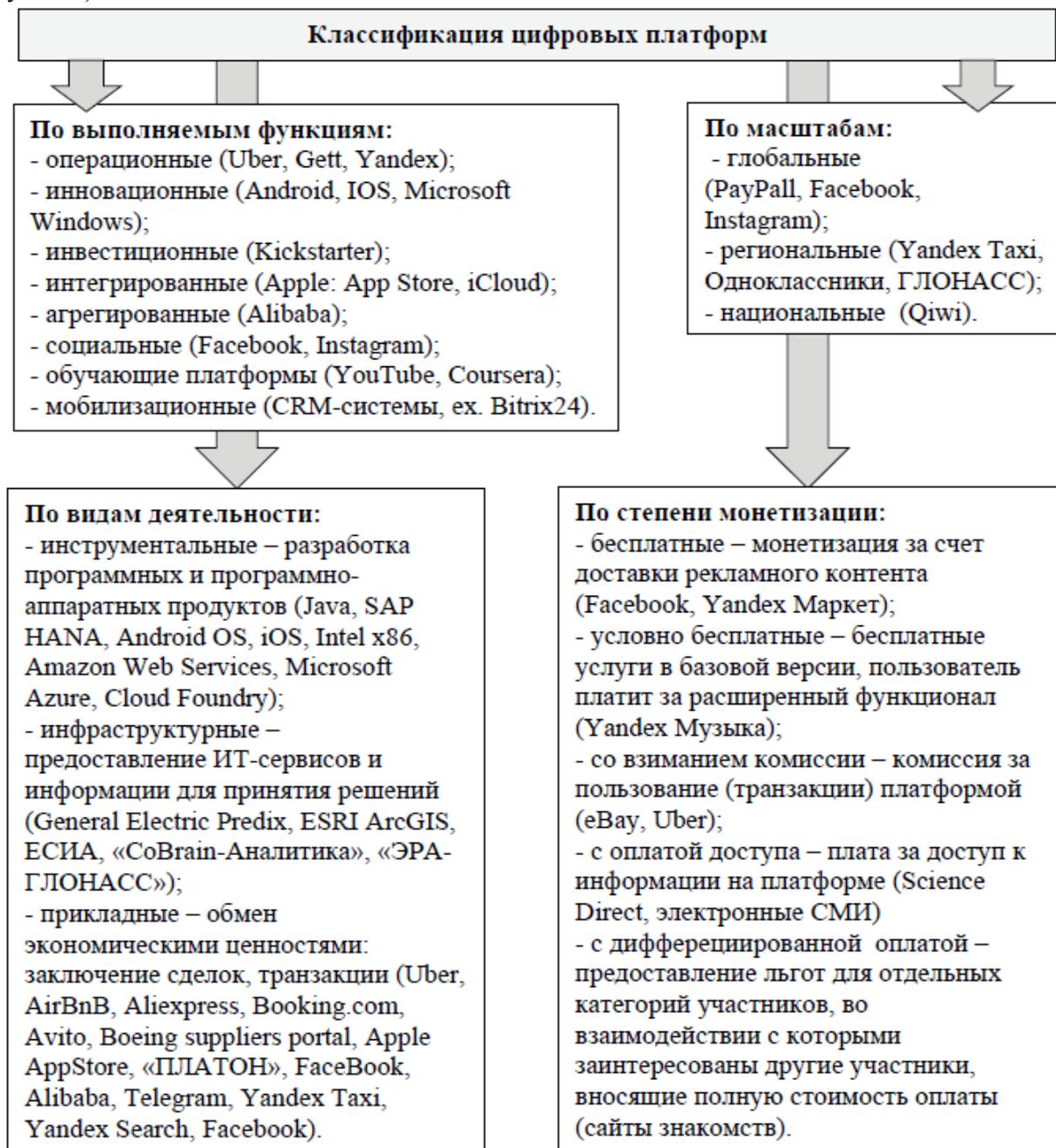


Рисунок 1 – Классификация цифровых платформ

Получая очевидные преимущества от использования цифровых платформ, традиционный бизнес при этом сильно рискует, теряя контроль над каналами сбыта и попадая

в зависимости от владельцев цифровых платформ. Поэтому цифровая трансформация является актуальной и на уровне отдельного бизнеса.

Выводы. Цифровые платформы – это новый тип бизнеса, который приходит на смену транснациональным корпорациям, меняющий структуру традиционных рынков и создающий новые. Платформы создают цифровую инфраструктуру рынков, устраняя посредников, иерархические связи и распространяя инновационные бизнес-модели. Различные цифровые платформы объединяются во взаимосвязанные, основанные на обмене данными «экосистемы». Таким образом, стратегии традиционного бизнеса в эпоху цифровой трансформации должны ориентироваться на создание многочисленных партнерств с независимыми третьими сторонами с целью построения экосистемы вокруг цифровой платформы.

ОЦЕНКА ПРИОРИТЕТНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

Ергин С.М.¹ Аблякимова А.С.²

¹ *д.э.н., профессор кафедры экономики предприятия Института экономики и управления КФУ имени В.И. Вернадского*

² *обучающаяся 3 курса бакалавриата Института экономики и управления КФУ*

Введение. Республика Крым – уникальный и стратегически важный регион для Российской Федерации. Особое место Крыма в пространстве России определяют неповторимый исторический путь развития, культурное многообразие и многонациональный состав населения. В то же время Республика Крым является крупным производителем продовольствия, одним из крупнейших санаторно-курортных и туристических центров России, в республике располагаются крупные судостроительные мощности страны в Черном море.

Целью исследования является оценка существующих проблем и выявление инвестиционных приоритетов в экономике Республики Крым. Задачами исследования являются анализ современного состояния инвестиционной деятельности в регионе, выявлении сильных и слабых сторон инвестиционной деятельности, оценка преимуществ и недостатков осуществления инвестиций в приоритетные направления развития республики, оценка инвестиционной привлекательности Республики Крым. Решение поставленных задач осуществляется на основе применения общенаучных методов исследования в рамках сравнительного, логического, статистического анализа, а также посредством анализа структуры и динамики инвестиционной деятельности в Крыму.

Результаты исследований. Одной из важнейших задач, поставленных перед экономическим руководством Российской Федерации, является инновационное развитие ее регионов, что требует значительных инвестиционных вложений. На современном этапе возможности структурной перестройки экономики, решение экологических и социальных проблем, рост и развитие производства во многом зависят от эффективности инвестиционной политики. Успешные инвестиции в экономику – важнейшая составляющая для создания эффективного предприятия, отдельной отрасли, региона и/или экономики в целом.

Для привлечения крупных инвесторов в свой регион его руководство должно создать инвестиционную привлекательность инфраструктуры, иметь высокорентабельные инновационные и интересные проекты и обладать потенциалом, позволяющим реализовать эти проекты. Инвестиционная привлекательность Республики Крым является субъективной оценкой для потенциальных инвесторов, которая определяется в процессе сопоставления

сильных и слабых сторон, возможностей и угроз определенных проектов, планируемых к осуществлению на территории региона.

Республика обладает такими сильными сторонами как наличие существенных природных ресурсов, благоприятных климатических условий для ведения сельского хозяйства (в частности, для таких интенсивных отраслей региона как виноградарство и виноделие), развития индустрии отдыха и оздоровления, в том числе, основанном на богатом историческом и культурном наследии и особом политическом значении Крымского полуострова. Но есть и слабые стороны, которые учитываются при осуществлении инвестирования на территории республики. К ним относятся прежде всего необеспеченность полуострова водой, газом, отсутствие эффективных мероприятий для привлечения инвесторов, внешняя изолированность и тупиковое транспортное расположение региона, негативное влияние международных санкций.

Экономическая политика, проводимая российским государством и экономическое состояние субъектов хозяйствования региона, являются главными факторами, которые определяют инвестиционную привлекательность полуострова. С 1 января 2015 года в крымских регионах: Республике Крым и в городе федерального значения Севастополь сроком на 25 лет организована свободная экономическая зона. Это является положительным фактором развития инвестиционной деятельности на полуострове, так как в этих регионах вводится льготный режим налогообложения, в частности освобождение от налога на прибыль, зачисляемой в федеральный бюджет и предоставляются субсидии на компенсацию затрат.

Инвестиции в основной капитал предприятий имеют важное значение для оценки инвестиционной привлекательности Республики Крым. Наибольший удельный вес в структуре инвестиций в основной капитал по видам экономической деятельности в 2017 году занимают такие отрасли как транспортировка и хранение (60,6 %), образование (11,2 %), деятельность в области здравоохранения и социальных услуг (3,7 %). В 2018 году наблюдается немного другая структура инвестиций. Наибольший удельный вес занимают такие отрасли как транспортировка и хранение (68,3 %), обеспечение электроэнергией, газом и паром, кондиционирование воздуха (12 %), образование (2,7 %). Наименьшую долю в структуре инвестиций в основной капитал занимают административная деятельность и сопутствующие дополнительные услуги (в 2017 г. – 0,2 %, в 2018 г. – 0,1 %), профессиональная, научная и техническая деятельность (в 2017 г. – 0,2%, в 2018 г. – 0,3%), строительство (в 2017 г. – 0,5 %, в 2018 г. – 0,4 %).

Улучшение инфраструктуры является приоритетной целью федеральной целевой программы развития Республики Крым и г. Севастополь. Увеличение туристического потока в регион и город федерального значения (с 4948 тыс. человек в 2015 году до 8200 тыс. человек к 2022 году) является одним из основных ключевых показателей эффективности реализации госпрограммы. На реализацию госпрограммы в 2019-2022 гг. объем инвестиций из федерального бюджета составит 309,5 млрд. рублей, в том числе в 2019 г. – 150,5 млрд. рублей, в 2020 г. – 120,7 млрд. рублей, в 2021 г. – 26,3 млрд. рублей и в 2022 г. – 12 млрд. рублей.

В соответствии с Порядком рассмотрения обращений инвесторов и заключения соглашений о реализации инвестиционных проектов на территории Республики Крым начата реализация 182 инвестиционных проектов на общую сумму 190,5 млрд. рублей, в результате которых будет создано порядка 15,6 тыс. рабочих мест.

Наиболее привлекательными для инвесторов являются: курортно-туристическая и топливно-энергетическая сферы, сельское хозяйство, строительство и промышленность.

Агентство «Эксперт РА» присвоило Республике Крым рейтинг инвестиционной привлекательности ЗВ1. Это означает, что Крым является регионом с умеренными рисками и пониженным потенциалом для частных инвесторов, однако Крым в рейтинге по доле инвестиций занимает не самые лучшие позиции. На уровень экономического риска региона влияют значительная доля убыточных предприятий (42 %) и крайне высокий износ основных фондов (около 74 %).

Стоит отметить, что согласно проведенному исследованию, наилучшим инвестиционным потенциалом региона является туристический. По этому критерию Крым занимает позицию в первой пятерке регионов России.

Выводы. Республика Крым обладает достаточной инвестиционной привлекательностью для дальнейшего расширения инвестиционных вложений как за счет средств из федерального бюджета, так и частных инвесторов. В настоящий период времени инвестиционные ресурсы в основном направляются за счет федерального правительства и направляются в региональную инфраструктуру. Республике Крым обладает позитивным рейтингом инвестиционной привлекательности регионов России. Учитывая санкционные ограничения, усиленную поддержку региона со стороны российского государства, развитие инвестиционной деятельности в Крыму будет сопровождаться ростом инвестиционной привлекательности в курортно-туристической и топливно-энергетической сферах, сельском хозяйстве, строительстве и перерабатывающей промышленности.

АНАЛИЗ ПРИОРИТЕТНЫХ ОТРАСЛЕЙ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ КАМЧАТСКОГО КРАЯ

Ошовская Н.В. ¹Аблякимова А.С. ²

¹доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления КФУ

²студентка кафедры экономики предприятия Института экономики и управления
КФУ

sirius1319@mail.ru

Введение. Камчатский край – это субъект Российской Федерации, который расположен на северо – востоке России, на полуострове Камчатка, Карагинском и Командорских островах. Сформировался в результате объединения Камчатской области и Корякского автономного округа 1 июля 2007 года.

Целью исследования является анализ приоритетных отраслей развития экономики Камчатского края.

Результаты исследований. Камчатский край обладает уникальным природно-ресурсным потенциалом, но находится на периферии и изолирован от основной территории Дальнего Востока. В этой связи регион является одним из слабо освоенных и экономически развитых субъектов, которые расположены на Дальнем Востоке. Однако Камчатский край имеет хорошие перспективы социально-экономического развития во многом из-за географического положения, а также наличия природно-ресурсного потенциала, представленного такими элементами природных ресурсов, как золото, самородная сера, уголь, серебро, никель, свинец, медь, олово, ртуть, кобальт, платина, цинк, моря, леса, термальные воды.

Отметим, что объём промышленной продукции в 2018 г. составил 23,6 млрд. руб.; 51,5% (в округе 28,8%) приходится на производство и распределение электроэнергии, газа и воды, 36,5% (23,2%) – на обрабатывающие производства, 12% (48,0%) – на добычу полезных ископаемых (из них около 5% – топливно-энергетические). В структуре обрабатывающей промышленности (%) доминирует пищевая промышленность (рыбная отрасль) – 73,7 (в округе – 99,4); на машиностроение приходится 19,8, на деревообработку, целлюлозно-бумажное производство и полиграфическая деятельность – 1,8, др. отрасли – 4,7. Рыбная промышленность Камчатского края играет важную роль для рыбного хозяйства как Дальнего Востока, так и России в целом (удельный вес в уловах Дальневосточного Бассейна составляет более 45 %, РФ – более 30 %). В 2018 г. общий вылов водных биологических ресурсов составил

1 563,2 тыс. тонн (130,0 % к уровню 2017 г.). Однако, в объемах промышленного производства России доля Камчатского края незначительна (в 2018 г. 0,1 %, по ДФО – 4,4%). Рассматривая туристскую отрасль в Камчатском крае, необходимо отметить, что на данный момент эта сфера развита недостаточно, но имеет хорошие тенденции к развитию. В 2018 г. за девять месяцев регион посетили 24,6 тысячи иностранных граждан, при этом, для сравнения в 2017 г. за весь год поток иностранных туристов составил 13,9 тыс. человек.

Таким образом, анализируя выше приведенное, в качестве приоритетных направлений развития отраслей экономики Камчатского края целесообразно рассматривать следующие (табл.1)

Таблица 1. – Приоритетные направления развития отраслей экономики Камчатского края.

Направления развития	Характеристика направлений развития
Рыбохозяйственный комплекс	<p>Основные проблемы развития: низкая степень переработки водного и биологического сырья препятствует увеличению объемов производства; нерациональное соотношение морской и береговой переработки рыбы.</p> <p>Перспективы развития:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Улучшение разведения и выращивания водных организмов и морских гидробионтов, развитие прибрежного рыболовства. 2. Проведение в рыбодобывающем и рыбоперерабатывающем производстве технологической и технической модернизации, которая способствует инновационному развитию и привлечению новых инвестиций в рыбную промышленность.
Горнопромышленный комплекс	<p>Основные проблемы развития: низкая степень изученности минерально-сырьевой базы региона; транспортная недоступность большинства месторождений и неразвитость автодорожной сети ограничивают использование потенциала природно-ресурсного комплекса.</p> <p>Перспективы развития:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Повышение эффективности системы управления горным комплексом Камчатского края; 2. Проведение в необходимом объеме геологоразведочных работ, подготовка запасов и ресурсов полезных ископаемых для промышленного освоения; 3. Стимулирование инвестиционной активности по освоению месторождений Камчатского края.
Туризм	<p>Основные проблемы развития: плохая развитость туристской инфраструктуры; слабая транспортная доступность края и многих привлекательных туристских ресурсов внутри региона; высокая стоимость услуг.</p> <p>Перспективы развития:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Создание инфраструктуры туризма с использованием кластерного подхода. 2. Повышение качества туристских услуг. 3. Маркетинговое продвижение на мировом туристском рынке (в первую очередь в странах АТР: Республике Корея, КНР, Японии), а также на внутреннем туристском рынке.

Выводы. Таким образом, резюмируя вышеприведенное, можно сказать, что приоритетными направлениями развития отраслей экономики Камчатского края являются рыбохозяйственный комплекс, горнопромышленный комплекс, туризм.

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Артюхова И.В. ¹, Чемеричко А.В. ²

¹ к.э.н., доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления КФУ

² обучающийся 4 курса бакалавриата Института экономики и управления КФУ

Введение. Современный мир, в котором существует высокая конкуренция практически на всех ранках сбыта товаров (продукции и услуг), диктует такие условия, при которых важнейшей задачей любой организации является направление особого внимания разработке и совершенствованию собственной маркетинговой стратегии в независимости от размера компании.

Для повышения эффективности своей деятельности зарубежные и российские организации уже более века применяют всё новые и новые формы маркетинговых стратегий, разработка которых основана на проведении маркетинговых исследований, которые появились в начале XX века в США как особый вид деятельности наряду с возникновением маркетинга как научной дисциплины.

Объективная необходимость проведения маркетинговых исследований возрастает в нынешних условиях динамичного развития науки и техники в мире, расширения областей применения новых технологий в различных сферах жизнедеятельности, повышения уровня открытости внутренних рынков стран, широкого внедрения инновационных продуктов, повышенной степени неопределенности перспектив динамики продаж высокотехнологичных продуктов и, в том числе, усиления конкуренции на различных рынках.

Целью данной работы является изучение сущности явления социального предпринимательства с точки зрения маркетинговой стратегии повышения конкурентоспособности хозяйствующего субъекта. Такая необходимость связана с актуальной на сегодняшний день проблемой - острой нуждой в качественных изменениях в развитии и повышении конкурентоспособности хозяйствующих субъектов. Успех решения данной проблемы, на наш взгляд, кроется в постоянном совершенствовании стратегий управления.

Изначально следует определить маркетинговую стратегию компании в качестве долгосрочного маркетингового плана, нацеленного на достижение маркетинговых целей, которые должны быть чётко сформулированы для того, чтобы определить направления по их достижению и задать основу для разработки политики маркетинговой деятельности компании.

Не смотря на некоторые расхождения во взглядах современных ученых в отношении определения сущности маркетинговой стратегии, многие эксперты соглашаются с мнением, что маркетинговые стратегии – это такие стратегии предприятия, которые детализированы по областям деятельности предприятия, рынкам (и сегментам рынков) и времени. Маркетинговые стратегии отвечают на вопросы: что, когда и как будет выполнено для наиболее эффективного достижения целей предприятия, а также сколько для этого потребуется денежных средств.

В качестве направления развития предприятия может выступать особая форма ведения хозяйственной деятельности, как социальное предпринимательство. В настоящее время феномен социального предпринимательства начинает приобретать большую популярность, привлекая внимание российских и зарубежных учёных, о чём свидетельствует резко возросшее число публикаций и исследований, что бесспорно определяет эту область ведущей в аспекте исследования предпринимательства. Анализ исследований различных авторов по данному аспекту определил основные направления социального предпринимательства: исторические аспекты предпринимательства, типология, особенности и признаки социального предпринимательства.

Социальное предпринимательство подразумевает производство товаров или оказание услуг с целью создания пользы для общества, а не максимизации прибыли для владельцев

предприятия, что, по сути своей, представляет собой деятельность, в рамках которой осуществляется создание инновационных решений в отношении серьезных социальных проблем.

Эффективность любой стратегии заключается в методах и инструментах, применяемых для решения тех или иных задач, среди которых в аспекте социального предпринимательства может послужить такая совершенно новая форма, как event-маркетинг.

Event-маркетинг (или «маркетинг событий») в настоящее время получил широкое распространение, большинство фирм и компаний стремятся использовать его для продвижения продукции и услуг, реализации своих стратегических целей. Посредством такого инструмента компаниям удаётся привлечь к себе внимание потенциального клиента, а также удерживать его и формировать у него лояльное отношение к своей продукции (услуге), при этом, не навязывая потребителю надоедливую рекламу, создаёт для него праздник в виде яркого запоминающегося события, в которое его же и привлекают, адаптируясь под его запросы и потребности.

Данное направление получило своё развитие сравнительно недавно, подобный маркетинговый подход можно отметить у таких крупных мировых брендов, как Coca-Cola, Redbull, McDonalds, Sony и др. В России event-маркетинг в сравнении со странами Запада стал появляться недавно - в начале 2000-х годов, но даже тогда, первыми кто стал применять событийный маркетинг в России, были международные компании, масштаб бытовой деятельности которых затрагивал и нашу страну. Это объясняется тем, что event-маркетинг в России – явление новое, однако частота применения данного вида продвижения с каждым годом продолжает расти всё больше. В настоящее время в России область event-маркетинга продолжает развиваться и в ней уже работают сотни агентств. Исходя из этого следует, что event-маркетинг является важным инструментом социального предпринимательства будущего.

Предприятия, придерживаясь такого варианта стратегического развития, в конечном итоге повышают свой статус в отношении конкурентов, выступают в качестве «помощников» в отношении государства, способствуя разрешению и налаживанию социальной обстановки, и повышению экономического развития территории, в рамках которой ведут свою деятельность.

Результаты исследований. Социальное предпринимательство является гарантом социально-экономического развития страны, т.к. оно способствует достижению улучшения социальных связей и отношений, совершенствованию позитивных социальных и духовных качеств людей, что способствует выработке у предприятий конкурентоспособных преимуществ на рынке при правильном и грамотном подходе в данном аспекте.

Хозяйствующие субъекты, работая в этом направлении, сделают возможным повышение экономического развития государства, разрешение острой социальной обстановки, повышение качества и уровня жизни населения (на макроуровне), а также способствуют разработке конкурентных преимуществ в отношении других предприятий и достижению поставленных маркетинговых стратегических целей.

Заключение. Социальное предпринимательство выступает в качестве важнейшей предпосылки для социально-экономического развития страны, необходимость развития которой продиктовано наличием в стране большого количества социальных проблем, с решением которых государство не может справиться, в связи с чем, проблема развития социального предпринимательства в России будет актуальна не одно десятилетие. Ключевую позицию занимает вопрос о закреплении статуса социального предпринимательства как автономного явления общественной и экономической деятельности в России, что станет направлением дальнейших исследований авторов.

ИМИДЖ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Ефремова А.А.¹, Чемеричко А.В.²

¹ к.э.н., доцент, доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления КФУ

² обучающийся 4 курса бакалавриата Института экономики и управления КФУ

Введение. Развитие современной экономики происходит с определенными особенностями, при которых в крупных экономических проектах ключевую роль играют широкие массы. В рамках нового рыночного общества между различными структурами происходит формирование и последующее развитие горизонтальных связей в условиях развитой конкуренции, что обуславливает получение достоверной информации гражданами о хозяйствующих субъектах. Их узнаваемость в лице как покупателей, так и потенциальных клиентов, а также эффективность и результативность деятельности зависят, в первую очередь, от потребности в самопрезентации на фоне регулярно меняющихся социальных, политических, экономических, экологических условий.

Целью данной работы является краткое исследование сущности понятия имиджа хозяйствующего субъекта с точки зрения инструментов его развития и обеспечения конкурентоспособности.

Категория имиджа универсально применима к любому объекту, с экономической же точки зрения: к предприятию, торговой марке, продукции по различным направлениям и потребительским характеристиками. В переводе с латинского «*imago*» значение понятия «имидж» трактуется как «имитация». Условно имидж выражен мысленным представлением об организации при наличии определённого набора особенностей, характеризующих и идентифицирующих предприятие, целенаправленно формирующихся в массовом сознании посредством коммуникаций (рекламы, пропаганды и т.п.).

Обеспечение создания презентабельного, запоминающегося образа предприятия играет важную роль при получении и закреплении позиций на рынке. Процесс формирования имиджа требует тщательного подхода к изучению внешних факторов, целевой аудитории и особенностей своего продукта (услуги). В качестве инструментов развития имиджевой продукции или услуги можно выделить шоу-маркетинг, игровой маркетинг, брифинг, метод «горячая линия» (*hot line*), промо-акции, прямой и событийный маркетинг. Посредством применения данного инструментария, осуществляется разрешение таких задач, как создание у клиента положительного мнения и отношения, как к бренду, так и к самому предприятию; продвижение продукции повышенного спроса, доступные широкому кругу потребителей; создание эффекта «сарафанного радио», помогая обрести доверие покупателей; запоминающее внедрение продукции и услуг на рынок; управление имиджем предприятия.

Результаты исследований. Таким образом, имидж предприятия зависит не только от качества выпускаемой ею продукции, но и от наличия у нее социальной ответственности, тех форм деятельности, которые общество расценивает как позитивные, соответствующие насущным общественным интересам и заботам. Сам имидж можно рассматривать в аспекте имеющейся в сознании людей систему образов и оценок, объектом которых она является. Правильный подход к формированию имиджа обеспечит предприятиям узнаваемость, положительные отзывы в отношении продукции и достижения высоких экономических показателей.

Заключение. Следовательно, в современных рыночных условиях положительный образ становится необходимым условием достижения организацией устойчивого делового успеха. Имидж обеспечивает приобретение предприятием определенной силы, которая приводит к адаптации деятельности в меняющихся условиях в сфере политики и экономики, а также создаёт защитные условия для хозяйствующих субъектов в отношении деятельности конкурентов и укрепляет их позиции на рынке.

РОЛЬ СТРАТЕГИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Гостева М.А.¹ Стаценко Е.В.,²

¹ студентка 3 курса магистратуры направления "Экономика"

²к.э.н., доцент кафедры экономики предприятия Институт экономики и управления ФГАОУ
ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»
stacforever2@mail.ru

Введение. Развитие товарных и финансовых рынков, высокая конкуренция между субъектами хозяйствования определяют необходимость разработки и реализации предприятиями стратегических направлений деятельности, предполагающих максимально эффективное использование потенциала предприятия и внешних ресурсов. В этой связи актуализируются процессы обеспечения соответствия внутренней структуры предприятия изменяющимся условиям внешней среды, то есть разработки и реализации стратегии развития предприятия.

Целью работы является выявление значимости и роли стратегии в деятельности предприятия.

Результаты исследования. В условиях рыночной экономики основным субъектом экономической деятельности является предприятие, которое представляет собой открытую социально-экономическую систему, взаимодействие элементов которой обеспечивает производство необходимых для общества товаров (услуг), позволяет решать наиболее важные социальные проблемы общества и выполняет бюджетобразующую функцию. Условиями для эффективного функционирования предприятия являются:

- 1) Соответствие характеристик предприятия условиям внешней среды:
 - способность к выявлению актуальных потребностей внешней среды;
 - способность к анализу конъюнктуры среды;
 - способность к выдвижению конкурентоспособных идей;
 - способность к обеспечению относительной независимости предприятия от изменений среды через гибкость действий;
 - способность руководителей к анализу ситуации на различных уровнях проблем - от текущих до стратегических;
- 2) Условия совершенствования хозяйственного потенциала:
 - способность обеспечить внутреннюю гибкость предприятия;
 - способность обеспечить высокий уровень конкурентоспособности продукции;
 - способность обеспечить выпуск товара в объемах спроса.

Таким образом, эффективное функционирование предприятия достигается в результате разработки и реализации его стратегии. При этом для обеспечения стратегического планирования на предприятии необходимо наличие производственной структуры и организационной структуры управления, а также подсистемы материального снабжения, коммуникаций, информации, материального обслуживания и др. элементов инфраструктуры предприятия. По мнению Томпсона А.А., «без стратегии у менеджера нет продуманного плана действий, нет путеводителя в мире бизнеса, нет единой программы достижения желаемых результатов. Для того чтобы компания приобрела максимальный потенциал, менеджеры должны совмещать хорошую разработку стратегии с удачным ее осуществлением».

Характеризуя термин стратегия, отметим, что он используется с древних времен применительно к осуществлению военных действий и в переводе с греческого означает «искусство развертывания войск к бою». В экономике термин стратегия используется на макроуровне применительно к осуществлению экономической политики государства, и на микроуровне, применительно к деятельности субъектов хозяйствования. При этом отмечается, что наличие и выполнение стратегии будет позволять предприятию «действовать в условиях экономической среды успешно, победно, эффективно».

Вопросами изучения сущности категория «стратегия» применительно к деятельности предприятия занимались А.А. Томпсон, А.Д. Стрикленд, Н.И.Лахметкина, О.В.Баженов, В.И.Грушенко, Е.Г.Пипко, И.А.Тойменцева, А.Л.Карпов, И.Ансофф и др. отечественные и зарубежные ученые. Так, А.А. Томпсон, А.Д. Стрикленд определяют стратегию как «план управления фирмой, направленный на укрепление ее позиций, удовлетворение потребителей и достижение поставленных целей». Ученые отмечают, что стратегия содержит «множество действий и подходов к бизнесу, от которых зависит успешное управление фирмой». При этом выбор стратегии определяет направление развития предприятия из множества альтернатив и является осознанным действием менеджеров высшего управленческого звена. Сложной, ответственной, требующей систематизации большого количества информации и концентрации умственных усилий менеджера является процесс выбора стратегии предприятия, сущность которого сводится к объединению в единую систему бизнес-решений и конкурентоспособных действий предприятия.

Соглашаясь с мнением А.А. Томпсона, А.Д. Стрикленда, профессор Йельского университета Шерон М.Остер определяет стратегию как «обязательство действовать определенным образом, таким, а не другим». В.В.Кукушкина определяет стратегию как «детальный всесторонний комплексный план, предназначенный для осуществления миссии организации и достижения ее целей». Отметим, что определение категории «стратегия» через категорию «миссия организации» осуществляется с целью разграничения этих понятий, поскольку под миссией предприятия следует понимать направление развития компании, тогда как стратегия является более широким понятием и содержит в себе этап определения миссии предприятия. Миссия – то, что компания собирается делать и чем собирается стать. Формирование стратегии предприятия, по мнению В.В.Кукушкиной, должно осуществляться исключительно на основе прогнозов развития рынка и потребительских предпочтений, поскольку это позволяет определить возможности увеличения объемов продаж и расширения потребностей потребителей. Соглашаясь с мнением Кукушкиной В.В., Гайсарова А.А. предлагает рассматривать стратегию как «общий комплексный план, предназначенный для того, чтобы обеспечить осуществление целей предприятия и достижение хозяйственных результатов».

Обобщая мнения ученых, отметим, что под стратегией предприятия следует понимать документ, содержащий совокупность иерархически упорядоченных целей предприятия, направленный на обеспечение соответствия характеристик предприятия условиям внешней среды и максимизацию стоимости его потенциала. Стратегия развития предприятия содержит определение основных направлений деятельности предприятия и способов достижения долгосрочных целей через реализацию приоритетов. Стратегия развития предприятия имеет сложную структуру и подлежит постоянной корректировке в связи с изменяющимися условиями функционирования предприятия. Процесс разработки и реализации стратегии осуществляется высшим руководством предприятия и является основой для создания эффективных методик мотивации.

Выводы. Таким образом, стратегия предприятия разрабатывается на основе анализа имеющихся возможностей, учитывает сложившиеся реалии в общеэкономической среде и предполагает прогноз и предвидение экономических процессов, которые учитываются при текущей деятельности. Предприятие имеет свое предназначение, цели, производственный профиль и формируется в условиях определенного состояния внешней среды, которая оказывает сильное влияние на выбор направления деятельности: спрос, формирование внутренних возможностей. Следовательно, всегда существует проблема определения совокупности действий предприятия, которая позволит добиться успеха - стратегии.

РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ КАК ФАКТОРА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Харина А.О.¹, Шевченко. Е.В.²

¹обучающаяся четвертого курса бакалавриата кафедры экономики предприятия
Института экономики и управления Крымского федерального университета им. В. И.
Вернадского

²к.э.н., доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления
Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского
harinaanastasiya99@mail.ru

Введение. В современных рыночных условиях хозяйствования, в связи с постоянным ростом цен на сырье, нестабильностью курса валют и усилением внутренней конкуренции, предприятия должны искать новые пути и возможности наращивания своего потенциала. Им необходимы новые конкурентные преимущества, которые могут стать факторами конкурентоспособности предприятия. В связи с этим многие предприятия (организации) стремятся к развитию трудового потенциала персонала, а совершенствование системы управления персоналом стало важнейшим условием стабильного и успешного функционирования предприятия в конкурентной среде.

Перед многими предприятиями стоит задача корректировки уже существующей системы управления или разработка и внедрение новой системы управления деятельностью персонала предприятия, которая бы соответствовала современным условиям хозяйствования.

Цель данной работы заключается в рассмотрении направлений развития системы управления персоналом как фактора повышения конкурентоспособности предприятия (организации).

Результаты исследований. Характеризуя систему управления персоналом как фактор повышения конкурентоспособности, следует отметить, что она представляет собой комплекс взаимосвязанных организационных, экономических и социально – психологических методов, приемов и способов воздействия на персонал с целью организации эффективного управления трудовой деятельностью предприятия.

Персонал является конкурентным богатством любого предприятия, которое, как и иные ресурсы, необходимо развивать для достижения поставленных стратегических целей.

Для развития системы управления персоналом с целью обеспечения конкурентоспособности предприятия необходим инструмент, при помощи которого было бы возможным оценить эффективность действующей системы управления и определить направления ее дальнейшего развития и совершенствования.

Основными направлениями развития системы управления персоналом для обеспечения конкурентоспособности предприятия являются:

- введение в специальность сотрудников и их адаптация на рабочем месте;
- количественное и качественное планирование штатных должностей;
- повышение квалификации персонала;
- разработка перспективных требований, предъявляемых к кадровому составу предприятия;
- совершенствование системы мотивации и стимулирования;
- совершенствование взаимоотношений в коллективе, развитие корпоративной культуры;
- улучшение условий и качества труда персонала;
- улучшение бытового обслуживания, социальных условий для персонала;
- повышение уровня автоматизации работ при помощи высоких технологий.

Важной задачей для любого предприятия является профессиональная адаптация работников к новому рабочему месту. Введение в должность - комплекс мероприятий, предназначенных для быстрой и эффективной адаптации нового персонала. Программа

введения в должность, разработанная на предприятии, позволяет обеспечить хороший трудовой старт новому сотруднику. Целью данной программы является ознакомление новых сотрудников с общими правилами работы на предприятии, правилами техники безопасности и охраны здоровья, с новыми рабочими условиями, корпоративными традициями и нормами поведения. Качественное планирование потребностей в персонале определяет способности и знания, которыми должен обладать каждый сотрудник, для того, чтобы соответствовать занимаемой должности и правильно выполнять стоящие перед ним задачи. Количественное планирование определяет число сотрудников по категориям персонала, которые участвуют в выполнении четко определенных заданий.

Успешное функционирование и развитие любого предприятия напрямую зависит от персонала. Одним из важнейших факторов успеха предприятия в современных условиях является способность повышения квалификации своих работников. Конкурентоспособность предприятия во многом зависит от квалификации его работников, которая определяется степенью компетентности персонала и их способности грамотно исполнять свои обязанности. Превращение персонала в конкурентное преимущество высокого уровня заключается в заинтересованности работников в конечных результатах работы и развития у персонала стремления внести свой вклад в достижение общих целей.

Управление персоналом с их знаниями, умениями и способностями, становится всё более важным фактором конкурентоспособности предприятия. Наиболее распространенными факторами, повышающими мотивацию, являются материальное вознаграждение, профессиональное развитие и возможности, предоставляемые предприятием. Эффективная мотивационная программа призвана вдохновить персонал направлять на работу свои лучшие способности, что помогает предприятию достичь высоких результатов, увеличить конкурентоспособность.

На любом предприятии, независимо от численности его персонала, существует корпоративная культура, которая помогает предприятию и всему коллективу выполнить свою основную миссию. Именно корпоративная культура обеспечивает устойчивое конкурентное преимущество предприятия, побуждая персонал к достижению высоких результатов деятельности и способствуя конструктивному поведению работников.

Улучшение условий и качества труда на предприятии играет важную роль в повышении трудового потенциала. Через улучшение условий труда на предприятии в лучшую сторону появляется возможность изменить экономические показатели деятельности предприятия, так как работник, который находится в благоприятных условиях на рабочем месте, будет лучше выполнять свои обязанности. Тем самым, возрастет производительность труда, снизится уровень заболеваемости и травматизма работников.

Представленные направления развития системы управления персоналом способны обеспечить предприятию наращивание конкурентных преимуществ как краткосрочного, так и долгосрочного характера. Так, предприятие, которое осуществляет корпоративную образовательную подготовку и переподготовку работников, как правило, имеет возможность своевременно реагировать на любые изменения внешней среды повышением производительности технологического и управленческого труда.

Заключение. Таким образом, развитие системы управления персоналом является необходимым условием обеспечения конкурентоспособности и наращивания конкурентных преимуществ.

В современных условиях хозяйствования персонал не может рассматриваться как источник дополнительных расходов, а является стратегически важным ресурсом предприятия (организации). Развитие персонала для предприятия является конкурентным преимуществом, так как позволяет обеспечить достижение высококачественных показателей трудовой деятельности, необходимых для выполнения поставленных перед предприятием целей и наладить бесперебойную работу на потребительском рынке.

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ МОЩНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Кислицына Е.Ю.¹, Штофер Г.А.²

¹магистрант Института экономики и управления КФУ

²доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления КФУ

lizavetka_852@mail.ru

Введение. В величине производственной мощности отражаются качественный состав, количество наличного оборудования и пропорциональность отдельных переделов, а степень ее использования характеризует экстенсивную и интенсивную реализацию возможностей основных фондов. В этой связи показатели использования производственной мощности являются одними из обобщающих показателей эффективности производства и напряженности плановых заданий производственных звеньев.

Цель и задачи исследования. Целью данной работы является определение путей улучшения использования производственной мощности предприятия в результате внедрения новых техник и технологии, модернизации действующего оборудования и совершенствование организации труда и производства.

Методика исследования. Для определения перспектив дальнейшего увеличения и лучшего использования производственной мощности проводится анализ работы предприятия и цехов в предшествующем периоде. При этом дается оценка прогрессивности применяемого технологического процесса, состава оборудования, его экстенсивного (по времени) и интенсивного (по мощности) использования с целью выявления возможности пересмотра величины производственной мощности и определения направления работы по лучшему ее использованию.

Результаты исследования. Производственная мощность предприятия (цеха или производственного участка) характеризуется максимальным количеством продукции соответствующего качества и ассортимента, которое может быть произведено им в единицу времени при полном использовании основных производственных фондов в оптимальных условиях их эксплуатации.

По степени освоения производственной мощности можно определять результаты работы различных участков производства, оценивать их деятельность и в ряде случаев устанавливать материальное и моральное поощрение коллектива работников.

Величина производственной мощности зависит, прежде всего, от дееспособности основных фондов и степени их использования. Наибольшее влияние на производственную мощность оказывает дееспособность производственного (технологического) оборудования.

Анализ использования производственной мощности начинается с наиболее обобщающих показателей, характеризующих эту сторону деятельности предприятия.

Так как основным носителем производственной мощности и важнейшим фактором ее изменения является оборудование и другие элементы основных производственных фондов, то анализ использования мощности предприятия начинается обычно с рассмотрения показателя фондоотдачи (выпуск продукции, приходящейся, на 1 руб. стоимости основных производственных фондов).

Величина фондоотдачи зависит от реального использования оборудования и производственных площадей, а также от изменения цен на оборудование и на производимую продукцию.

Влияние цен на оборудование исключается путем пересчета стоимости вновь приобретенного оборудования или новых цехов на цены, установленные на аналогичные объекты в прошлом с поправкой на разницу в производительности этих объектов.

Чтобы исключить зависимость фондоотдачи от изменения цен на готовую продукцию, стоимость новой продукции пересчитывается по ценам аналогичной, ранее выпускавшейся продукции с поправкой на разницу в потребительских свойствах новой и старой продукции.

Основными путями улучшения использования оборудования являются:

- 1) сокращение затрат основного времени на единицу продукции;
- 2) сокращение затрат вспомогательного времени;
- 3) сокращение потерь времени работы оборудования и времени излишней непроизводительной загрузки.

Выводы. Развитие нашей экономики на современном этапе и в ближайшей обозримой перспективе обуславливает необходимость совершенствования организации интенсивного использования производственных мощностей действующих предприятий.

Организация интенсивного использования наличных производственных мощностей является важным фактором экономического роста, при котором не только повышается эффективность применяемых мощных ресурсов, но и возрастает ее значение в приросте продукции, т.е. когда главным источником увеличения выпуска продукции становится экономия этих ресурсов.

Организация интенсивного использования производственных мощностей должна осуществляться с учетом действия совокупности двух взаимосвязанных видов факторов, обуславливающих возможность более напряженного функционирования мощных ресурсов во время (повышения их загрузки) и оказывающих влияние на интенсивный прирост мощностей (снижение машиноёмкости).

Определение уровня организации интенсивного использования производственных мощностей обуславливает необходимость обоснования критерия его оценки. Таким критерием может быть минимум разрыва между уровнями использования мощностей и оборудования, составляющего систему машин предприятия. Следовательно, чем меньше этот разрыв, тем выше уровень организации использования производственных мощностей.

Проблема организации интенсивного использования производственных мощностей действующих предприятий охватывает широкий круг вопросов и обуславливает необходимость решения двуединой задачи: во-первых, мобилизации резервов повышения пропорциональности мощностей путем совершенствования построения системы машин отдельных подразделений и предприятий в целом; во-вторых, рационального использования производственных мощностей путем совершенствования хозяйственного механизма, системы материального стимулирования. Эти вопросы являются стержневыми в проводимой радикальной экономической реформе на уровне предприятия. Хозрасчетное стимулирование интенсивного использования производственных мощностей обеспечивается путем нормативного распределения прибыли или дохода. Это является действенным рычагом мобилизации внутренних резервов увеличения выпуска продукции и улучшения всех технико-экономических показателей деятельности предприятий.

ПЛАНИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Купрацевич С.М.¹, Ергин С.М.²

¹ студентка кафедры экономики предприятия

Института экономики и управления КФУ им. В. И. Вернадского

² д.э.н., профессор кафедры экономики предприятия и организаций

Института экономики и управления КФУ им. В. И. Вернадского

Введение. Коммерческая деятельность предприятия становится успешной, когда происходит его поступательное расширение и развитие, поддержание финансовой устойчивости, а также обеспечение выполнения стратегических целей и задач. Всего этого можно достичь при грамотном планировании инвестиционной деятельности предприятия.

Чем больше инвестиционные планы будут направлены на изменчивость рынка и отражение его потребностей, тем более успешна будет реализация деятельности по использованию инвестиций.

Цель и задачи исследования. Цель данного исследования состоит в изучении процесса планирования инвестиционной деятельности предприятия. Для достижения цели необходимо рассмотреть понятие планирования инвестиционной деятельности, его задачи, формы, особенности и правила, которые необходимо соблюдать для успешного осуществления целей предприятия. При написании работы использовались методы анализа и синтеза информации.

Результаты исследований. Под планированием инвестиционной деятельности понимают анализ и оценку, а также разработку прогнозов на основе наиболее эффективного способа вложения финансовых и иных ресурсов хозяйствующего субъекта. Оно является одним из трудных и первоочередных задач, поскольку в процессе планирования нужно учитывать большое количество факторов (наличие производственных и инвестиционных, материальных и трудовых ресурсов, состояние рынка и условия налоговой системы, социальные и экологические последствия). Задачи планирования инвестиционной деятельности заключаются в определении необходимости источников финансирования, выборке из всех источников инвестиций наиболее подходящих, анализе и оценке платы за выбранный источник, расчете эффективности привлекаемых инвестиций, разработке бизнес-плана и предложении его непосредственно инвесторам.

Выделяют следующие виды инвестиционного планирования: стратегическое, тактическое и оперативное.

Стратегическое планирование охватывает период более 1 года и его результатом является создание долгосрочной инвестиционной стратегии и инвестиционной политики предприятия. Стратегический тип планирования инвестиционной деятельности включает определение целей и задач, оценку потребностей предприятия в инвестициях, подготовку стратегического плана и организацию его реализации.

Под инвестиционными потребностями предприятия понимают объем инвестиционных ресурсов, который необходим для достижения стратегических целей. Оценка инвестиционных возможностей показывает наличие достаточного внутреннего потенциала при сложившихся условиях внешней среды для достижения инвестиционных целей. Для определения внутреннего потенциала изучают его производственные, финансовые, трудовые, информационные и другие виды ресурсов.

Стратегический план предприятия включает:

- основные стратегические направления инвестиционной деятельности;
- формы инвестиционной деятельности и их соотношение;
- источники финансирования инвестиционной деятельности в долгосрочном периоде.

Основой тактического планирования является разработанная инвестиционная стратегия предприятия. Планирование осуществляется на плановый год и заключается в разработке среднесрочных текущих планов.

Выделяют четыре формы тактических планов инвестиционной деятельности.

1. План реального инвестирования, целью которого является определение потребностей предприятия в общем объеме ресурсов для осуществления реальных инвестиций. В этом плане отражается обеспечение производства основными фондами предприятия, их прирост, а также величина и изменение оборотных активов. Особое внимание уделяют источникам финансирования потребностей.

Данная форма плана включает такие показатели, как: общий объем реального инвестирования на предстоящий период, воспроизводящую и технологическую структуры реальных инвестиций, расходы на осуществление реального инвестирования и структуру источников их финансирования.

2. Целью плана финансового инвестирования является определение структуры и объемов финансового инвестирования предприятия. Основными показателями плана являются общий

объем финансового инвестирования, структура портфеля ценных бумаг и плановые показатели уровня доходности, а также ликвидности портфеля.

3. План поступления и расходования средств необходим для оценки и обеспечения платежеспособности, финансовой устойчивости предприятия. Он содержит показатели прогнозных денежных поступлений и расходов.

4. Цель разработки инвестиционного баланса состоит в оптимизации структуры инвестиционных ресурсов и обеспечении необходимого прироста инвестиционного капитала. В плане отражены инвестиционные ресурсы и направления их использования.

Оперативное планирование инвестиционной деятельности предусматривает определение краткосрочных (на период менее 1 года) плановых заданий по инвестиционным вопросам предприятия. Так в рамках оперативного планирования разрабатывают календарный план реализации инвестиционного проекта и его бюджет.

Календарный план реализации инвестиционного проекта детально описывает содержание, сроки и исполнителей работ в краткосрочной перспективе, связанных с осуществлением проекта. Бывают годовые, квартальные, месячные, декадные планы-графики реализации проекта. Календарный план учитывает проект от подготовки к его реализации до освоения проектных мощностей.

Бюджет инвестиционного проекта представляет собой оперативный план, отражающий расходы и поступления средств, в процессе реального инвестирования.

Для успешного инвестиционного планирования необходимо следовать некоторым принципам и правилам. К ним относятся следующие: непрерывность выбора принятия инвестиционных решений, увеличение сложности проводимых расчетов, гибкость планирования и снижение уровня влияния внешней среды на инвестиционную деятельность предприятия.

Особое внимание следует уделять основным правилам инвестиционного планирования. Во-первых, осуществлению инвестиционной деятельности предшествует выявление проблемы и, соответственно, поиск оптимальных путей ее решения. Во-вторых, необходимо избегать инвестиций, затрагивающих только одну проблему, поскольку тогда они будут конкурировать между собой. Нужно избегать и последовательных затрат, иначе вслед за первоначальными вложениями, например, в оборудование последуют затраты на обслуживание и ремонт. В-третьих, необходимо регулярно и тщательно осуществлять анализ и прогноз изменчивости рынка. В-четвертых, важно производить оценку будущих доходов с помощью различных математических моделей. Это связано с фактором времени инвестиций, т.е. чем больше рентабельность инвестиций и реализация инвестиционной программы, тем выше инвестиционные риски.

Выводы. Таким образом, планирование инвестиционной деятельности на предприятии является необходимым процессом, поскольку позволяет разработать системы планов и плановых показателей по обеспечению хозяйствующего субъекта инвестиционными ресурсами и повышению эффективности его инвестиционной деятельности в долгосрочной перспективе.

ОЦЕНКА ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ КАРЕЛИЯ

Ошовская Н.В.¹, Купрацевич С.М.²

¹к.э.н, доцент кафедры экономики предприятия

Института экономики и управления КФУ им. В. И. Вернадского

²студентка кафедры экономики предприятия

Института экономики и управления КФУ им. В. И. Вернадского

sirius1319@mail.ru

Введение. Республика Карелия расположена на северо-западе России и имеет благоприятное географическое положение. Регион обладает такими природными ресурсами, как: лесные, водные, биологические, минерально-сырьевые, которые составляют основу ее стратегического инвестиционного потенциала. Природа, минеральные ресурсы и исторические памятники являются главным достоянием рассматриваемого территориального образования.

Цель и задачи исследований. Целью данной работы является оценка туристско-рекреационного потенциала Республики Карелия. Достижение поставленной цели требует проведение анализа достопримечательностей региона, рассмотрение факторов туристской привлекательности, а также определение перспектив развития туризма.

Результаты исследования. С каждым годом интерес граждан России к внутреннему туризму повышается. Учитывая современные тенденции развития международного и внутреннего туризма, можно отметить, что Карелия обладает конкурентными преимуществами. Во-первых, близость крупных городских агломераций (г. Санкт-Петербург - 440 км, г. Москва - 1000 км), которые можно рассматривать в качестве целевых рынков сбыта и партнеров. Во-вторых, протяженная граница с Европейским Союзом (723 км), значительный опыт международного сотрудничества и обустроенная приграничная инфраструктура (3 международных пропускных пункта и 7 пунктов упрощенного пропуска). В-третьих, благоприятная экологическая обстановка, в-четвертых, наличие всемирно известных памятников культурного наследия.

Карелия обладает богатым туристско-рекреационным потенциалом и занимает особое место на международном рынке туризма (табл. 1). Уникальная северная природа, архитектура, памятники археологии, музеи, церкви, соборы и другие объекты привлекают туристов практически со всего мира. На государственном учете находится 1,5 тыс. памятников, ряд из которых включен ЮНЕСКО в список всемирного наследия. Природа сочетает в себе озерные и лесные ландшафты. В республике действует заповедники, национальные и природные парков, заказники.

Таблица 1

Наиболее известные достопримечательности Карелии

Достопримечательности города Петрозаводска	Соловецкие острова и Соловецкий монастырь
Валаам (Валаамский монастырь)	Остров Киж
Кижское ожерелье	Рускеальский мраморный карьер
Курорт "Марциальные воды"	Водопад Кивач
Архитектурные достопримечательности Приладожья	Старинные деревни: Шелтозеро, Кинерма, Маньга, Рубчейла
Шхеры Ладожского озера	Онежские и беломорские петроглифы

Карелия обладает богатым туристско-рекреационным потенциалом и занимает особое место на международном рынке туризма. Уникальная северная природа, архитектура, памятники археологии, музеи, церкви, соборы и другие объекты привлекают туристов практически со всего мира. На государственном учете находится 1,5 тыс. памятников, ряд из

которых включен ЮНЕСКО в список всемирного наследия. Природа сочетает в себе озерные и лесные ландшафты. В республике действуют заповедники, национальные и природные парков, заказники.

Отметим, что развитию каждого направления туризма в Карелии способствует наличие определенного природно-ресурсного и рекреационно-туристского потенциалов с учетом влияния факторов туристской привлекательности региона (табл. 2).

Таблица 2

Факторы туристской привлекательности Республики Карелия

Группы факторов	Факторы туристской привлекательности
Природно-рекреационные	<ul style="list-style-type: none"> – наличие природных объектов и бальнеологических курортов; – благоприятная экологическая обстановка; – наличие редких видов фауны и флоры; – естественное состояние природных ландшафтов; – наличие особо охраняемых природных территорий; – наличие возможностей для охоты и рыбалки;
Культурно-исторические	<ul style="list-style-type: none"> – наличие мест известных исторических событий; – наличие историко-культурных, а также архитектурных и археологических памятников; – наличие и сохранение народных промыслов, традиционных карельских населенных пунктов; – проведение известных культурных мероприятий, ярмарок и национальных фестивалей; – наличие объектов религиозного паломничества.
Организационно-экономические и производственные	<ul style="list-style-type: none"> – создание современной туристской инфраструктуры; – формирование единого информационного поля, а также создание республиканского информационно-туристского центра; – наличие возможностей для ориентации общественного производства на обслуживание туристов; – наличие возможностей для развития различных видов туризма; – заинтересованность предприятий в развитии туристической сферы; – наличие компетентного персонала в области туризма; – создание возможностей по размещению большого числа туристов.
Социально-психологические	<ul style="list-style-type: none"> – достаточное количество туристских продуктов, дифференцированных по социальным признакам (возрасту, полу, социальному положению); – стабильная социально-экономическая и политическая обстановка; – гарантия безопасности и комфортности туристов.

Проведя анализ факторов туристской привлекательности Республики Карелия, становится возможным выделить приоритетные направления развития туризма региона:

1) Курортно-оздоровительный туризм (оздоровление, лечение хронологических заболеваний, профилактика заболеваний).

2) Культурно-исторический туризм (краеведческий, познавательный, паломнический туризм, посещение фольклорных и иных мероприятий и объектов культурно-исторического наследия).

3) Экологический туризм (посещение особо-охраняемых природных территорий, рыболовство, охота, сбор ягод и грибов).

4) Спортивный и экстремальный туризм (рафтинг, пешеходные и лыжные туры, вело-, авто- и мототуризм, яхтинг).

Выводы. Таким образом, резюмируя выше приведенное, возможно сделать вывод, что Республика Карелия является перспективным туристским регионом Российской Федерации, что обосновано наличием природно-ресурсного и туристско-рекреационного потенциалов, памятников истории, археологии, архитектуры и др.

ПРИНЦИПЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР ПРЕДПРИЯТИЙ

Лисименков А.С.¹, Артюхова И.В.²

¹обучающийся 4 курса бакалавриата Института экономики и управления КФУ

²доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления КФУ

Введение. Любое предприятие представляет собой сложную техническую, экономическую и социальную систему с определенными связями и взаимодействиями как с внешней средой, так и с внутренней. При этом важное значение имеет определение функций каждого из подразделений предприятия в целом и отдельно взятого работника в частности с целью обеспечения устойчивого развития организации, достижение поставленных задач и регулирование деятельности предприятия. В этой связи, немаловажную роль играет организационная структура, способствующая достижению этих целей.

Организационная структура представляет собой систему взаимоотношений, подчиненности и взаимодействия структурных подразделений предприятия в процессе производства товара или услуги. Организационная структура помогает руководству предприятия установить четкие и простые взаимосвязи между работниками организации, что способствует росту эффективности ее деятельности.

Цель исследования. При построении организационной структуры необходимо принимать во внимание множество факторов, основными из которых являются особенности деятельности предприятия и ее размеры. Кроме этого, существует ряд принципов, аспектов и требований к построению структур, которые грамотный руководитель обязательно должен учитывать в процессе управления трудовым коллективом. Поэтому наша цель исследовать принципы проектирования современных организационных структур.

Результаты исследований. Требования к организационной структуре могут быть выражены в экономичности, ясности, адаптивности, рациональности, надежности, управляемости, устойчивости.

Также они проявляются в принципах формирования организационных структур управления, основные из которых являются:

1. Постановка целей и задач предприятия;
2. Правильное делегирование полномочий между сотрудниками и подразделениями компании, что обеспечит оптимальную нагрузку персонала, а также поможет раскрывать творческий потенциал каждого работника, включая специализацию;
3. Взаимосвязь формирования структуры управления с определением полномочий и ответственности сотрудников и органов управления, установка вертикальных и горизонтальных связей;
4. Соответствие между функциями и обязанностями, а также между полномочиями и ответственностью;
5. Поддержка социально-культурной среды организации в соответствии с организационной структурой.

Требования к организационной структуре также выражаются аспектами их построения, в число которые входят:

1. Баланс между правами и ответственностью;
2. Доступность и четкость построения целей развития предприятия для каждого из подразделений;
3. Лёгкость в построение структуры;
4. Разделение ответственности, в том числе на высшем уровне управления предприятия;
5. Адаптивность структуры в зависимости от динамики рынка и стратегии предприятия.

Важнейшим условием, определяющим структуру управления, является зависимость от внешней среды. Структуры управления, которые перестают соответствовать требованиям нового времени, не способны использоваться для достижения поставленных целей, а также

быть конкурентоспособными, они должны заменяться на более эффективные структуры, для чего необходима правильная постановка миссии при создании новой структуры управления. Эта миссия должна в полностью отражать цели и задачи предприятия.

Основные требования к организационной структуре в аспекте ее взаимодействия с внешней средой:

1. Оперативность – время между принятием решения и его реализацией;
2. Устойчивость – неизменность основных свойств при внешних воздействиях;
3. Оптимальность – между звеньями на всех уровнях устанавливаются рациональные связи при наименьшем числе ступеней управления;
4. Надёжность – гарантированная достоверность передачи информации и бесперебойность ее перемещения;
5. Гибкость – способность структуры меняться в зависимости от ситуаций на рынке, а также при изменениях внешней среды;
6. Экономичность – управление, направленное на уменьшение затрат.

Общая постановка цели должна быть максимально понятной для того, чтобы вновь отстроенная организационная структура могла обеспечить предельно эффективную работу компании с внешней средой, а также продуктивное распределение усилий сотрудников. Главное требование к такой организационной структуре – удовлетворение потребностей общества, достижение целей предприятия.

Формирование организационной структуры управления может зависеть от многих факторов, из которых можно выделить: размер самого предприятия, его структуру, персонал, а также экономические и технологические факторы.

Основным индикатором развития организационных структур является именно простота. Имеется в виду, что каждая последующая структура должна быть проще, а также более гибкой. Это можно назвать тенденцией развития организационной структуры.

Можно выделить некоторые характеристики и требования к формированию эффективной управленческой структуры. В такой структуре обязательно уменьшение размера подразделений, а также их укомплектованность высококвалифицированными сотрудниками. Требования к организационной структуре включают также сокращение количества уровней управления и групповую организацию труда в качестве основы новой структуры. Структура должна максимально удовлетворять рыночные потребности, при этом каждый сотрудник сосредотачивается на реализации своего потенциала.

Формирование центров прибыли – еще одно важное требование к повышению эффективности организационной структуры. Она должна иметь быструю реакцию на изменения и развитые горизонтальные связи внутри самого предприятия.

Эффективность структуры также характеризуется активным использованием информационных технологий, а также включение в себя тесной связи с потребителями, что способствует ориентироваться предприятию на качество изготавливаемой продукции.

Выводы. Таким образом, организационная структура играет важную роль в деятельности предприятия. Она позволяет точно и четко разграничить полномочия и права подразделений и отдельных работников и способствует налаживанию продуктивной работы, что отражается на деятельности предприятия. При этом, при создания организационной структуры необходимо обязательно придерживаться принципов построения, а также требований, предъявляемых к организационным структурам. К таким требованиям в частности относятся ясность, адаптивность, рациональность, надежность, управляемость и устойчивость разрабатываемой структуры. Это позволит предприятию быть более конкурентоспособным и быстро реагировать на стремительно меняющийся рынок и спрос.

ХАРАКТЕРИСТИКА ФАКТОРОВ, ОКАЗЫВАЮЩИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ЭКСПЕРТИЗУ

Ошовская Н.В.¹, Чемеричко А.В.²

¹ кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления КФУ

² обучающийся четвертого курса бакалавриата кафедры экономики предприятия ИЭиУ КФУ

Введение: Основу определения состояния окружающей среды и оказываемых на неё негативных воздействий составляют оценка воздействия на окружающую среду посредством проведения эколого-экономической экспертизы. Эколого-экономическая экспертиза реализуется посредством всестороннего анализа возможного воздействия любой планируемой деятельности на окружающую среду и использования результатов данного анализа в целях предотвращения или уменьшения экологического ущерба. Таким образом, необходимым является рассмотрение понятийно-категориального аппарата термина «эколого-экономическая экспертиза».

Целью данной работы является изучение сущности эколого-экономической экспертизы и определение факторов, оказывающих непосредственное влияние на проведение данного процесса.

Так, Поломошнова Н.Ю. определяет данное понятие как самостоятельный вид экологического контроля со стороны государства, который проводится до начала осуществления какой-либо деятельности, т.е. имеет превентивное значение, а также выступает гарантом выполнения экологического законодательства.

Дьяконов К.П., Дончева Л.В. считают, что «эколого-экономическая экспертиза – это установление соответствия намечаемой хозяйственной и иной деятельности экологических требованиям и определение допустимости реализации объекта экспертизы в целях предупреждения возможных неблагоприятных воздействий её на окружающую природную среду и связанных с ней социальных, экономических и других последствий реализации объекта экологической экспертизы».

В свою очередь, Степановских А.С. утверждает, что под эколого-экономической экспертизой следует понимать систему комплексной оценки всех возможных экологических, экономических, социальных и иных последствий реализации проектов, функционирования объектов народного хозяйства, принятия управленческих решений, которые направлены на устранение их негативного воздействия на состояние и структуру окружающей среды.

Таким образом, анализируя вышеприведённое, становится возможным рассматривать эколого-экономическую экспертизу как процедуру определения соответствия хозяйственной деятельности предприятия установленным экологическим требованиям, регламентированным экологическим законодательством, с целью предупреждения и предотвращения возможных неблагоприятных воздействий на компоненты окружающей среды.

Отметим, что в современной экономической литературе существует множество подходов к выделению факторов, оказывающих влияние на состояние окружающей среды. Пластинина Ю.В. придерживается мнения, что в качестве основных факторов, оказывающих влияние на эколого-экономическую экспертизу, целесообразно выделять следующие количественные факторы:

- общий объем вредных веществ, поступающих в атмосферу от источников загрязнения в оцениваемом районе;
- интегральные оценки качества окружающей среды или состояния экологической обстановки;
- риск заболеваемости, связанный с загрязнением окружающей среды;
- степень деградации (нарушенности) почвенного покрова;
- концентрации загрязняющих вредных веществ в почве;

- экологические характеристики земельного участка;
- индекс загрязнения атмосферного воздуха (ИЗА);
- уровень загрязнения атмосферного воздуха;
- обеспеченность зелеными насаждениями;
- радиационный фон;
- уровень шума.

При этом, Белик И.С. предлагает в качестве ключевых факторов, влияющих на проведение эколого-экономической экспертизы, рассматривать такие, как:

- уровень экологической безопасности для здоровья человека;
- производственное потребление природных ресурсов;
- использование возобновляемых источников энергии;
- использование наилучших доступных технологий;
- экологические показатели утилизации отходов;
- экологические показатели транспортировки;
- использование возобновляемых ресурсов;
- уровень загрязнения окружающей среды;
- вторичное использование компонентов;
- уровень сбросов и выбросов.

Автор Черп О.М. формирует собственную классификацию факторов, влияющих на эколого-экономическую экспертизу, среди которых учёный выделяет:

- нормативно-правовую и законодательную базу по охране окружающей среды при разведке и добыче нефти и газа;
- уровень общественного сознания, в т.ч. активность общественных организаций в области охраны природы;
- культурный уровень работников предприятий всех ступеней служебной лестницы, уровень менеджмента;
- контроль со стороны специально уполномоченных органов в области охраны окружающей среды;
- уровень применяемых природоохранных технологий и науки.

Результаты исследований. В ходе рассмотрения явления «эколого-экономической экспертизы», была выявлена основная суть данного процесса – установление соответствия между деятельностью хозяйствующего субъекта и экологическим требованиям, установленным, закреплённым и регламентированным экологическим законодательством. Целью же является предупреждение и своевременное устранение негативных воздействий на состояние окружающей среды.

Резюмируя вышеизложенное, в качестве основных факторов, оказывающих влияние на эколого-экономическую экспертизу, целесообразно рассматривать такие, как природные условия местности, в т.ч. уровень загрязнения атмосферного воздуха, почв, водных ресурсов и т.д.; уровень экологической опасности для здоровья человека, нормативно-правовую и законодательную базу по охране окружающей среды, специализацию экономической деятельности, характер применяемых природоохранных технологий, степень и объёмы потребления природных ресурсов.

Заключение. Вопрос состояния и охраны окружающей среды остаётся актуальным и по сей день. Ключевой задачей эколого-экономической экспертизы является одобрение или недопущение последующей деятельности любого вновь создаваемого хозяйствующего субъекта. Учёт всех факторов, влияющих на результативность проводимого исследования, является неотъемлемым условием проведения наиболее эффективной и результативной эколого-экономической экспертизы хозяйственной деятельности социума.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

Палатай В.В.¹ Стаценко Е.В.,²

¹ студентка 4 курса направления "Экономика"

² к.э.н., доцент кафедры экономики предприятия Институт экономики и управления ФГАОУ
ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»

cherrysbv@mail.ru

Введение. Сельское хозяйство является важной отраслью экономики, формирующей продовольственный рынок, трудовой потенциал сельских территорий и продовольственную и экономическую безопасность. Поэтому от его развития во много зависит жизненный уровень и благосостояние населения, а именно уровень потребления продовольственных товаров. Кроме этого, сельское хозяйство является одним из основных поставщиков сырья для промышленности, поскольку в качестве сырья используют более 50% сельскохозяйственной продукции такие отрасли, как легкая и пищевая. В свою очередь, сельское хозяйство является крупным потребителем промышленных товаров, таких как тракторы, машины, оборудование, топливо, минеральные удобрения, комбикорм и др. Все это говорит о взаимосвязи данной отрасли экономики с остальными отраслями и подчеркивает ее роль в развитии любого государства в целом и его субъектов в частности.

Целью работы является анализ тенденций развития сельского хозяйства в Республике Крым.

Результаты исследования. В Республике Крым существуют благоприятные климатические и природные условия для развития сельского хозяйства. Наиболее значимыми отраслями сельского хозяйства Республики Крым являются растениеводство и животноводство. При этом, большую долю в структуре сельскохозяйственной продукции составляет растениеводство (66,02%), тогда как животноводство составляет 33,98%. Растениеводство в Республике Крым специализировано в основном на выращивании зерновых культур, таких как пшеница, рожь, ячмень, овес, а также на выращивании кукурузы, зернобобовых, подсолнечника, картофеля, плодов и ягод и винограда.

Таблица 1. -Динамика изменения объемов сбора основных культур растениеводства в 2014-2017 гг. в Республике Крым

Наименование культуры	2014	2015	2016 г.	2017 г.	\bar{T}_p , %
Зерновые и зернобобовые культуры (в весе после доработки) тыс. т., в том числе:	1102,1	1263,1	1286,5	1394,0	108,15
пшеница озимая, тыс. т	628,8	738,0	761,1	862,7	111,12
пшеница яровая, тыс. т	1,4	3,6	3,5	8,3	180,99
Рожь, тыс. т	1,7	3,1	3,0	3,0	120,84
ячмень озимый, тыс. т	318,9	342,1	308,2	288,1	96,67
ячмень яровой, тыс. т	99,2	121,0	137,6	128,1	108,9
Овес, тыс. т	7,2	8,4	11,1	10,1	111,94
кукуруза на зерно, тыс. т	7,3	4,9	5,1	6,8	97,66
Зернобобовые, тыс. т	21,0	32,0	49,5	84,0	158,74
Подсолнечник на зерно, тыс. т	101,2	107,4	152,0	119,2	105,61
Картофель, тыс. т	387,8	272,6	258,1	212,3	81,81
Овощи – всего, тыс. т	413,9	354,3	365,6	334,2	93,12
Плоды и ягоды, тыс. т	113,4	121,6	143,9	107,4	98,20
Виноград, тыс. т	70,2	58,3	56,3	66,2	98,06
Всего растениеводство, млн. руб.	25645,3	38023	42724,7	37973,5	113,98

Характеризуя изменение объемов валового сбора продукции растениеводства, отметим, что, наблюдается среднее ежегодное уменьшение объемов производства картофеля, овощей,

плодов и ягод, винограда и ячменя озимого. Однако, наблюдается ежегодный средний прирост производства таких культур, как пшеницы яровой, зернобобовых, ржи. Ежегодное среднее увеличение объемов производства также наблюдается при выращивании подсолнечника, овса и пшеницы озимой.

Снижение темпов роста валового объема сбора продукции растениеводства обуславливается, прежде всего, дефицитом водных ресурсов для удовлетворения сельскохозяйственных потребностей, высоким моральным и физическим износом основных фондов сельскохозяйственных предприятий, постепенной потерей плодородности почв, связанных с недостаточным применением органических минеральных удобрений и средств защиты растений. Все эти причины ведут к сокращению посевных площадей и площадей посадок многолетних культур и, как следствие, снижению объемов производства продукции растениеводства и недостаточному обеспечению фруктами и овощами населения.

Отрасль животноводства на территории Республики Крым специализируется прежде всего на выращивании крупного рогатого скота, свиней, овец и птиц. Основной продукцией животноводства являются молоко и молочная продукция, яйца и шерсть (табл.2).

Таблица 2.- Динамика изменения основных продуктов животноводства в 2014-2017гг . в Республике Крым.

Наименования продукции	2014	2015	2016 г.	2017 г.	\bar{T}_p , %
Скот и птица на убой, в том числе:	172,6	146,7	141,3	140,2	93,30
крупный рогатый скот, тыс. т	26,0	19,7	22,5	17,6	87,80
Свиньи, тыс. т	48,7	42,8	41,9	39,0	92,86
овцы и козы, тыс. т	8,3	5,9	6,2	6,8	93,57
Птица, тыс. т	88,7	77,4	69,2	75,7	94,85
Молоко всех видов, тыс. л.	286,7	243,3	243,8	245,3	94,93
Яйца, млн. шт.	550,0	487,6	485,1	511,4	97,60
Шерсть (в физическом весе), т.	860	734	751	808	97,94
Всего животноводства, млн. руб.	21450,6	25500,4	24375,9	19575,3	97,0

Характеризуя изменение объемов производства продукции животноводства отметим, что в период с 2014 по 2017 годы происходило среднее ежегодное снижение объемов выращивания скота и птицы: выращивание КРС сократилось в среднем на 12,2%, свиней- на 7,14%, овец и коз -на 6,43%, птицы- на 5,15%. Объем производства молока уменьшается в среднем ежегодно на 5,07%, яиц- на 2,4%, шерсти -на 2,06%.

Снижение объемов производства продукции животноводства прежде всего связано с повышением конкуренции со стороны сельскохозяйственных производителей материковой части РФ и др. стран. Снижение числа скота на убой и уменьшение объемов производства молока связано с наращиванием поголовья молодняка крупного рогатого скота. Кроме этого, снижение в 2016- 2017 году объема производства животноводства связано со вспышкой африканской чумы свиней. из-за которой многие фермеры были вынуждены усыпить свой скот для избегания вероятности распространения болезни, что повлекло за собой снижение производства мяса свинины и крупного рогатого скота.

Выводы. Таким образом, на территории Республики Крым существует потребность в наращивании объемов производства растительного масла, мяса свинины, баранины, рыбы, молока и молочных продуктов, фруктов и ягод. Исходя из этого, для развития сельского хозяйства Крыма необходимо совершенствование структуры производства, обновление технической базы, значительный приток инвестиций в отрасль. Это позволит качественно обновить виноделие, производство овощей, эфирных масел, выращивание скота. Для развития этого предполагается реконструкция многолетних насаждений, закладка садов, виноградников, плантаций лаванды, развитие тепличного хозяйства, молочного скотоводства, расширение базы хранения фруктов и овощей, развитие мелиоративного комплекса и сельских территорий в целом. Кроме этого, стимулирование развития сельского хозяйства позволит создать возможность обеспечить сельское население рабочими местами.

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ЗАТРАТНОГО ПОДХОДА В ОЦЕНКЕ СТОИМОСТИ БИЗНЕСА

Полищук В.А.¹, Артюхова И.В.²

¹ магистрант направления экономика Института экономики и управления КФУ

² доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления КФУ
violetta.polishuk@mail.ru, ivartuhova@mail.ru

Введение. В условиях финансовой нестабильности функционирования компаний на рынке оценить их стоимость в некоторых ситуациях становится сложно. Существующие разрозненные методики далеки от совершенства, имеют свои недостатки, поэтому у оценщиков бизнеса могут возникать проблемы, связанные с достоверностью результата оценки. Во избежание это следует изучать особенности применения различных подходов к оценке стоимости бизнеса, а также возможности их методологической базы.

Традиционно оценку бизнеса осуществляют с точки зрения трех подходов: доходного, затратного (имущественного) и сравнительного. Выбор метода зависит от цели и объекта оценки. Так, при оценке с позиции доходного подхода оценщик ориентируется на доход как основной фактор, определяющий размер стоимости объекта. Таким образом, чем больше доход, приносит бизнес - объект оценки, тем больше будет его рыночная стоимость. При этом оценщик обращает внимание на два фактора: продолжительность конкретного периода получения возможного дохода, вид и степень рисков, связанных с этим бизнесом. Специалист изучает соответствующую рыночную информацию, анализирует эти выгоды и переводит в единую сумму конкретной стоимости. Таким образом, в доходном подходе применяют, так называемый, оценочный принцип ожидания. Сравнительный подход же основан на применении принципа замещения. То есть при оценке проводится сопоставление со схожими объектами собственности, в этом и заключается его сложность, если примеров аналогичных сделок на рынке мало, он практически не применим.

Если бизнес готовится на продажу, а также, если рассматривается стратегия его развития, доходный подход считается наиболее подходящим для оценки бизнеса. Однако, на наш взгляд, в некоторых случаях затратный подход является более точным и эффективным. Поскольку позволяет учитывать ситуацию в настоящем времени и предполагает подробную оценку всего наличного имущества. Однако имеет свои правила и особенности применения.

Целью исследования является выявление особенностей применения затратного подхода в оценке стоимости бизнеса. Для достижения цели важно изучить возможности методов затратного подхода, требуемую информацию и сферы применения, а также понять, какие ошибки может допустить эксперт при проведении оценки бизнеса этим методом.

Результаты исследований. Затратный подход включает в себя комплекс методов оценки, суть которых заключается в установлении суммы затрат, реализовываемых для воспроизводства или замещения объекта оценки, с учетом износа и старения. Затраты на воспроизводство оцениваемого бизнеса - это сумма затрат, которая необходима для создания точно такой же копии оцениваемого объекта - бизнеса, когда за основу берутся те же материалы, средства и технологии, используемые при создании первоначального объекта оценки.

Отличительным признаком затратного подхода является разделение оцениваемого наличного имущества предприятия на составные элементы, а затем расчет стоимости всего имущественного комплекса с помощью суммирования его частей.

Определение обоснованной рыночной стоимости активов предприятия возможно поэлементно: земля, недвижимость, машины и оборудование, нематериальные активы, финансовые вклады, производственные запасы, расходы будущих периодов, дебиторская задолженность. Далее стоимость этих затрат суммируется.

Важная особенность использования затратного подхода для оценки бизнеса состоит в том, что сама бухгалтерская стоимость активов бизнеса и их реальная стоимость могут сильно

различаться. Поэтому при оценке активов необходимо их рассматривать по рыночной цене. Как правило, это существенно повышает стоимость активов. В первую очередь это затрагивает машин и оборудования. На многих небольших предприятиях большая часть достаточно работоспособного оборудования может иметь нулевую остаточную стоимость, при этом рыночная цена такого оснащения может составлять весьма большую величину. Также, к примеру, при анализе запасов необходимо исключить их неликвидную часть, а при оценке дебиторской задолженности нужно опустить безнадежную.

Вот только некоторые особенности в действиях оценщика. Чтобы рассчитать стоимость бизнеса затратным подходом с помощью метода рыночного собственного имущественного капитала, необходимо составление экономического баланса на основе баланса на последнюю дату отчета. При этом по данным скорректированного баланса считается стоимость рыночного собственного материального капитала, являющаяся базой оценки бизнеса.

Метод компенсации затрат в затратном подходе предусматривает суммирование рыночной стоимости права использования товара, имущества как свободного с рыночной стоимостью улучшений, равной сумме издержек на создание указанных и прибыли предпринимателя за вычетом потерь вследствие физического износа, функционального и внешнего устаревания. Метод капитализации затрат предусматривает определение рыночной стоимости объекта как будущей стоимости издержек, распределенных по периодам, предшествовавшим дате оценки.

Считается, что затратный подход наиболее применим для оценки объектов специального назначения, а также нового строительства, для определения варианта наилучшего и наиболее эффективного использования земли, а также в целях страхования. Концентрируемая информация содержит данные о ценах на землю, строительные спецификации, данные об уровне зарплаты, стоимости материалов, расходах на оборудование, о прибыли и накладных расходах строителей на местном рынке и многое другое. Таким образом, требуется значительный период времени на сбор данных. Также в связи со спецификой поиска информации, есть ограничения в применении данного подхода, его сложно применять при оценке особых уникальных объектов, например, обладающих исторической ценностью, эстетическими и культурными характеристиками, быть ценными устаревших объектов.

Заключение. Итак, как было отмечено, не стоит ограничиваться одним методом оценки стоимости бизнеса. В целом все три подхода взаимосвязаны. Важно определить приоритетный и также использовать альтернативные для сопоставления результатов. Каждый из них предполагает использование различных видов информации, получаемой на рынке. Однако затратный в этом случае самый достоверный, поскольку он опирается на данные о текущих рыночных ценах на материалы, рабочую силу и другие элементы затрат.

Надежность оценки стоимости с помощью затратного подхода в большой степени зависит от полноты и достоверности экономической информации из отрасли, к которой относится оцениваемый объект (структура цен материалы и продукцию, получившиеся показатели рентабельности бизнеса и продаж, некоторые необходимые нормативы затрат и т. д.).

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА РЕСПУБЛИКИ АЛТАЙ

Ошовская Н.В.¹, Пригоцкая Я.Д.²

¹ доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления КФУ

² студентка кафедры экономики предприятия Института экономики и управления КФУ
sirius1319@mail.ru

Введение. Состояние экономики считается одним из главных показателей развития каждой страны. Для достижения благоприятной экономической ситуации в том или ином государстве, необходимым является анализ состояния регионов, входящих в его состав. Каждый регион имеет свою специфику, т.е. особенности в управлении местной экономикой и предприятиями. Любое изменение в экономике региона неизбежно повлияет на экономическую ситуацию всей страны.

Целью исследования является оценка социально-экономического развития Республики Алтай и влияние развития данного региона на всю экономику страны в целом.

Результат исследований. Отметим, что Россия – это самая большая по площади страна в мире, в состав которой входит 22 республики, в том числе и Республика Алтай. Республика Алтай находится на территории Сибирского федерального округа и является составляющей Западно-Сибирского экономического района. История ее образования, как республики, длилась не один год, и название были самые разнообразные. Так в 1922 года она была зарегистрирована, как Ойротская автономная область, с 1948 года существовала, как Горно-Алтайская автономная область и свое нынешнее наименование, как республика Алтай, получила только 25 октября 1990 года.

Экономике республики Алтай можно дать характеристику, преимущественно, как сельскохозяйственной, так как в отраслях агропромышленного комплекса занято 76% трудоспособного населения. Если обратиться к статистическим данным, то снижение объемов производства по основным видам экономической деятельности за исключением сельскохозяйственного производства началось еще в 2010 году и до сих пор остается неизменной. В 2018 году объем производства продукции сельского хозяйства составил 2771,7 млн. рублей, или 100,3% к аналогичному периоду прошлого года. На 1 января 2019 года в хозяйствах всех категорий поголовье крупного рогатого скота, по расчетам, увеличилось на 1,1% по сравнению с предыдущим годом.

Производство основных видов продукции в хозяйствах всех категорий представлены в таблице 1.

Таблица 1. – Основные показатели категорий производства сельскохозяйственной продукции на 01.01.2019 г.

Вид производства	Количество	Изменение по сравнению с 2018 г., %
производство на убой всех видов скота и птицы в живой массе, тыс.т	3,3	100,5
валовой надой молока, тыс.т	30,4	100,9
настрижено шерсти (включая пух), т	1170	101,3
производство яиц, млн. штук	11,2	91,1

Источник: Основные показатели социально-экономического развития Республики Алтай [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://altai-republic.ru/economy_finances/social-economic-situation/

Несмотря на то, что основу экономики составляет животноводство, садоводство и другие виды сельскохозяйственной деятельности, в данном регионе также развиты такие виды промышленности, как горнодобывающая, цветная металлургия, лесная,

деревообрабатывающая, легкая и пищевая. Ведущие отрасли промышленности представлены на рисунке 1.

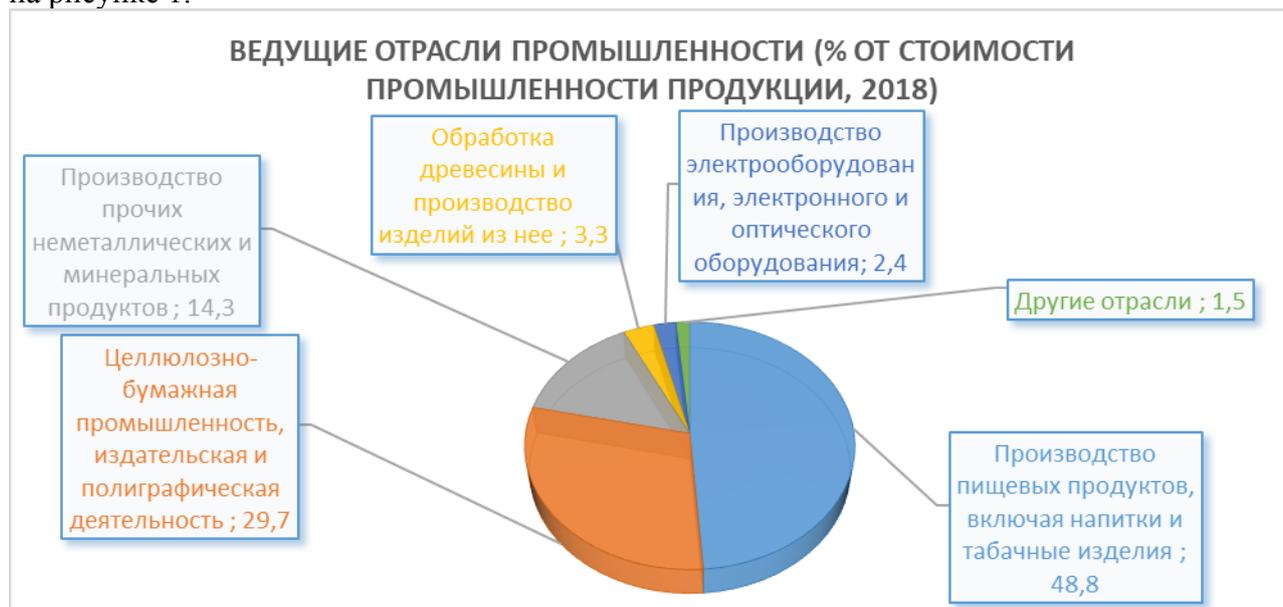


Рисунок. 1. – Ведущие отрасли промышленности Республики Алтай

Отметим, что для Республики Алтай экспорт и импорт играет существенную роль. Причиной тому является необычное геополитическое положение данного региона. Алтай находится в центре Евразийского континента и имеет внешнюю границу с Китаем, Монголией и Казахстаном. В общем экспортно-импортном обороте республики Монголия и Китай занимают 67,2%. На долю Гонконга и Южной Кореи, куда поставляется один из важнейших экспортных продуктов Республики Алтай – панты (молодые рога) марала, приходится 23% общего экспортно-импортного оборота, оставшиеся 10% - остальные страны СНГ и дальнего Зарубежья. Одними из главных объектов экспорта являются: пух, панты, шерсть, древесина, цветные металлы, а импорта - технологическое оборудование, продовольствие, промышленные товары народного потребления и т.д.

Благодаря выгодному географическому положению Республика Алтай имеет особенное пограничное сотрудничество. Не смотря на то, что в данном регионе наблюдается низкая плотность населения, он развивает одновременно сотрудничество с тремя зарубежными странами, каждая из которых имеет свою специфику.

Так, были созданы совместные предприятия по переработки мяса благодаря сотрудничеству с Монголией на территории республики. Вместе с этим в 2019 г. провидится поиск источников финансирования для реализации инвестиционного проекта по развитию дорожной инфраструктуры, единой системы энерго- и газообеспечения.

Отметим, что сотрудничество с Китаем, преимущественно начало развиваться с конца XX века. Республика Алтай в Китай экспортирует такие товары, как пух, шерсть, древесина, а в качестве импорта из Китая поставляют продукты питания, товары народного потребления, технологическое оборудование. Интересным является тот факт, что сотрудничество с Китаем способствует повышению экономического роста Республики Алтай. Однако, одним из весомых препятствий на пути расширения и углубления взаимовыгодных отношений является отсутствие непосредственной транспортной связи, которая в настоящий момент осуществляется через Казахстан или Монголию, что увеличивает издержки товарного обмена.

Вывод. Таким образом, рассматривая социально-экономическое развитие Республики Алтай, отметим, что наблюдается положительная динамика в объемах производства продукции сельского хозяйства, розничного товарооборота, строительных работ и платных услуг. Вместе с тем отмечено снижение объемов промышленного производства и жилищного строительства. Однако, несмотря на то, что в данном регионе преимущественно аграрный вид экономики, Республика Алтай наладила сотрудничество уже с тремя странами, что привело к развитию ее промышленности и внедрению инноваций на производстве.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Шевченко В.В.¹, Стаценко Е.В.²

¹студентка кафедры мировой экономики,
valeria_8885@mail.ru

²к.э.н., доцент кафедры экономики предприятия Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»

Введение. В соответствии с теорией иерархии потребностей А. Маслоу для осуществления жизнедеятельности человеку необходимо употреблять продукты питания, то есть удовлетворять первичные потребности. При этом возникновение потребностей следующего уровня и стремление индивида к их удовлетворению осуществляется только при условии удовлетворения первичных потребностей. Поскольку первичная потребность в продуктах питания удовлетворяется продукцией сельскохозяйственных предприятий, то развитие государства также возможно при условии стабильного и эффективного функционирования сельскохозяйственных предприятий. Поэтому исследование проблем сельскохозяйственных предприятий и разработка направлений их решения актуальны для населения и органов государственного управления.

Цель и задачи. целью исследования является процесс выявления проблем функционирования сельскохозяйственных предприятий Республики Крым. Для достижения цели в работе поставлены и решены задачи:

1. охарактеризована сущность сельскохозяйственных предприятий;
2. исследована динамика функционирования сельскохозяйственных предприятий;
3. исследованы меры господдержки сельскохозяйственных предприятий Республики Крым;
4. выявлены проблемы функционирования сельскохозяйственных предприятий Республики Крым.

Результаты исследований. Организационно-правовой формой сельскохозяйственных предприятий является производственный кооператив, крестьянское (фермерское) хозяйство, сельскохозяйственный кооператив. Отличительными признаками сельскохозяйственных предприятий являются сезонность производства большей части сельскохозяйственной продукции; использование в качестве незаменимого средства труда и одновременно предмета труда — земли; наличие специфических ОПФ (комбайны и т.п.); расположение вне города; зависимость от погодных условий.

Для выявления динамики функционирования сельскохозяйственных предприятий Республики Крым, были использованы показатели - доля продукции сельского хозяйства в структуре ВРП; объем реализации сельскохозяйственной продукции, в нат.ед.; численность сельскохозяйственных предприятий. Характеризуя общий объем реализации сельскохозяйственной продукции, отметим, что в 2017 по сравнению с 2014 годом объем увеличился на 30% а среднегодовой прирост составил 9%. В частности, на 17% в год, увеличился объем производства продукции растениеводства (табл.1)

Таблица 1. Общий объем реализации сельскохозяйственной продукции, (млн.руб.)

Показатели	Года				$\Delta \bar{t}$	Т _{пр}	Т ср.пр
	2014	2015	2016	2017			
Продукция сельского хозяйства, в том числе:	44194	50111,3	52180,2	57518,8	4441,60	30,15	9,18
растениеводства	23847,4	28040,8	31954,7	37973,5	4708,70	59,24	16,77
животноводства	20346,6	22070,6	20925,5	19545,3	-267,10	- 3,94	-1,33

Характеризуя динамику реализации сельскохозяйственной продукции в натуральных единицах, отметим максимальный уровень развития молочной продукции (36,68%) и

зернобобовых культур (38,61%) при значительном снижении объемов производства подсолнечника (-7,39%).

Характеристику функционирования сельскохозяйственных организаций Республики Крым осуществим с использованием показателей количества сельскохозяйственных организаций, численности работников в них и наличия сельхоз техники (табл.2).

Таблица 2. Характеристика функционирования сельскохозяйственных организаций Республики Крым, 2016-2017гг. (натуральные единицы)

Показатель	Период		$\Delta \bar{i}$	Тпр
	2016	2017		
Количество с/х организаций	498	516	18,12	3,64
Численность с/х работников, тыс.чел.	22,4	22,5	0,1	0,45
Наличие с/х техники, из них:	996	1011	15	1,51
нагрузка пашни на один трактор, га	229	226	-3	-1,31
мощность двигателей тракторов, тыс.л.с.	291	299	8	2,75
приходится посевов на один комбайн, га	409	432	23	5,62
доильные установки и агрегаты, шт.	67	54	-13	-19,40

Источник: Статистический ежегодник. Республика Крым. 2017-2018.

Так, количество сельскохозяйственных организаций увеличилось в среднем на- 3,64% в 2017г. по сравнению с 2016 годом и составляет 516 субъектов хозяйствования. В 2017г. численность работников сельскохозяйственных предприятий увеличилось на 0,45% и составила 22,5 тыс. чел. Также на 1,51% увеличилось количество сельскохозяйственной техники. В частности, на 2,75% увеличилась мощность двигателей тракторов и составила 299 тыс. л/с. Также в 2017г. заметно уменьшение доильных установок и агрегатов на 19,4%.

В результате выявления значений и изменений показателей, характеризующих функционирование сельскохозяйственных предприятий Республики Крым, следует отметить прирост объемов реализации продукции растениеводства при снижении объемов реализации продукции животноводства 2014-2018гг. Причинами, сложившейся ситуации являются:

- 1) вспышки африканской чумы свиней (АЧС), меры борьбы с которой предусматривают полное уничтожение поголовья в очаге болезни;
- 2) дефицит водных ресурсов, особенно в северной части полуострова;
- 3) слабо развитая рыночная инфраструктура, в частности система сбыта и хранения сельскохозяйственной продукции;
- 4) физический и моральный износ основных производственных фондов.

Поскольку сельское хозяйство нацелено на удовлетворение первичных потребностей общества, то государство, стремясь к экономическому росту, всячески поддерживает функционирование сельского хозяйства, что проявляется в следующих основных мерах:

- 1) Программа «Поддержка начинающих фермеров», состоит в предоставлении грантов на создание и развитие КФХ.
- 2) Грант на развитие семейных животноводческих ферм.
- 3) Предоставление возможности по уплате единого с/х налога;
- 4) Предоставление субсидий на улучшение жилищных условий граждан, проживающих в сельской местности, в том числе молодых семей и молодых специалистов;

Выводы. Таким образом, в Республике Крым сельскохозяйственные предприятия функционируют в форме КФХ, сельскохозяйственного кооператива и производственного кооператива. Выявлены тенденции прироста объемов реализации продукции растениеводства при снижении объемов реализации продукции животноводства. Основными проблемами функционирования сельскохозяйственных предприятий являются: отсутствие водных ресурсов, высокий уровень износа ОПФ и др. Для решения указанных проблем выявлены и охарактеризованы меры господдержки сельскохозяйственных предприятий Республики Крым.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМЫ ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Терещенко П.Ю.¹, Шевченко. Е. В.²

*¹обучающаяся третьего курса бакалавриата кафедры экономики предприятия
Института экономики и управления Крымского федерального университета
им. В. И. Вернадского*

*²к.э.н., доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления
Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского
tereshchenko_polinaa@mail.ru*

Введение. Получение прибыли, необходимой для развития предприятия, и достижение социального эффекта, выражающегося в удовлетворении потребностей населения в определенных видах товаров и услуг, являются основной целью деятельности предприятия. Достижение этой цели возможно только при грамотном планировании, направленном на обеспечение сбалансированности, комплексности, а также взаимосвязи всех элементов системы управления.

Цель и задачи исследований. Целью данной работы является общая характеристика основных элементов системы планирования на предприятии как самостоятельного субъекта хозяйствования.

Для реализации поставленной цели использована **методика** анализа и синтеза системы планирования на предприятии.

Результаты исследований. В рыночных условиях хозяйствования предприятия осуществляют планирование самостоятельно. При этом задачи планирования и содержание планирования меняются. Планы предприятия - это не только основа повышения технического уровня, качества изготавливаемой продукции и оказываемых услуг, но и основа его стратегического развития в долгосрочном периоде.

Цель планирования деятельности хозяйствующего субъекта состоит в разработке и построении системы планов, которые направлены на удовлетворение потребительского спроса, получение стабильной и достаточной прибыли от результатов деятельности предприятия.

На основе цели формируются задачи операционной деятельности предприятия:

- планово-расчетные задачи: расчет потребности в ресурсах, расчет производственных мощностей;
- информационно-справочные задачи: формирование нормативной и справочной информации, плановой документации;
- задачи функционального характера: подготовка и разработка плановых документов, обработка данных, оптимизация принятых решений.

Одним из основных направлений планирования производственной деятельности является планирование качества продукции, которое осуществляется путем определения критериев, по которым, соответственно, будет выпускаться продукция на предприятии. Формирование плана качества продукции следует за определением технических характеристик изделия, назначения и цели его использования конечным потребителем. Для обеспечения результативности планирования качества продукции целесообразно осуществлять его на каждом этапе жизненного цикла товара: разработка проекта, изготовление, эксплуатация.

В теории управления выделяют следующие методы планирования: расчетно-аналитический, экспериментальный, отчетно-статистический.

При расчетно-аналитическом методе планирования качества продукции предполагается комплектация работ по направлениям, ресурсам и последующий анализ эффективности различных видов их сочетания.

Экспериментальный метод включает составление планов, установление нормативов деятельности согласно аналитическим данным, полученным в ходе контроля деятельности предприятия.

Под отчетно-статистическим методом понимают разработку планов на основе реальных ситуаций, данные по которым могут быть получены на основе текущих отчетов подразделений предприятия.

Процесс планирования качества продукции не является универсальным, поскольку задачи каждого подразделения формируются исходя из их специфики. Так, целью работы цехов является достижение показателей выпуска продукции с определенным качеством; вспомогательного производства - обеспечение основных цехов необходимыми заготовками вовремя; функциональных служб - учет погрешностей и возможных сбоев на этапе проектирования.

После установления плановых показателей, определения направлений по повышению качества продукции можно планировать принятие решений, способных обеспечить функционирование предприятия с учетом увеличения результативных показателей.

Планирование решений осуществляется на основе следующих принципов:

- нацеленность на результат (единая цель разделяется на несколько мелких, текущих, целей, достижение которых приведет к результату);
- комплексность (сочетание всех направлений деятельности и вовлечение всех подразделений предприятий в повышение качества осуществляемой работы);
- оптимальность (соответствие планов количеству ресурсов, доступных для реализации);
- непрерывность (системное, постоянное планирование, так как планирование по принципу "время от времени" приведет к ухудшению показателей);
- гибкость (возможность мгновенной реакции и способность подстраиваться под внешние факторы);
- стремление к совершенству (необходимо планировать на основе наилучших решений);
- стабильность (неизменность основной цели).

Планирование решений осуществляется несколькими методами: бюджетный метод ориентирован на учет бюджета предприятия и его финансовых возможностей по реализации стратегии, сценарный - осуществляется на основании выбора одного из разработанных ранее сценариев, а системный - предполагает изменение решений по всем направлениям деятельности при изменении внутренней ситуации на предприятии.

Планирование решений - это процесс, определяющий продуктивность, эффективность предприятия на определенном этапе развития.

Выводы. Таким образом, общая характеристика системы планирования на предприятии показала, что осуществление данного процесса позволяет реализовать поставленные стратегические цели, обеспечить финансовыми ресурсами экономические процессы развития предприятия в условиях рыночной конкуренции, определить и проконтролировать развитие предприятия в перспективе с учетом установления и последующего соблюдения требований к качеству производимой продукции.

ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Терещенко П.Ю., студент гр. Э-б-о-175 *Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»*
руководитель Ергин С.М., д.э.н., *профессор кафедры экономики предприятия ИЭиУ ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»*

Введение. Внутренним контролем называют комплекс мер и процедур, который организован руководством предприятия для обеспечения достоверности показателей учета (бухгалтерского, оперативного, управленческого), предупреждения искажений и неравномерных действий принятия наиболее оптимальных решений. При организации внутреннего контроля необходимо ориентироваться на организационно-правовую форму, размер предприятия и масштабы его деятельности. Чем сложнее структура внутренней среды субъекта, тем больше информации требуется для принятия эффективных решений.

Цель и задачи исследования. Цель данной работы состоит в уточнении алгоритма организации системы внутреннего контроля на предприятии. Для ее достижения необходимо рассмотреть цель и особенности организации внутреннего контроля на предприятии, определить основные показатели внутреннего контроля и методы их анализа, а также рассмотреть значение национального законодательства при организации документооборота.

Результаты исследований. Система внутреннего контроля должна ориентироваться на устойчивое положение предприятия на рынке, его признание другими субъектами рынка и общественностью, своевременную адаптацию систем производства и управления к динамичной внешней среде. Система внутреннего контроля включает следующие элементы:

- контрольная среда;
- оценка рисков;
- процедуры внутреннего контроля;
- информация и коммуникация;
- оценка внутреннего контроля;
- мониторинг и исправление ошибок.

Для принятия большинства управленческих решений основой является информация бухгалтерского, оперативного, статистического учетов. При создании эффективной системы внутреннего контроля цель руководства состоит в обеспечении надежности информации, ее защиты, сохранности активов, эффективности хозяйственной деятельности, соблюдении правил составления отчетностей и их соответствия учетной политике предприятия.

Одним из основных методов бухгалтерского учета является документирование и защита информации. Правильная организация и ведение документооборота является условием успешной деятельности предприятия. Поэтому, к примеру, бухгалтерский документ учета обязательно должен соответствовать основным правилам: полнота указанных реквизитов, соответствие необходимой форме, своевременность заполнения и последующего хранения документации.

Обязанности и полномочия подразделений и сотрудников предприятия зависят от вида и масштабов деятельности, а также особенностей системы управления.

При организации внутреннего контроля на предприятии нужно:

- сопоставлять внутренний контроль с затратами на его организацию и реализацию;
- привлекать в зависимости от полномочий и функций весь персонал к осуществлению внутреннего контроля;
- внедрять внутренний контроль во всех подразделениях и на всех уровнях управления предприятием.

В статье 19 «Внутренний контроль» федерального закона «О бухгалтерском учете» от 6 декабря 2011 г. №402-ФЗ указывается, что каждый экономический субъект должен организовать и реализовать внутренний контроль своей деятельности, а далее обеспечить

внутренний контроль бухгалтерской (финансовой) отчетности, подлежащей обязательному аудиту.

Объектами внутреннего контроля на предприятии являются показатели эффекта (результата) и эффективности (результативности) деятельности. К показателям результативности можно отнести рентабельность (для анализа в целом экономического субъекта), фондоотдачу, фондоемкость, фондорентабельность (когда анализируем основные фонды), коэффициент оборачиваемости, продолжительности оборота (при анализе оборотных средств), а также производительность труда, трудоемкость продукции (услуг) (при изучении эффективности работы трудовых ресурсов). К показателям результата относятся прибыль, выручка, маржинальный доход, экономия себестоимости и другие показатели. Также при оценке эффекта проводятся аналитические процедуры, к которым относится оценка непрерывности деятельности, безубыточности этой деятельности, а также сравнение и факторный анализ. Совокупность всех показателей является источником формирования отчетности на предприятии.

Неотъемлемой частью успешной деятельности предприятия является осуществление в нем аналитических процедур, которые включают несколько этапов. Сначала определяются показатели осуществления внутреннего контроля и их систематизация. Затем применяются методы анализа, которые включают горизонтальный, вертикальный, трендовый, одномерный и многомерный сравнительные анализы. После этого применяют методы факторного анализа, то есть методы цепных постановок, относительных и абсолютных разниц, индексный метод, интегральный метод пропорционального деления и метод логарифмирования. На основе проведенного анализа формируются выводы и предложения в целях поиска оптимальных управленческих решений. И в завершение аналитических процедур сформулированные выводы представляются и предлагаются руководству.

Внутренний контроль эффективности достижения плановых показателей можно организовать с помощью методов экономического анализа. Оценить эффективность использования ресурсной базы и достигнутого эффекта деятельности хозяйствующего субъекта возможно при управленческом анализе. Он позволит осуществить в рамках внутреннего контроля оценку эффективности использования ресурсного потенциала хозяйствующего субъекта. Финансовый анализ позволяет оценить финансовое состояние субъекта. В целом финансовый анализ заключается в оценке качества ведения учета (бухгалтерского, управленческого, налогового), выявлении недоработок в выполнении персоналом трудовых обязанностей, оптимизации концептуальных подходов по управлению капиталом и выявлению факторов, оказывающих воздействие на управление финансами предприятия.

При осуществлении внутреннего контроля необходимо определять эффективность стратегических решений с помощью расчета и оценки статистических и динамических показателей. Сравнение текущих данных финансового и операционного бюджетов с плановыми показателями необходимо для достижения финансовых и операционных показателей предприятия. Стоит отметить, что внутренний контроль должен осуществляться на основе законодательства, в котором указана регламентация хозяйственных операций. Поэтому на предприятии при ведении бухгалтерского учета должна быть организована четырехуровневая система его ведения, обеспечена правильность составления отчетности хозяйствующего субъекта, соответствие их законам, положениям по бухгалтерскому учету, методическим рекомендациям, локальным нормативно-правовым актам.

Выводы. Организация внутреннего контроля на предприятии осуществляется с целью обеспечения достоверности учетных показателей, предупреждения ошибок и нецелесообразных действий при принятии управленческих решений. При проведении внутреннего контроля необходимо внимательно анализировать каждый документ и проверять его соответствие действующему законодательству. Оценка показателей эффекта и эффективности, изучаемая по документам отчетности, позволяет сделать правильные выводы и скорректировать дальнейшую деятельность хозяйствующего субъекта.

МЕХАНИЗМ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Владиславская А.С.¹

¹студентка кафедры бухгалтерского учета анализа и аудита Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И.Вернадского»

Научный руководитель: к.э.н., доцент кафедры экономики предприятия

Стаценко Е.В.

anya.anya.kiska@mail.ru

Вступление. В современном мире, где на первое место выходит научно-технический прогресс, эффективная защита интеллектуальной собственности становится залогом успешного развития науки и экономики страны. Это объясняется тем, что в условиях конкурентной борьбы эффективно функционировать может та фирма, которая способна постоянно совершенствовать собственный продукт или создавать что-то новое. С целью защиты изобретений от копирования необходимым и актуальным является регламентация взаимоотношений между субъектами интеллектуальной собственности, к которым относятся государство, разработчик и конкуренты.

Цель и задачи исследования. Целью работы является процесс исследования механизма функционирования системы интеллектуальной собственности в Российской Федерации. Для реализации цели необходимо решить задачи:

- охарактеризовать сущность интеллектуальной собственности;
- исследовать механизм функционирования системы интеллектуальной собственности;
- исследовать порядок документального оформления интеллектуальной собственности в РФ;

Результаты исследования. В соответствии с Гражданским кодексом РФ под интеллектуальной собственностью понимается «совокупность результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ней результатов средств индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, которым предоставляется правовая охрана». При этом результатами интеллектуальной деятельности являются: «произведения науки, литературы и искусства; программы для электронных вычислительных машин; базы данных; исполнения; фонограммы; сообщение в эфире или по кабелю радио- или телепередач; изобретения; полезные модели; промышленные образцы; селекционные достижения; топологии интегральных микросхем; секреты производства (ноу-хау); фирменные наименования; товарные знаки и знаки обслуживания; наименования мест происхождения товаров; коммерческие обозначения».

Механизм функционирования системы интеллектуальной собственности обобщенно содержит субъект, объект и роль каждого в их взаимодействии. К субъектам интеллектуальной собственности относятся: государство, разработчик инновации и конкуренты, которые преследуют коммерческие цели, достигаемые с помощью реализации инноваций (т. е. объектов интеллектуальной собственности). Под инновациями следует понимать результаты творческой деятельности, используемые в любом процессе производства, потребления и распределения. Разработчики инноваций заинтересованы в результатах собственных исследований, которые могут принимать форму прироста прибыли, увеличения стоимости нематериальных активов (создание торговых марок, формирование благоприятного имиджа и т. д.). Целью конкурентов является завладение результатами чужой интеллектуальной деятельности без вкладывания средств в научные разработки, так как это позволит повысить эффективность собственного производства. Для преодоления барьеров, созданных государством и собственником интеллектуальной деятельности, конкуренты используют такие инструменты, как промышленный шпионаж, переманивание ведущих специалистов, копирование или плагиат.

Целями государства в системе интеллектуальной собственности является увеличение ВВП, а также поддержание и развитие национальных нематериальных активов (имидж, статус). В частности, продукты интеллектуальной деятельности позволяют повысить эффективность производственной деятельности их собственников, что в масштабах государства обеспечивает рост ВВП и развитие конкурентной рыночной среды. В случаях создания инновационных процессов, технологий и продуктов может быть достигнута диффузия инновации, и ее распространение за границы одного государства. В этом случае возникает эффект в виде размытия национальных нематериальных активов.

Роль каждого субъекта по отношению к объекту интеллектуальной собственности отличается, прежде всего, инструментами, используемыми в его отношении. Государство использует такие инструменты, как законодательная защита и инвестиционная поддержка интеллектуальной собственности. В частности, законодательная защита интеллектуальной собственности регламентируется ГК РФ с позиции формирования процедуры защиты интеллектуальных прав, государственного регулирования отношений в сфере интеллектуальной собственности, а также государственной регистрации результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации. Законодательная защита интеллектуальной собственности осуществляется с момента государственной регистрации. Лицо, указанное в заявке как заявитель, становится правообладателем. Процедура регистрации объектов интеллектуальной собственности содержит этапы:

1. Уплата патентной пошлины.
2. Подача заявки в Роспат.
3. Рассмотрение заявки (проведение экспертизы объекта интеллектуальной собственности).
4. Регистрация в реестре Федеральном Институте Промышленной Собственности (ФИПС) с присвоением индивидуального номера и выдача документа о регистрации. Длительность процедуры регистрации является одним из существенных минусов механизма функционирования системы интеллектуальной собственности в РФ, так как может длиться больше года.

Инвестиционная поддержка интеллектуальной собственности со стороны органов государственной власти выражается в форме прямого государственного финансирования (бюджетные займы, покупка акций, облигаций или других ценных бумаг фирмы или организации (вклады в уставной фонд), дотации, гранты), что характерно для фундаментальных исследований. А также в форме косвенного государственного финансирования (льготное государственное кредитование и налогообложение, государственные заказы).

Инструментами разработчиков инноваций в системе интеллектуальной собственности являются: опыт и знания предыдущих поколений и уже имеющиеся на данный момент технологии и оборудование, доступные разработчикам, а также возможности их собственного мышления.

Выводы. Таким образом, в случае патентования, защищая свои интересы государство и разработчики инноваций объединяются в единую систему и создают барьер, отделяющий их от конкурентов. Этим барьером является законодательство, грамотное составление и исполнение которого должно защитить интересы, как государства, так и разработчиков от посягательства конкурентов на чужую интеллектуальную собственность. Однако, разработчик может поступить иным образом и не привлекать к защите своей интеллектуальной деятельности государство, самостоятельно охраняя свои секреты производства. Такой способ защиты имеет как положительные стороны: коммерческая тайна может храниться десятилетиями, так и отрицательные: в случае разглашения трудно привлечь виновных к ответственности. В целом, выбирая ноу-хау вместо патента, предприниматель должен понимать и рассчитывать только на себя и свои силы.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Ярошенко А.А.¹

¹аспирант кафедры экономики предприятия Института экономики и управления КФУ
научный руководитель: д.э.н., профессор, Наливайченко Е.В.
admiral4221@mail.ru

Введение. Предпринимательство является сектором рыночной экономики государства, в котором субъекты хозяйственной деятельности характеризуются экономической свободой, правом собственности, в условиях риска обладают незамедлительной реакцией на конъюнктурные изменения. Особо значимым фактором в западных странах на сегодняшний день остается поддержка предпринимательства муниципальными властями. Развитие предпринимательского сектора остается приоритетной задачей государства и в экономике России. Предпринимательская активность играет важную роль в достижении экономического успеха государства, высоких темпов роста и устойчивого развития как в области материальной, так и нематериальной сферы экономики. Таким образом, актуальность исследования обусловлена необходимостью всестороннего изучения направлений государственной поддержки субъектов предпринимательства как в России, так и за рубежом.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является изучение поддержки предпринимательской деятельности государством. Достижение поставленной цели предполагает постановку и решение следующих основных задач: изучить зарубежный опыт государственной поддержки предпринимательства; охарактеризовать современное состояние государственной поддержки российского предпринимательства.

Методы исследования. При проведении исследования были использованы такие общенаучные методы как системный анализ (для определения основных направлений государственной поддержки предпринимательства), сравнение и обобщение (для исследования государственной поддержки предпринимательства в различных странах).

Результаты исследований. В настоящее время экономически развитые страны, такие как страны ЕС, США, Япония и другие, обеспечивают широкое содействие развитию предпринимательства при использовании различных инструментов государственной поддержки. В частности, на уровне ЕС действуют две программы финансирования предпринимательства. Одна направлена на обеспечение рисковым капиталом перспективных предприятий сектора малого и среднего предпринимательства и предполагает выдачу кредитов в размере до 50% стартового капитала, а также покрытие до 50% эксплуатационных затрат с пятилетним сроком погашения. Вторая – «Евротек» – представлена сетью из 13 фондов взаимных гарантий, которые выделяют кредиты для инвестиций в высокотехнологичные проекты транснационального характера крупных корпораций и помогают инвестировать в структурно-кризисные отрасли и экологические проекты. Для стимулирования предпринимательского сектора западные власти создают соответствующее административное, экономическое и правовое поле путем:

- создания государственных структур по поддержке малого и среднего бизнеса;
- предоставления налоговых льгот, льготного кредитования, государственных инвестиционных субсидий, особых норм амортизации;
- оказания содействия в получении государственных заказов, как для малого, среднего, так и для крупного предпринимательства;
- обеспечения консультационных услуг и информации;
- внедрения определенных юридических моделей, которые позволяют решать определенные проблемы и разногласия;
- образования кластерно - сетевого подхода и т.д.

В Японии система поддержки бизнеса охватывает специализированные государственные учреждения поддержки малого и среднего предпринимательства (МСП),

институты, предоставляющие финансовые гарантии и помощь на общегосударственном и региональном уровнях. Основу механизма финансовой поддержки предпринимательства в Японии составляют «мягкие займы» (с процентной ставкой 2 – 4%), широкое развитие получают пенсионные фонды малых предприятий, содержание которых освобождается от налогообложения. Стимулирование кооперативной деятельности МСП осуществляется с помощью льготного предоставления объединениям предприятий земли и кредитных ресурсов для развития новых технологий.

Институтом системы государственной поддержки МСП в США является Администрация малого бизнеса. Довольно существенное место в системе поддержки малого и среднего предпринимательства в США занимают экспортно-ориентированные МСП. Для них разработан целый ряд специализированных программ, предлагающих льготное финансирование в той или иной форме:

- программа займов для международной торговли;
- программа обеспечения экспортного оборотного капитала, дает возможность на получение гарантий до 90% под обеспеченный залогом кредит;
- программа экспортного «экспресс - займа», с предоставлением гарантий до 50%.

США особое внимание уделяют поддержке малого инновационного предпринимательства (МИП). На правительственном уровне действует специальная программа поддержки МИП, включающая займы по линии Агентства по поддержке и развитию малого предпринимательства, государственные инвестиции, разделение стоимости (затрат) с малыми предприятиями; к формам частной поддержки относятся «рисковые венчурные фонды» а также «ангелы» – частные инвесторы. Федеральные ведомства, имеющие бюджет на науку более 100 млн. долларов, отчисляют на поддержку МИП не менее 2,5%.

Инструментами поддержки крупного бизнеса в России являются такие институты развития как Внешэкономбанк, ГК «Роснано», ГК «Росатом», Центр «Сколково», ОАО «Российская венчурная компания». Государственная поддержка крупных промышленных бизнес-структур осуществляется путем предоставления кредитов для реализации инвестиционных проектов на долгосрочной основе, финансирования проектов по техническому перевооружению и модернизации, содействия в развитии передовых нанотехнологий. Поддержка малого и среднего предпринимательства в России осуществляется через институты развития: АО Корпорация «МСП» АО «Российский Банк поддержки малого и среднего предпринимательства», Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере, Фонд «ВЭБ Инновации».

Направления поддержки МСП реализуются путем предоставления инвестиционных налоговых кредитов, субсидирования процентных ставок по проектам технического перевооружения, субсидирования отдельных затрат на пополнение оборотных средств, предоставления доступного финансирования для продвижения товаров на зарубежные рынки. Также поддержка субъектов предпринимательства реализуется через создание специальных режимов хозяйствования: свободные экономические зоны, территории особого развития, индустриальные парки, технопарки, кластеры.

Выводы. На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что Россия активно использует положительный опыт зарубежных стран в поддержке предпринимательства. Для эффективного осуществления предпринимательской деятельности государство обеспечивает нормативно-правовую базу хозяйствования, способствует созданию благоприятных условий для реализации предпринимательских инициатив, развивает институты государственно-частного партнерства, оказывает информационно-консультационную поддержку субъектов предпринимательской деятельности.

Неотъемлемой частью государственной поддержки предпринимательства как в России, так и за рубежом является применение финансовых инструментов, таких как льготное налогообложение и кредитование, предоставление грантов и компенсаций, выделение бюджетных дотаций, субсидии и т.д.

ОРГАНИЗАЦИЯ ОПЛАТЫ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Белоусенко А.П.¹, Шамилева Э.Э.²

¹студентка группы Э-б-о 165 Института экономики и управления КФУ

²доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления КФУ

Введение. Оплата труда является одним из главных рычагов функционирования предприятия. Однако, для эффективной работы данного рычага необходимо вносить в его использование новые технологии, позволяющие ему быть гибким и ориентированным на изменения во внешней среде. Для этого нужно разобраться с основными формами оплаты труда, понять, что такое основная и дополнительная заработная плата, выплаты и надбавки.

Целью работы является поиск направлений усовершенствования организации оплаты труда, учитывая все ее сложности, формы, виды, стараясь упростить эту систему.

Согласно трудовому кодексу РФ, «оплатой труда является вознаграждение за труд, в зависимости от квалификации работника, сложности, количества, качества и условий выполняемой работы, а также компенсационные бонификации (доплаты и надбавки компенсационного характера) и стимулирующие».

Важно знать, в каких случаях те или иные методы измерения позволяют более точно обосновать соотношение показателей, знать различные методы начисления оплаты труда каждому отдельному работнику. На практике, в отношении долговременной тенденции, темпы роста заработной платы не должны опережать рост производительности труда.

Общие положения, позволяющие более полно рассмотреть процесс формирования фонда оплаты труда:

Во-первых, выработка четкой политики относительно того, должна ли заработная плата сотрудников, прежде всего по ключевым должностям, соответствовать рыночной ставке.

Во-вторых, обеспечение согласованности циклов планирования деятельности предприятия и периодов, на которые разрабатывается система оплаты труда.

В-третьих, установление обоснованного соотношения между основной, переменной частями заработной платы и социальными выплатами.

В-четвертых, обеспечение взаимосвязи между системой стимулирования труда и системой оценки персонала. По результатам оценки должны приниматься четкие и понятные всем работникам решения по дифференциации размеров вознаграждения.

В-пятых, установление взаимосвязи между премиями работников и результатами работы предприятия.

В-шестых, разработка комплексной системы, обеспечивающей взаимосвязь материального и морального стимулирования повышения квалификации и развития карьеры персонала.

Учитывая виды, формы, разновидности оплаты труда, можно определить основные направления ее усовершенствования:

- ✓ совершенствовать государственное регулирование в области организации оплаты труда;
- ✓ обновлять законодательство, нормативные акты, быть гибкими, подстраиваясь под изменения внешней среды;
- ✓ при начислении заработной платы, необходимо учитывать успехи, эффективность, результаты всего предприятия в целом, а не отдельными частями;
- ✓ улучшать инфраструктуру рынка, тем самым достичь равновесия между спросом и предложением на рынке труда;
- ✓ предприятию быть адаптивным, реагировать на внешние изменения, используя новые технологии, инновации, проводя переквалификацию сотрудников, что бы быть конкурентоспособным на рынке относительно других;
- ✓ совершенствование организации труда первоначально рассматривая разделение и кооперацию труда и его нормирования;

✓ улучшение положения по премированию работников.

Выводы. Исходя из вышеизложенного можно сделать вывод, что оплата труда является довольно широким понятием, сложным по структуре, имея свои виды, формы и нюансы ее начисления. Так как организация оплаты труда является достаточно сложным процессом формирования фонда оплаты труда, нами были определены основные направления ее усовершенствования. Следовательно, как со стороны государства, так и со стороны предприятия (то есть и на макроуровне и на микроуровне), как со стороны работодателя так и со стороны работника, как с внешней среды, так и с внутренней, процесс организации оплаты труда должен иметь простую, но в то же время правильную, на законодательном уровне, форму.

ОБ ОРГАНИЗАЦИИ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Гайсарова А.А.¹

¹ *доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления КФУ, к.э.н., доцент*

Введение. Данная работа посвящена особенностям организации научной работы обучающихся экономических специальностей. В статье рассматриваются сущность, содержание, формы студенческой исследовательской работы в высшем учебном заведении.

Цель и задачи исследования.

Целью исследования является рассмотрение и конкретизация особенностей научно-исследовательской деятельности обучающихся как важнейшей формы подготовки квалифицированных специалистов.

К совокупности задач исследования следует отнести определение понятия самостоятельной научно-исследовательской работы студентов, ее виды и особенности методики организации.

Результаты исследований. Научно-исследовательская работа студентов - одна из главных составляющих формирования у студентов навыков самостоятельной исследовательской деятельности, применения на практике теоретического материала, подготовки профессиональных кадров, которые способны самостоятельно формулировать и решать задачи.

В современной литературе выделяют следующие два основных вида научно-исследовательской работы студентов в высшем учебном заведении: учебная научно-исследовательская работа и научно-исследовательская работа студентов вне учебного процесса.

Учебная научно-исследовательская работа предусмотрена учебными планами высшего учебного заведения. Данный вид работы является обязательным для каждого студента и охватывает почти все формы учебного процесса:

- написание рефератов по конкретной теме в процессе изучения следующих групп дисциплин: социально-гуманитарные, фундаментальные, профессионально ориентированные, специальные;

- выполнение лабораторных, практических, семинарских и самостоятельных задач, контрольных и курсовых работ;

- решение оригинальных специфических исследовательских задач в период различных видов практики;

- разработка методических материалов с применением исследовательских методов в процессе выполнения индивидуальных заданий (опрос, анкетирование, беседа, интервью и т.д.);

- подготовка и защита курсовых и выпускных квалификационных работ, связанных с научной темой, закрепленной за выпускающей кафедрой.

Согласно базовой и вариативной частей учебных планов и рабочим программам дисциплин каждый студент должен овладеть процессом научного познания, выполняя в течение всего периода обучения задачи, которым свойственно постепенное усложнение и углубление.

Российские ученые В. Гаврилюк, Л. Гусейнова и Т. Исламишина выделили «...уровни самореализации студентов в учебно-исследовательской деятельности:

а) репродуктивно-стереотипный (решение проблемы осуществляется в соответствии с усвоенными алгоритмами размышлений, деятельности, общения). Студенты постоянно обращаются к преподавателю за подробным разъяснением требований задачи исследования, алгоритма деятельности, стремятся получить быстрый результат с минимальным приложением усилий. Они не проявляют стремления к овладению культурой учебного исследования, а следовательно, и к совершенствованию личностной культуры в целом;

б) адаптационный (студенты выполняют учебное исследование на основе разработанного преподавателем алгоритма). Этот уровень также предполагает отсутствие у студентов устойчивого стремления к личностно-ценностного самоопределения и самореализации в учебно-исследовательской деятельности, заинтересованного овладения ее культурологических аспектов;

в) творчески рефлексивный (студенты, актуализируя свой личностно-ценностный, креативный потенциал, выделяют сущность проблемы, моделируют исследовательскую ситуацию, варианты и способы ее решения). Используя рефлексию, студенты критически анализируют полученные в результате своей деятельности достижения, особенно в интеллектуальном, культурно-научному развитию, выделяют барьеры, которые им препятствуют».

В список возможных тем экономических исследований можно включить исследования, результаты которых могут быть применимы на практике. Это вопросы, связанные с ценообразованием на рынках ресурсов, государственной политикой, налогообложением в условиях рыночной экономики, теорией потребительского поведения, расходной и доходной статьями государственного бюджета и т. д.

Научно-исследовательская работа студентов вне учебного процесса осуществляется под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и предусматривает:

- участие в работе предметных научных кружков;
- участие в работе проблемных групп, секций, лабораторий;
- участие в выполнении госбюджетных или хозрасчетных научных работ;
- проведение исследований в рамках творческого сотрудничества кафедр, факультетов;
- работу в студенческих информационно-аналитических и культурологических центрах, переводческих бюро;
- рекламную, лекторскую деятельность;
- написание статей, тезисов, докладов и других публикаций.

Выводы. Подводя итоги, следует отметить, что научно-исследовательская работа выступает фактором, который способствует развитию образовательных и исследовательских навыков студентов, помогает повысить профессионализм будущих специалистов в области экономики, помогает формировать отношение к науке как к важному инструменту совершенствования практических навыков.

ПРЕГРАДЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЛИЗИНГА В РОССИИ

Головки В.М.¹

¹студент кафедры экономики предприятия очного отделения Института экономики и управления КФУ

научный руководитель: к.э.н., доцент Ефремова А.А.

wanderbord228@gmail.com

Введение. Популярность лизинга последних трех десятилетий резко возросла. Вместо того, чтобы брать кредиты на приобретение компьютерной техники, автомобилей, корабля, спутника, компания может приобрести это в аренду с последующим правом выкупа. Обоснованность развития процесса лизинга в России, включая формирование рынка лизинга, в основном обусловлена наличием парка оборудования в невыгодном состоянии. Одним из решений этих проблем может стать процесс лизинга, который сочетает в себе все элементы внешнеторговых, кредитных и инвестиционных операций.

Цель и задачи исследований. Целью данной работы является исследование проблемы лизингового рынка в России. Главными задачами исследования является выделение основных проблем лизинговых компаний.

Результаты исследования. Исходя из состояния лизингового рынка на сегодняшний день, можно сказать, что даже после принятия поправки к закону о лизинге останутся определенные препятствия, которые могут оказывать негативный эффект на развитие лизинга в будущем. А причины этого следующие. Во-первых, российское финансирование очень ограничено, и улучшения в этой области зависят от развития российской экономики в целом, особенно отечественных банков и финансовой системы. Развитие лизинговой компании ограничило доступ к «длинным и дешевым» инвестиционным ресурсам. Чтобы решить эту проблему, необходимо разработать схему разделения лизингового риска и хедж-фондов. Между тем ожидается, что правительство будет продолжать участвовать в лизинговом секторе и поддерживать малый бизнес, особенно в «стратегических» областях, таких как сельское хозяйство и авиация. Во-вторых, лизинговые компании продолжают испытывать серьезные проблемы с возвратом оборудования, если арендатор нарушает условия договора лизинга. За редким исключением, арендодатель все еще не верит, что суд может защитить имущество. В-третьих, сама лизинговая отрасль относительно невелика и не имеет хорошо подготовленных специалистов, а механизм лизинга может использоваться потенциальными арендаторами (т.е. всеми предприятиями и предпринимателями). В-четвертых, рост рынка лизинга оборудования также ограничен серьезным развитием вторичного рынка оборудования. Это повышает уверенность в остаточной стоимости (или стоимости при перепродаже) лизингового оборудования, что у лизингополучателя нет кредитора в качестве трудности лизинга.

Выводы. Основным препятствием для развития рынка лизинга в России является его несовершенная инфраструктура. Это также относится к несогласованным законам, слабо развитым вторичным рынкам оборудования и отсутствию опыта работы с инвесторами и арендаторами в рамках планирования аренды. Учитывая основные характеристики рынка лизинга, позитивные изменения можно наблюдать по всем ключевым показателям, в основном за счет постепенного развития рыночной инфраструктуры. Финансовый лизинг является важным источником долгосрочного и среднесрочного финансирования для компаний во многих странах, независимо от размера или уровня развития. Механизм лизинга представляет собой дополнительный приток средств для обрабатывающей промышленности, способствующий увеличению внутреннего производства, росту продаж и развитию механизма финансирования компаний. Одним из возможных источников ускорения экономического роста является сектор малого бизнеса. Финансовый и банковский сектора традиционно избегают как эффективный механизм аренды. С другой стороны, больше кредиторов сосредотачиваются на промышленных предприятиях.

ПОДХОДЫ К МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В ПРОЦЕССЕ БИЗНЕС ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Ефремова А.А.¹, Малиновская Е.М.²

*¹к.э.н., доцент, доцент кафедры экономики предприятия Института
экономики и управления КФУ*

*²студентка кафедры экономики предприятия заочного отделения Института
экономики и управления КФУ
ser_efrem@mail.ru*

Введение. Подходы к мотивации персонала представляют собой систему некую управления персоналом предприятия, а также подбор различных способов и методов эффективного воздействия на персонал в целях его ориентации на результативную деятельность субъекта хозяйствования. В связи с постоянным развитием экономической науки и расширением подходов управления предприятием проблема мотивации персоналом является актуальной.

Цель и задачи исследований. Целью данного исследования является теоретическое рассмотрение подходов к мотивации персонала в процессе бизнес проектирования. Задачами исследования является:

- рассмотрение актуальных подходов к мотивации персонала предприятия в процессе бизнес проектирования;

- рассмотрение основных путей совершенствование данных подходов.

Результаты исследования. Любая организация, желающая улучшить трудовую мотивацию, должна начинать с устранения факторов демотиваторов, снижающих настрой работников на высокую самоотдачу.

Это позволяет решить сразу несколько задач:

- - руководство вовлекается в процесс управления мотивацией персонала;
- - улучшается климат в организации, что способствует позитивным сдвигам в мотивации персонала;
- - это усиливает ориентацию в работе по управлению персоналом на более полное использование потенциала человеческих ресурсов.

На этапе современного развития экономической науки происходит формирование нового психологического типа работника: с хорошим образованием, с высоким уровнем профессионализма, который умеет ценить собственные достоинства и таланты.

В связи с этим, задачей работодателя является удержать подобных работников, и решить эту задачу можно решить только средствами мотивации персонала.

Таким образом, система мотивации на предприятии должна формироваться с учётом особенностей производственной деятельности, поставленных целей традиций и других факторов. Но также имеются и некоторые классические подходы, которые применяются на многих предприятиях.

Первоочередное, необходимо поставить на обсуждение вопрос о необходимости разработки программ мотивирования, рассмотреть её концепцию и отдельное подразделение по управлению персоналом с обученным штатом или укрупнить отдел кадров, придать ему соответствующие функции. Этот отдел должен подчиняться непосредственно руководителю, иметь правовые и административные полномочия, влиять на установление размера оплаты труда. Следует разработать локальные нормативные акты, например, положение о персонале, в которых отразить политику организации в сфере управления персоналом, положение о премировании, должно содержать наиболее оптимальную схему премирования с учётом стоящих перед организацией проблем.

При необходимости мотивировать персонал материальными рычагами – устанавливаются денежные премии. Если заработная плата достаточно высокая – возможно предоставление дополнительных отпусков.

Если у предприятия есть проблема текучести кадров, следует ввести схемы поощрения за длительную работу: надбавки, отпуска за стаж ежегодные премии, выплачиваемый за полностью отработанный календарный год.

Большой эффект для мотивирования имеет увеличение пакета социальных услуг, предоставление медицинской страховки, организация досуга, помощь при решении имущественных проблем, предоставление ссуд, корпоративных гарантий и поручительств.

Работодатель должен управлять карьерой работника, планировать кадровый резерв, своевременно и справедливо повышать по службе. Следует развивать межличностные отношения в коллективе, проводить политику управления конфликтами с помощью психологов.

Особое значение имеет адаптация вновь принятого работника, необходимо обдуманно подойти к решению вопроса, где будет его место, познакомить с коллегами, локальными нормативными актами, должностными инструкциями.

В настоящее время существуют различные комплексные подходы к управлению мотивацией персонала.

Примером может служить принцип старшинства, на основе которого строится вся система трудовой мотивации в Японии. Она исходит из признания авторитета, а для фирмы - приоритета работников, занятых в фирме более длительное время. А поскольку все рабочие и служащие поступают в компанию сразу после окончания учебного заведения, т. е., в одном возрасте, приоритет большинства понимается здесь буквально как приоритет возраста.

Продвижение работников по служебной лестнице осуществляется строго по очереди, в соответствии с возрастом претендентов на должность. Принцип старшинства соблюдается и при организации заработной платы, и при распределении бытовых льгот и услуг, где он реализуется не в порядке очередности, а в результате дифференциации размеров соответствующих вознаграждений в зависимости от возраста.

По мнению многих исследователей, система старшинства снижает канал конкуренции между работниками, предотвращает конфликты между ними, так как каждый работник знает рамки своего роста и не стремится преждевременно из них вырваться, помня, что впереди его ожидает заслуженное повышение. Считается, что в таких условиях работники легче налаживают атмосферу сотрудничества с коллегами и безоговорочно признают власть вышестоящих по службе.

Выводы. Поддержание принципа старшинства позволяет четко поделить персонал компании на группы, отличающиеся друг от друга не только возрастом, но и социальными характеристиками: статусом, размером дохода, доступностью прочих благ. Работник ценит свое место в группе как своего рода привилегию, понимая, что оно обеспечивает ему стабильность и все те преимущества, которые положены в его группе в целом. Культивируемая таким путем групповая идеология служит развитию в японском работнике чувства коллективизма, распространяющегося на всю фирму.

Система оплаты труда сейчас является самым сильным стимулятором трудовой активности персонала. Существуют общие наиболее эффективные принципы организации оплаты труда.

Проектирование оптимальной системы оплаты труда персонала состоит из четырех основных этапов.

На первом из них следует сформулировать критерий выбора системы оплаты труда, или, иными словами, определить для себя, что вы хотите получить от работника, управляя его мотивами приобретения.

Основными критериями выбора системы оплаты труда на предприятии торговли обычно являются: увеличение объема оборота, повышение качества торгового обслуживания, успех в достижении каких-либо локальных целей, повышение прибыли, снижение издержек, рост квалификационного уровня работников. На тактическом, небольшом промежутке времени использовать все критерии, как правило, невозможно.

РАЗРАБОТКА ЭФФЕКТИВНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Кириленко Д.М.,¹ Каминская А.О.²

¹*студент кафедры экономики предприятия института Экономики и управления
«КФУ имени В.И. Вернадского»*

²*старший преподаватель кафедры экономики предприятия Института Экономики и
управления «КФУ имени В.И. Вернадского»*

darinamk98@mail.ru

Введение. В современном мире инновации являются ключевым фактором прогресса, локомотивом социального и экономического развития. В деятельности предприятия инновации играют особую роль, поскольку определяют основные показатели его производственно-хозяйственной деятельности, направления перемен на долгосрочный период, обеспечивают конкурентоспособность в будущем и, в целом, являются основой его развития. Инновации на предприятии не реализуются сами собой, а являются сложным объектом стратегического управления, объединяющем множество участников и видов деятельности. Управление инновациями осуществляется на основе инновационной политики предприятия.

Целью работы является выявление сущности, целей и задач инновационной политики предприятия, а также определение её составных элементов, этапов и показателей эффективности.

Результаты исследований. Инновационная политика предприятия – это комплекс мер, направленных на поиск и внедрение результатов научных исследований и разработок (инноваций) в предпринимательскую деятельность с целью обеспечения эффективности функционирования предприятия на основе повышения его конкурентоспособности. Инновационная политика включает в себя формирование основной цели разработки и реализации нововведений, определение сроков и проведение оценки результатов.

Инновационная политика предприятия строится на основе инновационной стратегии.

Инновационная стратегия – это документ, который содержит описание деятельности организации, направления её долгосрочного совершенствования и цели в инновационной сфере, которые предприятие должно достичь в течение установленного срока.

Целью инновационной политики предприятия является получение большей прибыли за счёт повышения конкурентоспособности продукции, возможного снижения себестоимости, роста спроса на продукцию, увеличения доли рынка, улучшения экономических показателей деятельности на основе разработки и реализации инновационных проектов и программ.

Исходя из цели, задачами инновационной политики предприятия являются: определение приоритетов и направлений инновационного развития, успешная организация инновационных процессов, обеспечение взаимодействия всех субъектов инновационной деятельности, оценка инновационного потенциала предприятия, отбор инновационных проектов, разработка сценариев инновационного развития, концентрация ресурсов на приоритетных направлениях инновационной политики.

Принципы инновационной политики предприятия: социально-экономическая эффективность инноваций, соблюдение свободы творчества и доступа к научно-технической информации; стимулирование инновационных идей и разработок, соответствие действующему законодательству, учёт неопределённости.

Инновационная политика предприятия состоит из следующих элементов: определение целей и задач внедрения инноваций; разработка способов достижения поставленных целей; подбор и организация кадров, способных решать поставленные перед ними задачи.

Разработка инновационной политики предприятия включает в себя 7 этапов, представленных на рисунке 1.

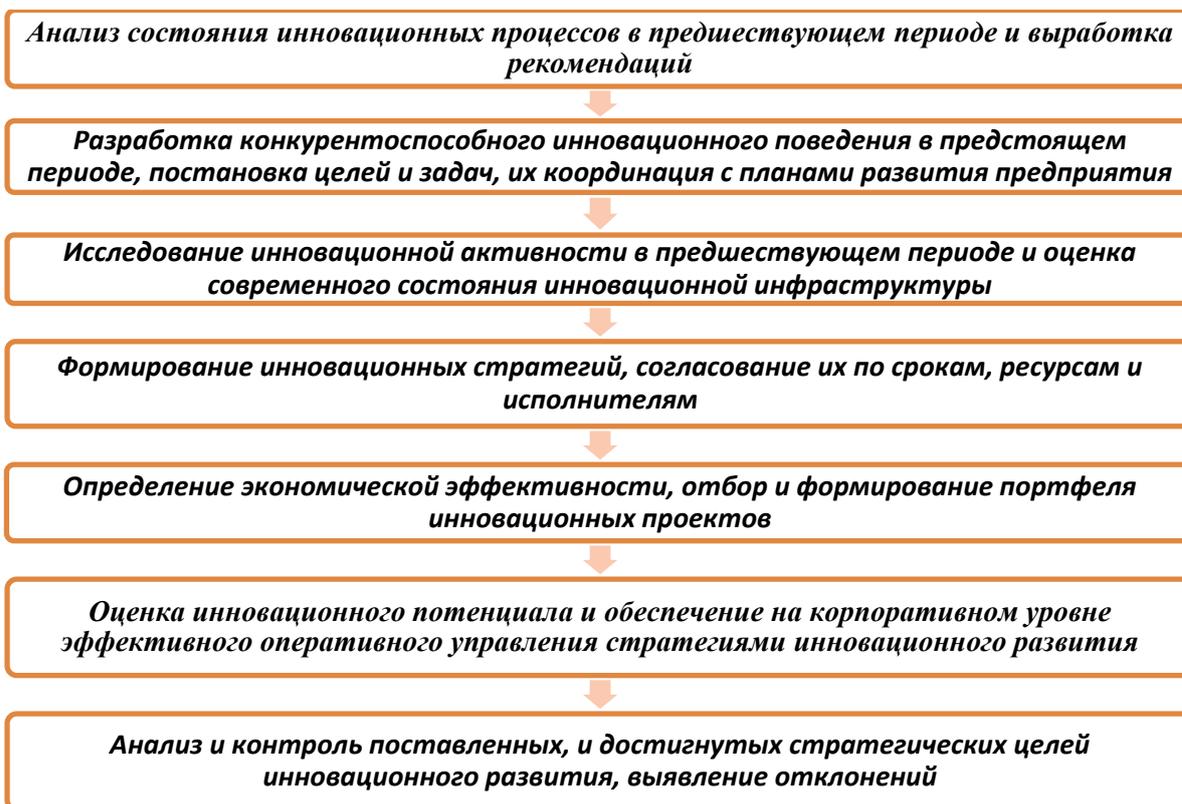


Рисунок 1 – Этапы разработки инновационной политики предприятия

Эффективность инновационной политики предприятия можно оценить на основе следующих показателей: прирост нематериальных активов; прирост чистой прибыли; прирост выручки от продаж; прирост количества клиентов (расширение сферы сбыта); рентабельность инноваций; отношение выручки от внедрения инноваций к общему объёму прибыли; количество инновационных продуктов, внедренных предприятием на рынке за последний год; количество инновационных идей, выработанных персоналом предприятия в течение последнего года; доля реализованных инновационных идей в общем количестве выдвинутых новаций; время, прошедшее с момента выработки новой идеи до начала ее осуществления.

Выводы. В результате проведенного исследования было установлено, что инновационная политика предприятия – это форма стратегического управления, которая определяет цели и условия осуществления инновационной деятельности. Инновационная политика предприятия должна предусматривать последовательный, запланированный, целенаправленный комплекс мероприятий по изменению какого-либо элемента бизнеса, обусловленный научно-техническим прогрессом и направленный на действующую организационную структуру, технологические процессы, стиль и методы управления, выпускаемую продукцию или услуги, предоставляемые источники сырья и материалов, рынки сбыта, документооборот и т.д. При формировании и реализации инновационной политики предприятия должны быть учтены законы и тенденции развития науки, техники и экономики. Таким образом, от инновационной активности предприятия зависит его способность удовлетворять потребности потребителей, положение на рынке, конкурентоспособность, финансовая устойчивость, и в конечном итоге, способность к выживанию.

МОНИТОРИНГ РАБОТ ПО ПРОЕКТУ

Кирильчук С.П.¹, Тодорова Ю.В.²,

*¹заведующий кафедрой экономики предприятия Института экономики и управления
КФУ им. В.И. Вернадского*

*² студентка кафедры экономики предприятия Института экономики и управления
КФУ им. В.И. Вернадского
skir12@yandex.ru*

Введение. Мониторинг - контроль, слежение, учет, анализ и составление отчетов о фактическом выполнении проекта в сравнении с планом.

Первый шаг в процессе контроля заключается в сборе и обработке данных по фактическому состоянию работ. Руководство обязано непрерывно следить за ходом выполнения проекта, определять степень завершенности работ и, исходя из текущего состояния, делать оценки параметров выполнения будущих работ. Для этого необходимо иметь эффективные обратные связи, дающие информацию о достигнутых результатах и затратах.

Цель и задачи исследований. Важным средством реализации поставленных целей является мониторинг работ по проекту. При помощи мониторинга работ проект-менеджер определяет, правильны ли его решения, как осуществляется проект (по времени, стоимости, ресурсам), не требуются ли корректировки.

Основной целью контроля мониторинга проекта является обеспечение выполнения запланированных показателей и повышение общей эффективности функций планирования и контроля проекта.

Задача мониторинга контроля проекта состоит в определении результатов деятельности предприятия на основе оценки и документирования фактических показателей выполнения работ и сравнения их с плановыми показателями.

Результаты исследований. Эффективным средством сбора данных являются заполненные фактическими данными и возвращенные наряды на выполнение работ или специальные отчеты, заполняемые исполнителями.

Методы контроля фактического выполнения подразделяются на:

- метод простого контроля, который также называют методом "0-100", поскольку он отслеживает только моменты завершения детальных работ (существуют только две степени завершенности работы: 0% и 100%). Другими словами, считается, что работа выполнена только тогда, когда достигнут ее конечный результат;

- метод детального контроля, который предусматривает выполнение оценок промежуточных состояний выполнения работы (например, завершенность детальной работы на 50% означает, что, по оценкам исполнителей и руководства, цели работы достигнуты наполовину). Данный метод более сложен, поскольку требует от менеджера оценивать процент завершенности для работ, находящихся в процессе выполнения. Для этого организации, реализующие проекты, разрабатывают свои внутрикорпоративные шкалы для оценки степени выполнения работ. Как правило, эта информация является закрытой, так как содержит данные о применяемых в организации технологиях выполнения работ, и специфичной для каждого конкретного проекта и выполняющей его организации.

Отметим, что точное представление о состоянии выполняемых работ проекта метод "детального контроля" дает только в том случае, если оценки завершенности работ делаются корректно. В большинстве же случаев применение метода "0-100" в сочетании с достаточной степенью детализации задач дает приемлемые результаты.

Иногда встречаются несколько модифицированные варианты метода детального контроля:

-метод 50/50, в котором имеется возможность учета некоторого промежуточного результата для незавершенных работ. Степень завершенности работы определяется в момент, когда на работу израсходовано 50% бюджета;

- метод по вехам, который применяется для длительных работ. Работа делится на части вехами, каждая из которых подразумевает определенную степень завершенности работы.

Собранные данные используются для расчета прогресса выполнения работ проекта по показателям: время; стоимость; качество; организация проекта; содержание работ.

Сроки окончания работ являются наиболее очевидными для контроля и анализа. Если были обнаружены задержки в работах критического пути или в достижении ключевых вех проекта, то скорее всего весь проект будет задержан на соответствующий срок.

Фактическая информация используется для составления новых графиков, базирующихся на реальных данных. Для каждой работы оценивается ее состояние (начало, окончание, какова выполненная продолжительность и остающаяся продолжительность), вычисляются новые продолжительности для выполняющихся работ. Эти новые продолжительности, которые могут быть длиннее или короче продолжительности по базовому плану, перемещают все последовательные работы по графику, что влечет изменение дат работ, которые еще не начаты. Данный процесс обычно приводит к новой дате завершения проекта.

После получения первого же отчета с фактическими данными получается два графика работ: базовый график и текущий график, включающий влияние последних фактических данных. Основная работа по определению состояния проекта заключается в сравнении этих двух планов.

Общая продолжительность работы всегда равна сумме уже прошедших рабочих периодов к данной дате и оценки числа необходимых будущих рабочих периодов. Это верно как для временных оценок, так и для ресурсных и стоимостных оценок.

Использование методов планирования временных параметров проекта позволяет легко пересчитать даты окончания всех работ.

Выполнение и потраченное время являются весьма информативными показателями, так как часто существует значительное несоответствие между количеством времени, которое проект или работа использовали к текущей дате, и действительными результатами, степенью завершенности работы. Было разработано много различных методик для анализа степени выполнения работ по отношению к потраченному времени.

Подходы, основанные на объеме фактической реализации, заменяют линейную процедуру (основанную на использовании линейных функций) подсчета сроков завершения работ на анализ степени достижения целей, основанный на сопоставлении затраченного времени и выполненных при этом объемов работ. Метод начинается с разбиения работ на промежуточные результаты и вехи, которые являются достаточно детальными для того, чтобы иметь четкое и достоверное представление о состоянии выполнения работ. Основные вехи не должны отстоять друг от друга далее, чем на два или три месяца, а пакеты работ, связанные с получением какого-либо результата, не должны быть длиннее нескольких недель (при необходимости даже измеряться в часах). Разработчик определяет оптимальное расположение для таких контрольных точек, исходя из специфики проекта.

Вывод. В процессе выполнения проекта проводится анализ состояния проекта по факту, принимая в расчет полностью законченные работы, достигнутые промежуточные результаты, а также поддающиеся измерению и оценке завершенности работы, находящиеся в процессе выполнения. Мониторинг по выполненным и будущим объемам работ полезен для:

- . пересмотра оценок длительностей работ;
- . определения причин задержек;
- . стоимостного анализа на основе факта.

Определение причин задержек проводится на основе совместного анализа отклонений от плана по времени и выполненным объемам работ, что может дать экономисту начальные идеи о причинах задержек.

РОЛЬ ИНВЕСТИЦИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР

Кузьмина Н.В.¹, Алимов И.Л.²

¹ доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления КФУ

² обучающийся четвертого курса бакалавриата кафедры экономики предприятия ИЭУ КФУ

Введение. С развитием рыночной экономики предпринимательским структурам предъявляются все большие требования в отношении повышения их конкурентоспособности, а также обеспечения стабильного и устойчивого функционирования в условиях меняющейся и активно развивающейся внешней экономической среды. Развитие предпринимательских структур, а в последствии, и всего общества в целом, основывается на расширенном воспроизводстве материальных ценностей, что, в свою очередь, обеспечивает рост дохода. Одной из составляющей обеспечения этого роста является инвестиционная деятельность предпринимательских структур. Данное направление позволяет предпринимательским структурам постоянно повышать свою конкурентоспособность при изменчивом рынке.

Цель исследования. Инвестиции в современной теории и практике рассматриваются как важный фактор общественного развития, экономического роста и благосостояния как предпринимательских структур в частности, так и общества в целом, способствуют увеличению инновационного потенциала. Исходя из этого, основной целью данного исследования является изучение экономической сущности и большой значимости инвестиций, их влияния на различные направления деятельности предпринимательских структур.

Результаты исследования. Инвестиции как основа инвестиционной деятельности, представляют собой вложения (не всегда денежное) средств в деятельность предприятий и организаций различных форм собственности и направлений деятельности с целью их развития, а также получения прибыли или достижения какого-либо социального эффекта.

Под инвестициями понимают все виды ценностей, включая как имущественное, так и интеллектуальное, которые вкладываются в объекты предпринимательской деятельности с целью создания прибыли или достижения какого-либо иного эффекта.

В качестве инвестиционных ресурсов могут выступать следующие ценности:

- движимое и недвижимое имущество, к которым относят здания, сооружения, оборудование, материальные запасы и др.;
- имущественные права, вытекающие из авторских прав, лицензий, патентов и др.;
- права пользования землей и другими природными ресурсами;
- денежные средства, включая целевые банковские вклады, акции, облигации и иные ценные бумаги.

В современной научной литературе существует множество подходов к классификации инвестиций. Наиболее часто применяемая в действительности классификация инвестиций в зависимости от объекта инвестирования. По данному признаку они делятся на реальные и финансовые.

К реальным инвестициям относят инвестиции, вложенные в производство для его развития. К реальным инвестициям относят:

- капитальные вложения;
- инвестиции на покупку земельных участков и объектов природопользования;
- инвестиции в недвижимое имущество и др.

К финансовым инвестициям относят вложения денежных средств в ценные бумаги, акции, облигации, векселя и др.

В последнее время отдельно выделяют инновационные инвестиции. Они вкладываются в разработку новых продуктов и усовершенствование технологических решений. Инновационные инвестиции предполагают покупку новации и внедрение ее в деятельность предпринимательских структур.

Основным направлением инвестиций остаются реальные инвестиции. Они связаны с капитальными вложениями, а именно затратами на новое строительство, расширение,

реконструкцию и техническое перевооружение предприятия, покупку нового оборудования, проведения проектно-изыскательных работ и др.

Реализацию инвестиций обеспечивает инвестиционная деятельность предпринимательской структуры. Она представляет собой целенаправленный процесс поиска необходимых инвестиционных ресурсов для выбранного объекта инвестирования с целью формирования инвестиционной программы и обеспечения ее реализации.

Инвестиционная деятельность предпринимательских структур имеет следующие особенности:

- обеспечивает рост операционной деятельности организации;
- формы и методы инвестиционной деятельности практически не зависят от отраслевых особенностей предпринимательской структуры;
- промежуток времени между инвестированием средств и фактической отдачей (увеличением прибыли или достижением иной цели) может быть значительно большим;
- инвестиционной деятельности присущи специфические виды рисков;
- инвестиционная деятельность формирует особые денежные потоки предпринимательских структур, которые подлежат особому учету и контролю.

Выбор направления инвестиционной деятельности предпринимательских структур зависит от ряда внешних и внутренних факторов. К внешним факторам относят состояние окружающей среды: темпы инфляции, процентные ставки, изменение в правовом поле и др. К внутренним факторам относят в первую очередь стратегические цели предпринимательских структур, ее размеры, вид и характер деятельности.

Инвестиции сегодня являются ключевым элементом развития предпринимательских структур. Их грамотное использование позволяет обеспечить конкурентоспособность и, как следствие, сформировать желаемый доход. Отказ от привлечения инвестиций в современных реалиях означает обречь предпринимательскую структуру на снижение уровня конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности в ближайшем будущем.

Без поддержки высокого уровня технической вооруженности предпринимательской структуры, не увеличивая ее производственные мощности, а также не расширяя сферу деятельности, предпринимательская структура неизбежно теряет свои конкурентные преимущества. Также привлечение инвестиций позволяет обеспечить предпринимательской структуре свое превосходство над конкурентами в экономическом, техническом, организационном и иных аспектах деятельности, что находит отражение в таких показателях, как прибыль, рентабельность, объем продаж и рыночная доля.

Выводы. Таким образом, результаты настоящего исследования позволяют утверждать, что в современных условиях хозяйствования инвестиции являются ключевым фактором процветания предпринимательских структур, позволяющие ей своевременно реагировать на постоянно меняющиеся условия и требования внешней среды. Также привлечение инвестиций и их грамотное использование способствуют повышению конкурентоспособности предпринимательской структуры, что в перспективе может способствовать обеспечению прироста доходности капитала и укреплению позиций на рынке.

ПРОБЛЕМЫ ИЗМЕРЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА

Кузьмина Н.В.¹, Попович О.Н.²

¹ *доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления КФУ*

² *обучающийся второго курса магистратуры кафедры экономики предприятия, Института экономики и управления КФУ*

Введение. Тема социального капитала в последние годы непрерывно находится в поле зрения экономистов и социологов. Социальным капиталом называется представление сетей и связей в социуме, которые рассматриваются как ресурсы, позволяющие достигать определённые экономические, социальные и политические цели. Устойчивый интерес исследователей к данному феномену вызван его возрастающим влиянием на все сферы жизни современного общества.

Цель исследования. Социальный капитал рассматривается как важный фактор общественного развития, экономического роста и благосостояния общества, увеличения его инновационный потенциал. Концепция «социального капитала» использовалась только в последние несколько десятилетий, но на сегодняшний день не выработано единой, общепризнанной концепции относительно социального капитала. Исходя из этого, основной целью данного исследования является изучение уникальности и большой значимости социального капитала, его влияния на различные сферы жизни и проблематика измерения этого блага.

Результаты исследования. Первым понятие социальный капитал использовал французский ученый социолог П. Бурдьё, для обозначения социальных связей, которые могут служить источником получения выгоды. Он считал, что социальный капитал может давать преимущества, выгоду, будучи основой групповой солидарности участников.

Социальный капитал – это способность людей к сотрудничеству, кооперации, совместным действиям ради общей цели. В рыночной экономике такая способность очень важна. Ведь принято считать, что рыночная экономика построена на индивидуализме – в ее основе лежат личные права и свободы, в том числе право частной собственности. Комбинация этих прав и свобод – важнейшая предпосылка эффективности рыночной экономики: вы используете имеющиеся у вас в собственности активы наилучшим образом, и в результате общество в целом оптимально распоряжается своими ресурсами.

Для того, чтобы оценить социальный капитал и изучить его взаимосвязь с развитием страны или региона необходимо располагать количественными показателями и индикаторами. Определить это довольно сложно, поскольку речь идет о нематериальном благе и далеко не всегда доступно прямому наблюдению характеристик. Поэтому исследователи прибегают к вербальным свидетельствам наличия социального капитала. Материалы для эмпирического изучения социального капитала содержатся в нескольких межстрановых исследованиях. Это Европейское исследование ценностей (EVS – European Value Survey), Всемирное исследование ценностей (WVS – World Value Survey), Европейское социальное исследование (ESS – European Social Survey) и некоторые другие.

Одна из центральных проблем – определение системы эмпирических показателей и индикаторов социального капитала. Наиболее полно они представлены в исследовании Всемирного банка. При этом используются как количественные, так и качественные методы. Координацию национальных программ по измерению социального капитала осуществляют Всемирный банк (под эгидой которого была создана система измерения социального капитала), ЮНЕСКО и ОЭСР. Россия пока не является участником данного проекта.

Интересный материал, доступный для сравнительного анализа социального капитала в России дает Европейское социальное исследование, а также опросы, проведенные в рамках всероссийского мониторинга, опросы в регионах России, а также полуформализованное интервью руководителей малого и среднего бизнеса в России.

Следует обратить особое внимание на проблемы доверия в обществе. Доверие является ядром социального капитала, его уровень коррелирует с уровнем демократии и экономического развития страны. В странах с развитой демократией высокий уровень доверия институтам общества сочетается с довольно высоким интересом к политике, конвенциональным и неконвенциональным политическим участием, демонстрирующим отношение к политической системе в целом, ее отдельным элементам, нормам, ценностям, принимаемым решениям. В России эти элементы демократии развиты сегодня слабо, в обществе царят абсентеистические настроения при низкой заинтересованности граждан в политике и слабой политической активности.

Доверие является одним из элементов «триады социального капитала», в него входят, и социальные сети, которые способствуют коллективным действиям, и просоциальные нормы, которые отражают общественный интерес. Все три компонента связаны: сети закрепляют доверие, способствуют распространению просоциальных норм, при этом единство ценностей и доверие способствует расширению социальных сетей и контактов. Данные Европейского социального исследования позволяют сравнить уровень доверия между людьми и доверие населения к институтам общества. Так в анкете ESS предлагают по 10-балльной шкале оценить доверие между людьми. Индекс доверия рассчитывается как среднее арифметическое этих оценок. В программе принимали участие 23 страны. При этом максимальный уровень доверия в Дании – 6,45, а Россия занимает 16-е место с индексом 4,47, опережая только 7 стран.

Весомые наблюдения, которые характеризуют круги близкого общения в семье, с друзьями, с коллегами в России и других странах, участвующих в исследовании, можно получить, обратившись к ответам на вопрос: Как часто Вы проводите время с друзьями, родственниками или коллегами по работе просто так, не по делам? Оказалось, что наиболее общительными являются жители высокоразвитых, модернизированных стран. Возможно, это из-за материальных условий жизни и большего свободного времени, чем в странах более низкого уровня развития. Один раз в неделю и чаще – такие встречи у 91% жителей Швейцарии, более чем у 70% жителей Бельгии, Дании, Нидерландов, Норвегии, Швеции. Также часто общаются португальцы (79%), израильтяне (77%) и испанцы (74%), что объясняется традиционными близкими отношениями в южных регионах. Но жители других стран заметно реже участвуют в таких встречах. Россия по этому показателю на предпоследнем месте с 46%, что превышает уровень общения только в одной стране – Венгрии (32%).

Разобщенность и атомизация общества в России достигла высокого уровня, ведь даже в семье не находят понимания в разных регионах от 30 до 60% людей. Доверие государственным институтам и общественным организациям в России одно из самых низких на фоне европейских стран. В РФ вообще широко распространено недоверие к государственным институтам. Исключение составляет действующий Президент РФ, которому в 2015 г. полностью выразили доверие 72% опрошенных, 15% не определились с ответом, и только 13% высказали недоверие. В доверии действующему Президенту отражается персонифицированное отношение к главе государства.

По данным ESS, близкие отношения с жителями своей страны в России отмечают менее 75% респондентов, тогда как близость со своим поколением – 95%, людьми своей национальности – 83%, людьми такого же достатка – 82%. На территории России в настоящее время проживает более 150 этнических групп, у каждой из которых свое представление о национальной и гражданской идентичности. По данным отечественных исследований, доверие у народов Кавказа выше, а толерантность и характеристики гражданской идентичности – ниже. Возможно, природу «слабости» гражданской идентичности можно объяснить и тем, что почти все респонденты исторически, относительно недавно, были гражданами другого государства – СССР, и их нынешняя российская идентичность не до конца сформировалась.

Выводы. Социальный капитал можно определить как свойство общества, которое позволяет людям работать вместе для достижения общего результата или способности общин к коллективным действиям. Значение социального капитала особенно проявляется в периоды социальных перемен, глубокой трансформации общества. Для успешной реализации реформаторских проектов необходимо, чтобы социальный капитал, воплощенный в доверие к новым институтам, поддерживался на оптимальном уровне. Анализ институциональных преобразований в контексте социального капитала показывает, что эффективная стратегия реформ должна предусматривать проведение политики, стимулирующей развитие стабилизационных и интеграционных процессов.

ОРГАНИЗАЦИЯ ОПЛАТЫ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АПК И ПУТИ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Малеванная А.В.¹

¹ студентка кафедры экономики предприятия института экономики и управления КФУ
научный руководитель: к.э.н., доц., доцент кафедры экономики предприятия Потеева М.А.
malev.an@mail.ru

Введение. Данная работа посвящена проблемам организации оплаты труда, так как эта тема является одной из ключевых в российской экономике. Заработная плата влияет на повышение эффективности производства, рост благосостояния трудящихся и на улучшение социально-психологического климата в обществе.

Эффективная организация оплаты труда наиболее значима на современном этапе, когда все хозяйствующие субъекты стремятся внедрить систему оплаты труда, которая бы позволила в полной мере использовать трудовой потенциал работника, дать точную оценку качества и количества труда.

Правильная мотивация и стимулирование работников позволяет повысить производительность труда, а тем самым прибыль и конкурентоспособность предприятия.

В условиях рыночной экономики усиление социальной защиты трудящихся является наиболее весомым аспектом организации труда на предприятии, которое выражается в том, что уровень заработной платы должен обеспечивать нормальное воспроизводство рабочей силы соответствующей квалификации.

Целью данной работы является обоснование предложений по совершенствованию организации оплаты труда в аграрном предприятии. Изучение фактической организации оплаты труда в аграрном предприятии, использование рабочей силы в условиях хозяйства, путем оценки обеспеченности хозяйства рабочей силой, и как конечного результата - производительности труда; сопоставить динамику роста производительности труда с динамикой уровня ее оплаты.

Результаты исследований. Изучив основы систем оплаты труда, было проведено исследование систем оплаты труда и поиск путей их совершенствования в сельскохозяйственной организации Джанкойского района Республики Крым ООО «Бекон». Анализ системы оплаты труда в данной организации показал:

1. В ООО «Бекон» применяется две формы оплаты труда – повременная и сдельная. Используются следующие системы оплаты труда: прямая сдельная и простая повременная. Для оплаты труда рабочих на предприятии используется шестirazрядная тарифная сетка.

2. Среднемесячная зарплата по предприятию в 2018 году равнялась 14075,0 руб. В 2017 году среднемесячная заработная плата составила 9372,0 руб. В 2016 году данный

показатель составил 9866,0 руб. Необходимо отметить, что среднемесячная заработная плата ниже чем других сельскохозяйственных предприятиях Джанкойского района, и ниже среднеотраслевой за анализируемый период.

3. Структура коллектива за исследуемый период была нестабильной, но численность персонала формировалась исходя из производственных потребностей предприятия, дефицита персонала не присутствовало. В связи с сезонным характером производственного процесса на предприятии применяется суммированный учет рабочего времени.

4. Также производительность труда в исследуемом предприятии за 2016-2018гг. снизилась на 20 % вследствие использования морально и физически устаревших сельскохозяйственных машин и техники.

5. Темп роста заработной платы опережает темп роста производительности труда, что привело к перерасходу фонда зарплаты, повышению себестоимости продукции и уменьшению суммы прибыли.

6. Выявлены потери рабочего времени (простой) по вине сотрудников.

Улучшение финансового состояния предприятия можно достигнуть за счет реализации мероприятий по совершенствованию системы оплаты труда работников, которое отразится на росте дохода предприятия и получении дополнительных объемов товарной продукции.

Так определено, что рост заработной платы происходит только по ее основной части, которая формируется за счет роста тарифной части заработной платы, при этом основная заработная плата формируется не в полном соответствии с ростом производительности труда. Негативным фактором расчетов по оплате труда служит то обстоятельство, что дополнительная заработная плата не начисляется работникам предприятия. Заработная плата это один из элементов затрат предприятия, и как показывает статистика этот элемент в общей сумме затрат предприятия на осуществление деятельности занимает до 50% всех затрат. На предприятии удельный вес заработной платы в себестоимости крайне низок (в среднем за исследуемый период он составил 11%).

Проанализировав систему оплаты труда в сельскохозяйственной организации, изучив положительные и отрицательные стороны работы предприятия, целесообразно ввести определенные изменения.

Премирование работника по результатам деятельности вызывает материальную заинтересованность, своевременное и качественное выполнение работником своих обязанностей, проявление инициативы.

В анализируемом предприятии отсутствует система премирования по результатам работы, что приводит к отсутствию у персонала мотивации и в свою очередь негативно сказывается на показателях производительности труда.

Заключение. Подводя итог проведенному анализу можно сказать, что в ООО «Бекон» разработана недостаточно эффективная система оплаты труда.

В целях реализации задач по реформированию оплаты труда, усиления стимулирующей роли заработной платы в повышении эффективности работы предприятия определены основные направления совершенствования оплаты труда:

1. Пересмотреть состав заработной платы труда с целью повышения стимулирующего воздействия с одной стороны тарифной оплаты, с другой – надбавок, доплат премиальных и других выплат. В ООО «Бекон» необходимо внедрить сдельно-премиальную систему оплаты труда, с выделением положения о премировании работников с целью мотивирования работников к повышению выработки.

2. Пересмотреть нормы выработки для эффективного применения сдельной оплаты труда с целью выявления потерь рабочего времени.

3. С целью повышения производительности труда постепенно обновить парк техники, используя региональные программы государственной поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей.

4. Также необходимо обеспечить социальную защиту работников, предоставить возможность повышения личных результатов труда и соответствующее вознаграждение в виде роста индивидуальной заработной платы.

5. С целью предотвращения нарушений трудовой дисциплины, необходимо внедрять систему штрафов, которая позволит сократить процент опоздания, простоев, нарушений дисциплины и увеличить эффективность работы компании.

Проведен расчет ожидаемой экономической эффективности от изменения норм выполнения производственных заданий, контроля производственного процесса с целью определения незапланированных перерывов и опозданий на работу. Это мероприятие позволит сократить потери рабочего времени по вине сотрудников. Расчет ожидаемой экономической эффективности по контролю рабочего времени на исполнение производственного задания и устранения простоев показал экономию фонда оплаты труда на 40,5 тыс. руб. или на 4,4%.

ЕМИАС, КАК ЭЛЕМЕНТ ЦИФРОВИЗАЦИИ В СИСТЕМЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Пилипенко В.В.¹

*¹студентка кафедры экономики предприятия
Института экономики и управления КФУ*

Научный руководитель: к.э.н., доцент Стаценко Е.В.
viktoriya.pil99@mail.ru

Введение. На современном этапе развития общества происходят стремительные изменения социально – экономической системы в результате внедрения различных цифровых технологий. При этом цифровизация осуществляется во всех отраслях экономики, что существенным образом изменяет жизнедеятельность общества. В настоящее время активно реализуются программы модернизации здравоохранения. Единая медицинская информационно-аналитическая система (ЕМИАС) является одной из программ, которая создает условия, при которых пациенту легко спланировать визит к врачу, а врачам, в свою очередь, предоставлены новые, современные инструменты работы, которые широко используются во всем мире.

Целью работы является исследование процесса функционирования ЕМИАС в системе здравоохранения. Для достижения цели в работе поставлены и решены задачи: представить содержательную характеристику системы ЕМИАС, исследовать ее структуру, рассмотреть объекты, подлежащие цифровизации в области здравоохранения.

Результаты исследований. Создателями ЕМИАС являются Департамент информационных технологий совместно с Департаментом здравоохранения, в рамках проекта «Информационный город». По их определению, ЕМИАС создается с целью повышения качества и доступности медицинских услуг государственных учреждений здравоохранения. ЕМИАС непрерывно развивается, чтобы повысить качество и доступность медицинских услуг учреждений здравоохранения. Структурно она содержит подсистемы: дежурный врач, электронный рецепт, электронная карта, телемедицина, телемониторинг. (рис.1).

Так, с внедрением подсистемы «Дежурный врач», у пациентов появились возможности, удаленно самостоятельно записаться на прием к врачу. Подсистема «Электронный рецепт», позволяет получать рекомендации лечения через электронные ресурсы.



Рисунок 1 - Структурные элементы ЕМИАС

Ресурс электронная карта содержит информацию о каждом пациенте, которая собирается из разных медицинских учреждений, накапливается и хранится в электронной форме. При этом информация доступна любому авторизованному медицинскому работнику. Все медицинские карты оснащены радиометками, а данные в них конфиденциальны, обеспечены высокой степенью защиты, что сокращает риски их утраты. Электронная карта позволяет повысить качество работы врачей, так как врач имеет полную медицинскую историю пациента, видит динамику клинических показателей и выписывает электронные рецепты. Структурным элементом системы ЕМИАС является телемедицина, инструментарий которой позволяет значительно расширить географический охват медицинским обслуживанием труднодоступных территорий, повысить его оперативность и качество. Реализуется в форме телеконсультации высококвалифицированных специалистов. С помощью них в больших городах обеспечивается удаленное оперативное консультирование пациентов, в аудио и видео формате. Телеконсультации приводят к изменению формы нагрузки медицинских специалистов, поскольку личный прием сочетается с удаленным. В результате снижается нагрузка на медицинские учреждения и сокращается количество вызовов скорой медицинской помощи, а в сельской местности повышается доступность медицинской помощи для населения.

Структурным элементом системы ЕМИАС является телемониторинг, инструменты которого позволяют врачам осуществлять регулярный контроль состояния пациента на основе данных с мобильных устройств, которые оценивают физическое состояние и измеряют клинические показатели. При этом благоприятно влияют на поведение людей регулярные SMS – напоминания и информационно обучающие SMS сообщения, сообщения по электронной почте, а так же аналогичные напоминания.

Таким образом, ЕМИАС имеет преимущества, как для пациентов, так и для врачей. В частности для пациентов они таковы:

1. Наличие полной информации: график работы специалистов, информация о готовности анализов и тд.
2. Удобство электронной записи на прием из любой точки земного шара: с мобильного телефона, через интернет, через сайт-центр, при помощи информационного киоска и тд.
3. Сокращение времени на прием врача, в результате возникновения телемедицины.
4. Повышение уровня доступности медицинской помощи и др.

Для врачей преимуществами внедрения цифровых технологий в здравоохранении являются:

1. Доступная информация, поскольку каждый врач имеет мгновенный доступ к информации о пациентах, видит историю посещений медицинских учреждений. Телеконсультация для врачей позволяет в сложных случаях оперативно ставить диагноз и принимать решения с учетом альтернативного мнения, общаясь с коллегами и ведущими специалистами из других регионов, а особо сложные случаи можно выносить на обсуждение экспертных групп в рамках телеконференции.

2. Удобные инструменты - упрощенная выдача рецептов, возможность планировать вторичный приход пациента и его запись к другим специалистам.

3. Экономия времени, поскольку сокращается объем административной работы с первичной информацией: заполнение карт, выписка направлений, рецептов, увеличивается время для работы с пациентами и т.д.

Выводы. В настоящий момент задействовано более 1000 высококвалифицированных специалистов, которые занимаются внедрением системы ЕМИАС. В поликлиниках установлены и эксплуатируются более 730 информационных киосков, предназначенных для самостоятельной записи граждан на прием к врачу. Ежедневно сервисами ЕМИАС пользуются десятки тысяч граждан, к услугам которых уже доступны инфоматы в холлах поликлиник, сайт госуслуг, мобильные приложения и SMS-уведомления, напоминающие о назначенном времени и дате приема. Система стремительно развивается и будет предлагать новые возможности мирового уровня. В перспективе создание интранет-портала для медработников. Портал представляет собой базу профессиональных знаний и своеобразную медицинскую соцсеть. ЕМИАС освободит врачей от заполнения бесконечных бумаг и справок, обучит работе на компьютере и в системе, оборудовав рабочее место медработника современной техникой, обеспечит врачу доступ к информации о пациенте и поможет принять обоснованные решения о назначении лечения.

ОСОБЕННОСТИ ПЛАНИРОВАНИЯ ТОЧКИ БЕЗУБЫТОЧНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Пригоцкая Я. Д., студентка группы Э-б-о-175 *Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»*
руководитель Ергин С.М., д.э.н., профессор кафедры экономики предприятия ИЭиУ
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»

Введение. Современную экономику невозможно представить без предприятий, ориентированных на сферу услуг. Анализ туристских услуг является важной частью функционирования такой организации. Причиной тому служит, меняющаяся мода на туристские услуги также как и на любой другой потребительский товар. Процесс анализа позволит предприятию придать новизну и уникальность своей продукции, а именно туристским услугам, что выгодно выделит ее среди предложений конкурентов.

Целью исследования является анализ сферы туристских услуг, определение важности и выделение особенностей планирования точки безубыточности на предприятии в данной сфере. Для достижения цели были поставлены следующие задачи: проанализировать понятие точки безубыточности туристских услуг и определить особенности планирования точки безубыточности на предприятии в сфере туризма. Осуществление задач исследования происходит благодаря следующим методам: библиографическому анализу литературы, общенаучным методам исследования: анализу и синтезу, индукции и дедукции, методам сравнительного, логического, статистического и системного анализа.

Результаты исследований. Эффективность работы каждого предприятия зависит от правильного планирования процесса производства, управления издержками, организации труда, ценовой политики и т.д. Основной целью любой организации, помимо удовлетворения общественных потребностей и обеспечения своей финансовой устойчивости, является получение прибыли. Зачастую причиной банкротства многих предприятий является переоценка своих возможностей и отсутствие планирования организационного и производственного процесса. Для того, чтобы организация держала устойчивую позицию на

рынке и приумножала свой доход необходимо на начальном этапе спланировать показатель безубыточности, то есть рассчитать точку безубыточности. Данный показатель представляет из себя тот объем производства и реализации продукции, расходы которого возможно компенсировать доходами. При этом предполагается, что при производстве и реализации каждой последующей единицы продукции предприятие уже будет получать прибыль.

Точка безубыточности выражается в натуральных или денежных единицах. Она позволяет определить, какое количество продукции необходимо реализовать, какой объем работ выполнить, или сколько необходимо оказать услуг, чтобы прибыль компании была бы равна нулю. То есть, в этот момент времени работы предприятия, доходы полностью покрывают расходы. При превышении данного показателя организация получает прибыль, в случае не достижения точки безубыточности организация несет убытки.

Расчет точки безубыточности осуществляется для:

- определения оптимальной стоимости реализации производимой продукции, выполнения работ или оказания услуг, и момента, в который доходы превысят значение издержек предприятия;

- наблюдения за изменениями показателя точки безубыточности, благодаря которым выявляются проблемы, существующие в процессе производства и реализации продукции, выполнения работ, оказания услуг;

- анализа финансового состояния предприятия;

- выявления влияния изменения цены на реализуемую продукцию, выполняемые работы, оказываемые услуги или понесенных расходов на получаемую в итоге выручку.

Решение о анализе точки безубыточности, как правило, интересны в нескольких аспектах. Во-первых, для анализа текущей рыночной конъюнктуры и выделения наиболее существенных факторов, влияющих на определение себестоимости производимой продукции или оказанных услуг. Во-вторых, для прогноза ценовой ситуации на рынке и уровня затрат на производство. Благодаря такому прогнозированию осуществляется расчет плана производства. В-третьих, для контроля выполнения плана безубыточности организации.

Сам процесс планирования точки безубыточности является неотъемлемой частью планирования всего финансового плана предприятия. Процесс планирования точки безубыточности состоит из следующих этапов:

- анализ ситуации на рынках сбыта и состояния дел внутри самого предприятия (анализ сильных и слабых сторон) подразумевает анализ внутренних (анализ издержек) и внешних факторов (конкуренты, предпочтения и общая финансовая ситуация и пр.);

- прогнозирование будущих цен на готовую продукцию и факторы производства, которое включает определение цен, противодействующих любым неблагоприятным изменениям цен (хеджирования ценового риска путем использования товарных фьючерсов и опционов) и др.;

- расчет постоянных и переменных затрат, определение потребности в основных и оборотных средствах и источников их формирования;

- определение точки безубыточности на основе расчета цены реализации и себестоимости изделий;

- составление финансового плана и плана реализации (по периодам).

Рассмотрев достаточно большой круг вопросов, описанных в работе и касающихся анализа точки безубыточности и процесса ее планирования, можно переходить к общей схеме расчета и планирования безубыточности на примере турфирмы.

Как и для любого предприятия, уровень безубыточности для организации, занимающейся туристскими услугами, определяется минимальным объемом продаж, который необходим для покрытия всех ее затрат. Переменными затратами, можно назвать те, которые зависят от объема производства. В частности, на турфирме, в зависимости от того, что принято за единицу продукции, такими затратами могут быть те, которые направлены на: оформление туров; обеспечение визового обслуживания, транспортировки, проживания, питания, оплату услуг сопровождающих и гидов переводчиков; реализацию путевок или туров и т.п. Что

касается постоянных затрат, то это те, которые не изменяются при увеличении или сокращении объемов производства. Сюда можно отнести: затраты на рекламу, административно-управленческие затраты по центральному офису, амортизационные затраты, затраты на приобретение и ведение информационных баз и т.п.

Следующий показатель - маржинальная прибыль, которая определяется, как разница выручки от реализации продукции и переменными затратами на ее производство. Рентабельностью по маржинальной прибыли считают процентное выражение отношения величины маржинальной прибыли к объему продаж.

В настоящее время лишь немногие туристские агентства в Крыму полностью удовлетворяют требования клиента и потребителя туристических услуг. Одна из проблем – это несоответствие цены и качества, из-за отсутствия четко спланированного процесса управления и организации работы. Благодаря, планированию точки безубыточности предприятия, занимающиеся туристическими услугами, смогут без убытка для себя освоиться на рынке и скорректировать цены на свои товары и услуги.

Выводы. Для успеха турфирмы важную роль играет спрос на туристические услуги. Прежде чем выходить на этот рынок необходимо пройти 5 этапов расчета точки безубыточности. К сожалению, в отличие от промышленно развитых стран, где определение уровня безубыточности уже давно стало неотъемлемой частью технико-экономических расчетов при обосновании и формировании кратко- и среднесрочных планов развития предприятий, в России подобные расчеты проводятся лишь эпизодически.

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОДУКЦИИ

Раифова М.Р.¹, Штофер Г.А.²

¹студентка 4 курса группы Э-б-о 165 Института экономики и управления КФУ

²доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления КФУ

Введение. В современных условиях, себестоимость продукции играет важную роль в эффективности функционирования предприятия, поскольку снижение затрат на производство продукции влечет снижение цен на продукцию, что способствует повышению конкурентоспособности предприятия на рынке, поэтому руководству необходимо постоянно контролировать и регулировать величину себестоимости производимой продукции, учитывая факторы, воздействующие на нее.

Целью данной работы является уточнение факторов, влияющих на себестоимость продукции предприятия.

Методика исследования. Себестоимость - часть стоимости продукции, которая включает в себя сумму затрат предприятия на производство и реализацию продукции. Себестоимость продукции является одним из важнейших показателей для предприятия, поскольку снижение издержек направлено на увеличение прибыли, повышение уровня рентабельности, а также является одним из факторов повышения конкурентоспособности предприятия.

Результаты исследования. На себестоимость продукции влияет множество факторов, которые можно разделить на следующие группы:

- внешние - те факторы, на которое предприятие не может повлиять, к ним относятся: стоимость сырья и материалов, стоимость энергетических ресурсов, величина налоговых отчислений и др.;

- внутренние - те факторы, на которые в силах воздействовать руководство предприятия, к ним относятся: автоматизация производства, сокращение персонала, мотивация персонала и т.п.

Внешне факторы влияют на себестоимость продукции независимо от предприятия и осуществить какое-либо воздействие на них руководству предприятия очень сложно, например:

1. Инфляция.
2. Экономическая обстановка в стране.
3. Природно-климатические условия.
4. Технический и технологический процесс.
5. Изменение налогового законодательства.
6. Изменение тарифов на коммунальные услуги.
7. Изменение рыночных тенденций.
8. Рост цен на сырье и оборудование.

Внутренние факторы, наоборот, поддаются воздействию руководства предприятия. Рассмотрим подробнее некоторые из них:

1. Масштаб производства. Себестоимость продукции включает в себя переменные и постоянные затраты. Переменные затраты зависят от объема производства и изменяются пропорционально изменению количеству выпускаемой продукции, и их доля в себестоимости продукции не изменяется под влиянием масштаба производства. Постоянные затраты, напротив, не зависят от количества произведенной продукции, и их доля в себестоимости снижается при увеличении объема производства. Таким образом, масштаб производства оказывает значительное влияние на себестоимость продукции, при увеличении объема производства, постоянные затраты на единицу продукции снижаются, такой процесс называется экономией на масштабе (эффект масштаба).

2. Производительность труда. От эффективности деятельности рабочих зависит, какое количество продукции будет произведено за определенный промежуток времени. От этого фактора, в свою очередь, зависит себестоимость товара, поскольку при повышении результативности деятельности происходит сокращение затрат труда на единицу продукции и предприятие начинает производить больше, при этом экономя трудовые ресурсы и снижая себестоимость.

3. Автоматизация производства и инновационные технологии. В современном мире каждое предприятие старается усовершенствовать технологию производства с целью повышения качества своей продукции и снижения ее себестоимости. Кроме того, применение новых технологий, а также автоматизация производства позволяет предприятию повысить производительность труда, увеличить объем производства, улучшить рациональность использования сырья и материалов, а также сократить количество работников с целью сокращению расходов на заработную плату.

4. Квалификация рабочих. Персонал предприятия играет очень важную роль в производстве продукции, поскольку непосредственно участвует в процессе ее создания и реализации. От квалификации рабочих напрямую зависит качество продукции, количество отходов и потери от брака. Себестоимость продукции будет ниже, если на предприятии будут работать квалифицированные кадры, которые будут рационально использовать имеющиеся ресурсы, минимизируя отходы и количество продукции, изготовленной с браком, которая в дальнейшем будет утилизирована, либо реализована ниже себестоимости;

5. Расходы, связанные с содержанием управленческого аппарата. Организационная структура предприятия создается с целью управления, распределения ответственностей и полномочий внутри организации. Однако количество звеньев структуры должно четко соответствовать размеру предприятия, объему производимой продукции, чтобы избежать лишних трат на заработную плату работникам, в которых предприятие не нуждается. Таким образом, исключая ненужные звенья в организационной структуре, снижаются затраты на

содержание административно-управленческого аппарата, а, следовательно, и себестоимость продукции.

6. Рациональность использования сырья и материалов. Руководство предприятия должно постоянно контролировать и регулировать рациональность использования ресурсов: чем меньше затраты материалов на единицу продукции, тем больше можно произвести из определённого количества сырья, следовательно, себестоимость будет снижаться;

7. Поставщики материалов. Предприятию необходимо выбирать таких поставщиков, которые предоставляют материалы высокого качества по приемлемой цене. При этом следует учитывать особенности географического расположения поставщика, поскольку транспортные расходы также включаются в себестоимость продукции: чем ближе к предприятию расположена фирма поставщика, тем меньше средств придется ему тратить на доставку материалов.

Выводы. Учет в практической деятельности предприятия системы факторов, влияющих на себестоимость производства продукции, позволяет повысить эффективность деятельности предприятия и добиться успехов на рынке соответствующих товаров или услуг. Себестоимость, являясь одним из важнейших факторов воздействия на эффективность функционирования предприятия, оказывает влияние на уровень конкурентоспособности, прибыльность, рентабельность и спрос на продукцию, поэтому руководству необходимо постоянно контролировать и регулировать затраты на производство и реализацию продукции.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Рыбовалова М. А.¹, Шевченко Е. В.²

¹ студентка IV курса Института экономики и управления Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского

² к. э. н., доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского
marima0315@mail.ru

Введение. В условиях современной рыночной экономики и на основе быстро развивающегося научно-технического прогресса вопрос подбора персонала и управление им играет значительную роль в деятельности любого предприятия. Оперативность выполнения работ и оказания услуг, уровень использования оборудования, машин, а также объемы производства продукции, ее себестоимость, прибыль и ряд иных экономических характеристик зависит от обеспеченности и эффективности использования рабочих кадров предприятия.

Целью данной работы является рассмотрение путей и мероприятий по повышению эффективности использования персонала на предприятии.

Результаты исследований. Персонал предприятия представляет собой личный состав предприятия, который состоит из всех наемных работников, включая работающих собственников и совладельцев, обладающие определенными профессиональными и качественными характеристиками.

Использование персонала предприятия заключается в создании комплекса мероприятий, которые направлены на обеспечение условий для более результативной реализации творческого, а также трудового потенциала персонала. Использование персонала обязано соответствовать целям каждого предприятия, никак не ограничивать интересы личности, а

также гарантировать строгое соблюдение законодательства о труде в ходе выполнения данной деятельности.

Использование персонала должно соответствовать определенным принципам, основными из которых являются:

- обеспечение рациональной занятости персонала;
- предоставление стабильной и равномерной загрузки персонала в течение рабочего периода;
- обеспечения соответствия трудового потенциала каждого работника, его квалификации и требованиям занимаемых рабочих мест;
- обеспечение переходы работника с одного рабочего места на другое, что предоставит разнообразие выполняемых работ, а также возможность маневрирования в производственном процессе.

Вопрос эффективности использования персонала считается одной из основных проблем в функционировании любого предприятия. Эффективное использование персонала содействует достижению больших результатов при наименьших затратах труда, времени и денежных средств. Следовательно, для повышения эффективности использования персонала на предприятии следует придерживаться следующих путей:

1. Совершенствование работы руководителя с персоналом.

Целью данного пути повышения эффективности использования персонала является проведение таких мероприятий как: обеспечение условий для проявления личной инициативы каждого работника, учет профессиональных навыков и особенностей, формирование рабочей обстановки среди персонала, четкое разделение полномочий, прав и обязанностей, поощрения за успехи и повышение мотивации работников.

2. Совершенствование системы оплаты труда на предприятиях.

Современные действующие системы оплаты труда обладают рядом недостатков, главный из которых состоит в том, что заработная плата нередко совершенно не связана с конечным результатом труда. Результат труда коллективный, а оплата - индивидуальна. Для того, чтобы разрешить данную ситуацию следует результаты труда рассматривать индивидуально, либо коллективизировать систему оплаты труда.

Первый вариант решения проблемы исключается, поскольку в большинстве случаев невозможно отделить индивидуальные результаты от их коллективной природы. К тому же, те единичные предприятия, которым удалось разделить коллективный результат на множество индивидуальных, на данный момент потеряли свою устойчивость. В современной практике укрепляется мнение, что предприятиям следует внедрять коллективные системы поощрения труда персонала.

3. Повышение квалификации персонала, обучение, согласно требованиям современного технического оборудования, аттестация персонала.

Важным условием эффективной деятельности организации считается своевременная и высококачественная подготовка, переподготовка и повышение квалификации персонала, что в свою очередь будет способствовать расширению их теоретических знаний, практических умений и навыков и позволит качественно выполнять поставленные задачи, используя современное оборудование. В результате чего эффективность труда будет повышаться, как следствие внедрения новых техник и технологий, с помощью которых работники будут тратить в 2-3 раза времени меньше на выполнение одного цикла рабочего процесса.

4. Мотивация персонала.

Мотивационное стимулирование труда подразумевает создание таких условий, при которых трудовая деятельность работника удовлетворяет его самые значимые и социально обусловленные потребности. Задача данного стимулирования побудить работника делать лучше и больше тот процесс, который определен трудовым договором.

Важное значение для удовлетворения личных потребностей персонала предприятия является проведение мероприятий связанных с социальной защитой. Они заключаются в

предоставлении декретных отпусков, путевок в оздоровительные медицинские учреждения, выплат материальных поддержек за трудовой стаж и т. д.

Заключение. Таким образом, использование персонала – это комплекс мероприятий, направленных на создание трудовых условий способных раскрыть трудовой и творческий потенциал работников предприятия. Для повышения эффективности использования персонала предложены следующие пути развития: совершенствование работы руководителя с персоналом; совершенствование системы оплаты труда на предприятиях; повышение квалификации персонала, обучение, согласно требованиям современного технического оборудования, аттестация персонала; мотивация персонала. Реализация мероприятий указанных направлений позволит предприятию ускорить процесс выполнения работ и оказания услуг, повысить объемы производства продукции, а также снизить ее себестоимость.

ЭКОНОМИКА МАСШТАБА ПРИ ПЛАНИРОВАНИИ ПОТРЕБНОСТИ В СКЛАДСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Ергин С.М.¹, Чемеричко А.В.²

¹ *д.э.н., профессор кафедры экономики предприятия Института экономики и управления КФУ имени В.И. Вернадского*

² *обучающийся 4 курса бакалавриата Института экономики и управления КФУ*

Введение. Планирование складского хозяйства как одного из составляющих производственной инфраструктуры предприятия – ключевой элемент его стратегического менеджмента и одно из основных направлений достижения эффективности деятельности многих зарубежных компаний. Грамотное планирование складского хозяйства позволяет сочетать решение текущих задач предприятия с перспективными целями, по максимуму использовать его потенциал и укреплять рыночные позиции в конкурентной среде, способствует сбыту более качественных продуктов, которые соответствуют требованиям рыночной конъюнктуры.

Целью работы является рационализация процесса планирования складского хозяйства предприятия в контексте определения лучшего соответствия между объемами производства и потребностями в складских услугах. Процесс планирования складского хозяйства хорошо работает как в устойчивой, предсказуемой среде, результатом чего появляется возможность предугадывать будущие события, своевременно предупредить негативные последствия, но также удовлетворительно функционирует в условиях турбулентной и нечеткой среды, которая характерна для современной экономики.

Результаты исследований. Структура складского хозяйства предприятия определяется в зависимости от номенклатуры потребляемых материалов, типа и объемов производства, уровня его специализации и кооперирования. Наиболее часто склады классифицируются по их месту в производственном процессе, по роду хранимых материалов, в зависимости от ассортимента хранимой продукции и техническому устройству, уровню автоматизации, механизации и степени защищенности.

Склады оптовой (розничной) торговли – определенная совокупность зданий, сооружений и различных устройств, предназначенных для приемки, размещения, хранения и обслуживания товаров, в т.ч. подготовки их к отпуску и потреблению. Основное их назначение – это концентрация запасов, их хранение, обеспечение бесперебойного и ритмичного снабжения потребителей в соответствии с заказами. Существует широкая разновидность складских помещений в зависимости от видов хранимой продукции, характера использования складов, организации внутрискладских операций. На складах торговых фирм готовые изделия

накапливаются и ожидают своего потребителя, предоставляя им полный набор услуг – начиная от обработки поступающих заказов до исполнения поставки продукции в окончательном виде.

Любое предприятие, исходя из собственных возможностей, специфики и масштаба деятельности, должно осуществлять выбор: избирать собственный склад или пользоваться услугами склада общего пользования, арендовав в нем необходимые площади. Проблема выбора склада общего пользования сводится к элементарному расчету необходимой складской площади. Решение должно стать результатом исследования и расчетов, где решающее значение имеют эффективность функционирования склада и его экономическая целесообразность в процессе дальнейшей эксплуатации. Возможна комбинация использования собственного склада и склада общего пользования. Это становится особенно привлекательным и экономически выгодным решением, обеспечивающим в дальнейшем минимизацию общих издержек, при условии расширения рынка сбыта в различных регионах, а также в случае сезонного спроса на товар. В качестве запасного варианта возможно строительство собственных складских помещений, либо аренда всего склада с обслуживающим складским оборудованием за ежегодную плату. Последний вариант близок к приобретению склада, поскольку все затраты на обслуживание склада ложатся на предприятие.

Важнейшей задачей складского планирования является обеспечения хранения своих товаров таким образом, чтобы сделать их максимально доступными потребителю. Все складское пространство можно рассматривать как отельную систему, состоящую из используемых площадей для хранения различных товаров и неиспользуемых площадей, где размещаются различные подсобные и вспомогательные помещения. При общем планировании рекомендуется две трети всего складского пространства отводить под площадь, используемую для хранения. Расчет потребности в складских площадях и оборудовании предусматривает необходимость учета следующих факторов: планируемый грузооборот склада, число рабочих дней в году, режим работы склада, грузоподъемность транспортных средств, прибывающих под разгрузку-погрузку, продолжительность рабочей смены, учет особенностей транспортных средств (габариты, тоннаж и пр.), среднее время разгрузки транспортного средства. Планировка складских помещений должна отвечать следующим требованиям:

- достижению максимальной эффективности при обращении с товарами, исключение возможности отрицательного влияния одних товаров на другие при их совместном хранении;
- обеспечению применения наиболее рациональных способов размещения и укладки товаров (оптимизация складских помещений);
- обеспечению гибкости организации работы складского персонала и оборудования;
- повышению экономичности всех видов складских операций.

В рамках складской системы зоной непосредственного хранения продукции является грузовая площадь (полезная площадь). Расчет потребности в полезной площади (S_n) определяется по формуле:

$$S_n = Q_{max}/q_{доп} ,$$

где Q_{max} – максимальная величина установленного запаса продукции на складе, т;

$q_{доп}$ – допустимая нагрузка на 1 м² площади пола склада, т/м².

Рассчитаем потребность в полезной площади при условной нагрузке на 1 м² площади пола склада в 2,5 т/м² при двух вариантах в размере запаса: 10000 т и 13000 т:

1 вариант: $S_n = 10000/2,5 = 4000 \text{ м}^2$

2 вариант: $S_n = 13000/2,5 = 5200 \text{ м}^2$

Таким образом, рост масштабов запаса на 3000 т поспособствовало необходимости наличия дополнительной площади в размере 1200 м².

В современных условиях традиционная роль складов претерпела кардинальные изменения. В результате они рассматриваются не в качестве изолированного комплекса внутрискладских операций хранения и грузопереработки, а с точки зрения эффективного средства управления запасами и продвижения материальных потоков в логистической цепи

поставок, что способствует расширению спектра складских услуг, необходимости обеспечения ускоренного оборота складских запасов, оперативного исполнения потребительских заказов. Планирование складских площадей должно осуществляться с учетом объемов производства и постоянно изменяющихся требований к хранению товаров. По мере роста масштабов производства увеличивается потребность в больших складских помещениях (и наоборот), что, в свою очередь, требует учета использования складских площадей.

Заключение. Ключевая задача планирования складского хозяйства состоит в том, чтобы обосновать долгосрочные цели развития предприятия, а также определить пути и способы их достижения. Реальная потребность в систематическом планировании зависит от наличия управленческого опыта в организации и влиянии масштабов производства, неопределенности среды, особенностей конкурентной борьбы. Учет экономики масштаба связан с необходимостью решения проблем по предотвращению негативного воздействия внешних факторов и минимизации рисков при достижении поставленных целей.

ИННОВАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Каминская А.О.,¹ Чемеричко А.В.²

¹*старший преподаватель кафедры экономики предприятия Института Экономики и управления «КФУ имени В.И. Вернадского»*

²*студент кафедры экономики предприятия института Экономики и управления
«КФУ имени В.И. Вернадского»*

anna_kaminskaya29@mail.ru

Введение. В современных условиях глобализации экономики, укрепления информационных связей и развития коммуникационных технологий, необходимой основой повышения конкурентоспособности предприятий являются инновационные научно-технические достижения.

Научно-техническая революция (НТР) стала ключевым фактором формирования ведущих сфер экономики. Результатом её влияния выступает ускоренный темп обновления технической основы производства и потребления, при котором формируются и внедряются новые методы рационализации и экономии при использовании ресурсов, совершенствуется изготавливаемая продукция, расширяется и обновляется её ассортимент, ускоряется процесс познания и исследования новых типов продукции.

Целью исследования является определение роли инноваций на современном этапе как важнейшего инструмента повышения конкурентоспособности предприятия.

Результаты исследований. Современная конкурентная среда стимулирует хозяйствующих субъектов к поиску способов снижения издержек, повышения производительности труда, интенсификации конкурентных преимуществ путем применения более эффективных форм организации деятельности и внедрения научно-технических достижений.

Перед отечественным производственным комплексом остро стоит проблема низкой инновационной активности предприятий. Добиться стратегического доминирования на глобальном рынке можно посредством реализации инноваций, поэтому важной особенностью экономического роста является переход к непрерывному инновационному процессу.

Основа инновационного процесса – это процесс создания и освоения новой техники

(технологий). Идеи в разрезе инноваций должны массово внедряться в производство, управление через новейшие технологии и уникальные инженерные решения, воплощаться в новые машины, оборудование и приборы высшего технического уровня.

По сути своей, инновация — это товар (продукция или услуга) научной деятельности, результатом применения которого являются радикальные изменения в производственной деятельности, влекущие за собой кардинальные организационно-распорядительные и производственно-технологические преобразования.

Также инновации предполагают применение результатов интеллектуальной деятельности, объектов интеллектуальной собственности в финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Иными словами, это процесс, при котором обеспечивается выпуск патентоспособных товаров (продукции/услуг) по своим качествам соответствующим мировым стандартам. Таким образом, инновации – важнейший рычаг, используемый в конкурентной борьбе.

В отношении сущности понятия «конкурентоспособность» работали такие деятели, как Абаева Н. П., Мокронос, А. Г., Русак Е.С., Сапёлкина Е.И., Зайцев Н.Л., Сергеев И.В., Веретенникова И.И., Чайникова Л.Н. и др.

По мнению Абаевой Н.П., конкурентоспособность предприятия представляет собой относительную величину, характеризующую реальную и потенциальную возможность предприятия проектировать, изготавливать и сбывать товары (работы, услуги), которые по значимым характеристикам более привлекательны для потребителя, чем товары их конкурентов, и при этом в краткосрочной и долгосрочной перспективе достигать поставленных целей.

Е.С. Русак, Е.И. Сапёлкина пишут о конкурентоспособности предприятия с точки зрения способности создавать и использовать стратегические факторы успеха, которые, в свою очередь, выгодно отличают и выделяют предприятие в отношении конкурентов, и дают определенные рыночные преимущества выпускаемой продукции.

И.В. Сергеев, И.И. Веретенникова понимают под конкурентоспособностью предприятия способность экономического субъекта производить конкурентоспособную продукцию за счет его умения эффективно использовать имеющиеся ресурсы.

Конкурентоспособность бывает различных видов: производственно-технологическая, экономическая, социальная и психологическая. В обобщённом виде они выражены трудовыми, материальными, ценовыми факторами, а также факторами безопасности, рациональности, коммуникабельности, оригинальности, экологичности и пр.

Инновации используются как очень широкое понятие, которое включает в себя не только уникальный товар и передовые технологии, но и новые способы ведения хозяйственной деятельности. Инновациями могут быть и создание новых подходов к управлению предприятием, эффективная модель реструктуризации кадров, новая маркетинговая стратегия, усовершенствованный процесс подготовки персонала или новые методы повышения качества продукта, каждая из которых по-своему влияют на разные виды конкурентоспособности. Так, выпуск нового продукта с уникальными свойствами или внедрение эксклюзивного know how обеспечивает предприятию конкурентное преимущество, а введение полезных нововведений в оборот нового энергосберегающего оборудования и безотходных, малоотходных технологий существенно снижают материалоемкость и энергоёмкость, параллельно повышая экологичность и рациональность деятельности, а также позволяют сократить процент бракованной продукции, повысить её качество. Все эти факторы в конечном итоге при правильном их применении формируют конкурентные преимущества хозяйствующего субъекта.

Формирование и удержание конкурентного преимущества затрагивает механизм функционирования предприятия, связанный с проектированием, производством и реализацией продукции. Вместе с тем, в условиях активизации конкурентной борьбы как на внутреннем, так и на внешнем рынках, наиболее устойчивы именно инновационные конкурентные преимущества, т.е. преимущества, основанные на использовании инноваций.

На современном этапе глобализации экономическая мощь страны определяется не столько объемом ВВП и наличием ресурсов, сколько масштабами научно-технического потенциала, рациональностью и эффективностью его использования, которая выражается в количестве произведенных новых продуктов, открытий и изобретений, техники и технологий.

Государственное регулирование и поддержка являются необходимой основой перспективного развития инновационного и научно-технического потенциала. Россия имеет огромный ресурсный потенциал для занятия достойного места на мировой арене среди лидирующих стран с инновационным типом развития. Эффективному использованию такого потенциала будет способствовать реализация государственных стратегий и проектов, которые определяют роль и место России в мировой экономике.

Выводы. Таким образом, роль инноваций в достижении конкурентоспособности заключается в том, что они предоставляют предприятиям возможности добиться технологического доминирования на рынке и обеспечить победу в конкурентной борьбе. Внедрение инноваций – ключевой фактор повышения рыночной конкурентоспособности современного предприятия; выступает также как одно из главных направлений повышения эффективности производства, совершенствования качества изготавливаемой продукции и предоставляемых услуг. Инновационная деятельность – гарант эффективного конкурентоспособного предприятия. Приоритетным направлением является развитие инновационной деятельности не только на уровне хозяйствующих субъектов, создавая центры инноваций, но и на уровне государства, оказывая существенную поддержку таким предприятиям.

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ КАК ФАКТОРЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Шамилева Э.Э.¹, Чемеричко А.В.²

¹ к.э.н., доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления КФУ

² обучающийся 4 курса бакалавриата Института экономики и управления КФУ

Введение. Мировой и передовой отечественный опыт показывает, что в современной конкурентной борьбе наступило именно то время, когда обладание материальными ценностями и капитальными ресурсами, но также достижение способности к разработке и внедрению эффективных нововведений технологического, организационного и коммерческого характера отражают наличие эффективности использования как интеллектуальных ресурсов так и интеллектуального капитала страны. Масштабное развитие технологий приводит к экономическому росту в большинстве развитых и развивающихся стран мира, что, в свою очередь, всё больше отражается долей продукции и оборудования, созданных и разработанных на основе прогрессивных знаний и эффективных управленческих решений.

В качестве ключевого приоритетного направления развития хозяйствующих субъектов выступает непрерывное освоение новых технологий с последующей разработкой системы мероприятий по разработке, внедрению, освоению, диффузии и коммерциализации новшеств, т.е. организации инновационной деятельности, отражающее процесс создания и использования новых знаний в целях повышения конкурентоспособности и экономической эффективности деятельности компаний.

При освоении новшеств достигается появление нового знания, применение которого в различных направлениях деятельности приводит к овеществлению и к коммерциализации знаний как неосязаемых интеллектуальных ресурсов организации. На данном этапе развития

производство и реализация всех видов продукции в большей степени зависят не только от материальных и финансовых, но и от интеллектуальных ресурсов.

Целью данной работы является изучение и сравнение сущности явлений интеллектуальных ресурсов и интеллектуального капитала, а также их влияния на конкурентоспособность хозяйствующих субъектов. Актуальность исследования заключается в изучении структуры, видов и особенностей функционирования интеллектуальных ресурсов в рамках российских предприятий в условиях переходной рыночной экономики.

Перед российскими предприятиями возникает необходимость формирования новых конкурентных преимуществ в условиях жесткой конкуренции и не определённости внешней среды. Именно здесь особая роль отводится интеллектуальным ресурсам, выступающих в качестве средств инновационного обеспечения конкурентоспособности российских предприятий.

Интеллектуальные ресурсы, с точки зрения экономического подхода, представляют собой один из видов экономических ресурсов, используемых фирмой для производства экономических благ, и основой формирования которых являются знания и информация. Данный вид ресурсов является в некотором смысле уникальным, что обусловлено особенностями ресурсов, главной из которых является способность к самовоспроизводству или капитализации. Интеллектуальные ресурсы – понятие комплексное, включающее в себя интеллектуальные активы (нематериальные), творческий потенциал сотрудников, высокоразвитый научно-образовательный комплекс, а также человеческий фактор.

По мнению большинства, как отечественных так и зарубежных авторов, понятие «интеллектуальные ресурсы» трактуется как результат инновационной деятельности, обусловленный наличием лицензий, патентов, ноу-хау, опытными и рабочими образцами новой техники и т.п. Так образом, данный тип ресурсов играет доминирующую роль в обеспечении конкурентных преимуществ предприятия, с учетом того, что развитие предприятия достигается за счёт грамотного управления интеллектуальными ресурсами, а не их номинальным наличием.

В современной экономике рассматривают наличие двух главных проблем управления интеллектуальными ресурсами предприятия:

- оценка интеллектуальных ресурсов;
- формирование системы управления интеллектуальными ресурсами.

Поиск решений этих вопросов осуществлялся постепенно в рамках различных зарубежных и российских научных направлений.

Полагаясь на исследования в данной области, было выявлено, что понятие «интеллектуальные ресурсы» развивалось в рамках изучения интеллектуального капитала, с которым оно тесно связано.

Томас Стюарт одним из первых употребил термин «интеллектуальный капитал», обозначив его как «сумму знаний всех работников компании, обеспечивающую её конкурентные преимущества», выделяя при этом три ключевых компонента: человеческий, структурный и потребительский капитал. Сущность дефиниции «интеллектуальный капитал» не содержит каких-либо новшеств и иных неизвестных ранее составляющих деловой активности предприятия. Интеллектуальный капитал отражает все знания и навыки, явные и неявные, принадлежащие как организации в целом, так и отдельным лицам, а также структурные и культурные элементы.

В условиях жесткой конкуренции российские предприятия поставлены перед необходимостью формирования новых конкурентных преимуществ, при этом особая роль отводится непосредственно интеллектуальным ресурсам, которые определяются как средства инновационного обеспечения конкурентоспособности российских предприятий.

Большая часть внутренних факторов фирмы, таких как корпоративная культура, технология, интеллектуальный потенциал сотрудников и т.д., представляет собой интеллектуальные ресурсы, пронизывающих все сферы деятельности организации. В конечном счете, они формируют устойчивые конкурентные преимущества фирмы и

обеспечивают ее конкурентоспособность на рынке, при чём главной проблемой остаётся оценка экономической эффективности интеллектуальных ресурсов.

Результаты исследований. Интеллектуальные ресурсы рассматриваются на современном этапе управления предприятием как целостная экономическая система, обеспечивающая наличие квалифицированного персонала, структурных активов, серьезной базы интеллектуальной собственности, играющих решающую роль при организации и управлении деятельностью компаний. В качестве интеллектуальный капитала определена совокупность интеллектуальных ресурсов, умений и навыков, используемых персоналом при организации деятельности компаний.

Причина успеха компаний заключается в разнообразии подходов к выявлению и передаче неформализованных знаний, выявление и использование которых позволяет решить множество задач при достижении поставленной цели. Одним из основных факторов повышения конкурентоспособности современных компаний выступает способность воспринимать и генерировать знания. В связи с этим, интеллектуальные ресурсы предприятия приобретают огромное значение при формировании новых конкурентных преимуществ и обеспечения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов.

Заключение. В условиях кризиса и постоянно меняющихся факторов внешней среды роль интеллектуального капитала возрастает, грамотное и рациональное использование которых позволяет сохранять предприятия функционирующими, вырабатывая конкурентные преимущества в рамках рыночных отношений. Основным принципом управления хозяйствующим субъектом становится teamwork (командная работа) – новый тип деятельности, способствующий эффективному использованию интеллектуального потенциала работников. Практика учета интеллектуального капитала применима к деятельности российских организаций. Выбор направлений деятельности и показателей для их характеристики находится в компетенции организации, решившей исследовать свой интеллектуальный капитал.

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Шестопад А.В.¹, Шамилева Э.Э.²

¹ обучающаяся второго курса магистратуры кафедры экономики предприятия Института экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»

² к.э.н., доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»

Shestopal.Ann@mail.ru

Введение. На современном этапе развития мировой экономической системы наблюдается процесс перехода от индустриального к постиндустриальному производству, поэтому результатом этого процесса является усиление интеллектуального фактора.

На данный момент нельзя представить результативную деятельность предприятий без таких нематериальных факторов, как технологии, ноу-хау, изобретения, фирменные наименования, навыки и опыт персонала, местоположение и др. Все вышеперечисленные факторы играют важную роль в функционировании любого предприятия.

По мнению В.Л. Иноземцева интеллектуальный капитал — это что-то наподобие «коллективного мозга», аккумулирующего научные и обыденные знания работников, интеллектуальную собственность и накопленный опыт, общение и организационную

структуру, информационные сети и имидж предприятия, следовательно, одним из важнейших аспектов интеллектуального капитала являются сотрудники, которые отражают весомую роль в функционировании предприятия и приводят в действие все производственные и организационные механизмы.

Целью данной работы является исследование дефиниции «интеллектуальный капитал» и определение его роли и значения в деятельности предприятия. Изучение интеллектуального капитала - это задача приоритетного характера, которая является актуальной для всех предприятий России.

Результаты исследований. Определение функции интеллектуального капитала зачастую проще, чем определение самого интеллектуального капитала. Эта сложность усугубляется постоянно меняющимися или расширяющимися определениями интеллектуального капитала, которые были разработаны после статьи «Fortune» 1991 года Т. Стюарта. «Каждое предприятие все больше зависит от знаний - патентов, процессов, навыков управления, технологий, информации о клиентах и поставщиках, а также от опыта персонала. Вместе эти знания являются интеллектуальным капиталом», - писал Т. Стюарт в своей оригинальной статье.

Существует достаточно большое количество определений интеллектуального капитала, предложенные другими авторами, которые отражают:

- общую сумму полезных знаний сотрудников и клиентов предприятия (В. Базилевич);
- измерение, равное продукту компетентности и приверженности (Т. Гаутски);
- сумма и синергия знаний предприятия, опыта, отношений, процессов, открытий, инноваций, присутствия на рынке и влияния сообщества (У. Миллер);
- объединенные нематериальные активы, которые позволяют предприятию функционировать (Э. Брукинг).

В последнее время роль интеллектуального капитала становится очень важной для функционирования малых и средних предприятий. Основная причина заключается в их влиянии на формулирование и реализацию стратегий на этих предприятиях. Благодаря более эффективному использованию и инвестированию в интеллектуальный капитал, предприниматели и их работники смогут открыть возможности для нового бизнеса и повысить свои конкурентные преимущества на рынке.

Интеллектуальный капитал, в условиях повышенной неопределенности, информационных потребностей и управления с какими-либо изменениями на предприятии рассматривается как жизненно важный инструмент.

Человеческие ресурсы являются очень важным стратегическим показателем для предприятий. Сотрудники в непрерывном режиме могут быть отличной основой для достижения конкурентного преимущества. Иногда влияние одного сотрудника может быть настолько велико, что в случае его увольнения он может забрать с собой многих потребителей. Именно поэтому, предприятию необходимо проводить непрерывное обучение и мотивировать своих сотрудников. Максимально эффективно использовать возможности своих сотрудников – это главная задача любого предприятия. Также, предприниматели отчетливо осознают, что основным конкурентным преимуществом предприятия могут быть только талантливые люди, которые готовы к постоянному обучению. Для того чтобы развитие персонала оправдывало все надежды, требуется, чтобы обучение соответствовало актуальным потребностям и требованиям предприятия. Изначально и конкретно определить цели, задачи и желаемые результаты. Ведь чем точнее сформулирована цель и задачи, тем выше вероятность их достижения.

Для эффективного использования интеллектуального капитала, необходимо достижение следующих целей:

- рост профессионального образования каждого сотрудника;
- создание альтернативных вариантов для улучшения знаний и умений персонала;
- осуществление непрерывного профессионального развития;

- обеспечение надлежащего финансирования мероприятий по повышению квалификации персонала.

Повышение квалификации персонала является процессом, который демонстрирует общность целей всех сотрудников и критический характер индивидуальных знаний и навыков для выполнения возложенных на него обязанностей. Процесс эффективного использования интеллектуального капитала многогранен и ориентирован на самых разных людей и отражает специфику занимаемых должностей. Таким образом, процесс эффективного использования интеллектуального капитала в условиях чистой конкуренции должен быстро ориентироваться к изменениям внешней среды предприятия. Функциональные роли сотрудников также могут меняться и требовать перенастройки для новых обязанностей.

Заключение. Многие теоретические и практические исследования показали, что сотрудники предприятия являются очень ценными и важными ресурсами для успешного и эффективного функционирования предприятия.

Роль интеллектуального капитала предприятия чрезвычайно важна в современных условиях рынка и заключается во влиянии элементов интеллектуального капитала на экономические результаты и формировании различных экономических ценностей предприятия. Среди таких ценностей следует выделить:

- увеличение рыночной стоимости предприятия;
- повышение эффективности использования всех ресурсов предприятия;
- рост производительности предприятия;
- развитие инновационного потенциала;
- расширение и усовершенствование конкурентных преимуществ предприятия.

Таким образом, интеллектуальный капитал, несомненно, является одним из главных капиталов предприятия и состоит из знаний, опыта ее сотрудников, накопленных ими при разработке продуктов и оказании услуг, уникальной организационной структуры и интеллектуальной собственности.

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ТЕРРОРИЗМ: ПРОБЛЕМЫ И СПОСОБЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ

Бердников Д.Д.¹

¹студент кафедры бизнес-информатики и математического моделирования Института экономики и управления КФУ имени В.И. Вернадского
научный руководитель: д. тех. н., профессор Бойченко О.В.

Введение. Кибертерроризм – совокупность действий, направленных на устранение угроз безопасности государству, личности, либо обществу в целом. Целью кибербезопасности является максимальная защита в сети Интернет от искажения объективной информации, что может привести к получения преимущества при решении политических, экономических или социальных задач.

Киберпреступники зачастую используют специальное программное обеспечение, предназначенное для несанкционированного доступа, проникают в компьютерные системы и организуют удаленные атаки на информационные ресурсы интересующего их объекта. Программное обеспечение может выступать в роли вирусов, троянских или шпионских программ, которые уничтожают, искажают либо воруют информацию.

Для обеспечения полноценной защиты информационной сети Интернет, а также данных которые представляют какую-либо ценность, необходимо изучить способы совершения информационного терроризма.

Цель и задачи исследований. Целью данной работы является исследование способов совершения информационного терроризма злоумышленниками, для анализа действий преступника, в дальнейшем обеспечения полной защиты информации.

Методика исследований Объектами информационного терроризма, в зависимости от преследуемых целей и задач, могут быть: информационные ресурсы; системы формирования, распространения и использования информационных ресурсов; информационная инфраструктура вооруженных сил, правоохранительных органов и центров управления АЭС, транспортными структурами и высокотехнологичными производствами; корпоративные группы людей и институты государства, а также сам человек.

Для достижения поставленных целей в киберпространстве могут быть использованы различные приемы совершения теракта:

- хищение или уничтожение информационных, программных и технических ресурсов, имеющих стратегическую значимость, путем преодоления систем защиты, внедрения вирусов, программных закладок;
- нанесение ущерба отдельным физическим элементам, например разрушение сетей электропитания, временное выведение из строя отдельных сайтов, наведение на них помех, использование специальных программ, стимулирующих разрушение аппаратных средств, а также биологических и химических средств для уничтожения элементной базы;
- воздействие на программное обеспечение и информацию с целью их искажения или модификации в информационных системах и системах управления;
- уничтожение либо активное подавление линий связи, ошибочное адресование, искусственная перегрузка узлов коммутации и др.;
- раскрытие и угроза опубликования закрытой информации о функционировании информационной инфраструктуры государства, общественно значимых и военных информационных систем, кодов шифрования, принципов работы систем шифрования;
- захват каналов телекоммуникационного вещания с целью распространения дезинформации, слухов, демонстрации мощи террористической организации и объявления своих требований;
- воздействие на операторов, разработчиков, эксплуатационников информационных и телекоммуникационных систем с целью совершения ими ошибочных действий;
- ложная угроза акта кибертерроризма, влекущая за собой серьезные экономические последствия.

Можно свободно рассылать по электронной почте сообщения, объявления о подготовленных или планируемых терактах, придавать широкой гласности свою принадлежность к совершению того или иного противоправного действия.

Через имеющиеся технологии похищаются данные о кредитных картах, посредством которых в дальнейшем осуществляется сбор денежных средств для поддержки террористических движений (организаций), осуществляется манипулирование в информационном пространстве ценными бумагами, с тем чтобы обогатиться на них после совершения теракта.

Интернет позволяет оказывать психологическое давление на отдельных лиц, группы людей, компании, банки (финансовые институты) с целью получения требуемых денежных средств, а также принятия выгодных террористам решений.

Как показывает анализ, террористы через Интернет могут мгновенно обратиться как к массовой аудитории по всему миру, так и к отдельным лицам; объединить различные группы людей (по времени и месту проведения встречи), которые находятся в тесном контакте друг с другом; беспрепятственно осуществлять обмен информацией со своими сторонниками и единомышленниками, в том числе использовать их "втемную", когда те никогда не смогут узнать, к чему в конечном счете привели их действия. Многочисленные чаты и форумы, существующие в Интернете, идеально приспособлены для передачи зашифрованных посланий, а современные технологии позволяют легко и скрытно распространять в сети карты, фотографии, инструкции, схемы, пароли.

Результаты исследований. В результате рассмотренные способы совершения информационного терроризма помогут проанализировать действия преступника, благодаря чему можно будет выделить методы противодействия киберпреступности, с целью обеспечения целостности информации.

Выводы. В заключение стоит отметить, что способы совершения информационного терроризма постоянно меняются, что требует необходимости постоянного изучения данного вопроса с целью разработки инновационных механизмов противодействия киберпреступности.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Шрамко И. В.

*¹магистрант кафедры бизнес-информатики и
математического моделирования Института экономики и управления
КФУ имени В.И. Вернадского*

научный руководитель: д. тех. н., профессор Бойченко О.В.

Введение. В современных условиях проблема экономической безопасности является актуальной, поскольку предприятия работают в условиях различных внешних и внутренних рисков, опасность чего повышает конкурентная экономическая среда, которая скрывает многочисленные угрозы.

Экономическая безопасность бизнеса – один из основных элементов современного менеджмента предприятия. От эффективности организации экономической безопасности в значительной степени зависит успех деятельности предприятия на рынке.

Под экономической безопасностью понимают совокупность мероприятий (организационных, правовых, режимных, технических, информационных), направленных на достижение достаточного уровня безопасности от воздействия различных угроз внутренней и внешней среды.

Цель и задачи исследований. Целью данной работы является исследование современных проблем экономической безопасности предприятия.

Методика исследований. Еще не так давно к числу наиболее распространенных причин нарушения стабильной деятельности предприятия относили стихийные бедствия, пожары и хищения материальных ценностей. Сегодня все чаще приходится сталкиваться с мошенничеством, недобросовестной конкуренцией, коррумпированностью чиновников, посягательствами на коммерческую тайну и интеллектуальную собственность, криминалом. Недостаточно высокая эффективность государственных органов по защите законных прав кредиторов вынуждает руководителей предприятий уделять вопросам обеспечения безопасности своего бизнеса все более серьезное внимание.

В настоящее время выделяют несколько основных групп средств и методов обеспечения экономической безопасности бизнеса:

- а) организационно-правовые;
- б) инженерно – технические;
- в) информационно - технологические;
- г) морально - психологические;
- д) специальные;

К главным задачам обеспечения экономической безопасности предприятия относятся:

- оценка внутренних и внешних угроз безопасности предприятия, бизнеса, проектов, контрактов;
- проведение делового маркетинга (конкурентная разведка и контрразведка) ;
- подготовка информационно-аналитических материалов о рынках, проектах, контрактах, партнерах;
- проверка деловой репутации и платежеспособности контрагентов и партнеров;
- предотвращение угроз и противоправных действий со стороны недобросовестных конкурентов;
- проверка благонадежности персонала;
- защита конфиденциальной информации и др.

Выделим основные цели системы экономической безопасности:

- обеспечение высокого уровня эффективности финансовой деятельности, финансовой устойчивости и автономии компании;
- обеспечение технической автономии и достижение высокого уровня конкурентоспособности технологического потенциала производства, инвестиции;
- обеспечение высокой эффективности управления, эффективной и рациональной организационной структуры менеджмента компании;
- нейтрализация вредного воздействия результатов производственной деятельности на экологию и состояние окружающей среды;
- обеспечение квалификационной правовой защиты всех направлений деятельности компании;
- эффективная организация безопасности труда, активов, капитала валютных рисков, а также коммерческих интересов компании.

Основным фактором, который определяет состояние экономической безопасности, является обладание предприятием стойкими конкурентными преимуществами. Эти преимущества должны отвечать стратегическим целям предприятия.

Но мировая практика свидетельствует, что для обеспечения безопасной работы компании необходимо создание системы комплексной защиты.

Обеспечение экономической безопасности компании начинается с выбора между двумя стратегиями:

1. Создание собственной службы безопасности (СБ). Начинается с выбора ключевой фигуры – руководителя, которому можно доверить практически всю информацию о фирме, ее деятельности, сильных и слабых сторонах, возможностях и потенциальных угрозах.

Сосредоточение конфиденциальной информации в узком кругу внутренней СБ, т.е. в рамках своего предприятия, - это безусловный приоритет первой стратегии.

2. Передача функций обеспечения экономической безопасности предприятия в аутсорсинг. Обеспечение безопасности предприятия может осуществляться внешними организациями, профессионально специализирующимися в данной области, в форме абонентского обслуживания или оказания разовых услуг.

Результаты исследований. В результате многочисленные фирмы в России, а также агентства по предоставлению информационно-консультационных услуг в области безопасности бизнеса предлагают аутсорсинг по обеспечению ЭБ. В подавляющем большинстве – это предприятия, которые профессионально осуществляют физическую охрану объектов и личную охрану руководства, взаимодействуют с правоохранительными органами,

а также готовят различные информационные бизнес-справки о деловых партнерах и конкурентах, о положении в отдельных секторах рынка и регионах.

Однако из привлечения для комплексного обеспечения экономической безопасности содержит очень серьезную угрозу, связанную с возможной утечкой конфиденциальной информации. Чем больше внешних структур обслуживает предприятие, тем выше этот риск. Чем больше людей и организаций посвящены в дела компании, тем труднее контролировать защиту безопасности, и тем выше вероятность ее нежелательного распространения. В стремлении обеспечить частью которой является и защита информации, заказчик открывает свои секреты не одному партнеру, а нескольким. Такое сотрудничество – немногим менее рискованная ситуация, чем нелояльность или чрезмерная дороговизна собственной компетентной службы безопасности.

Известно, что именно соблюдение конфиденциальности является одним из уязвимых мест аутсорсинга. И хотя достоинств у этого механизма сотрудничества больше, чем недостатков, защита коммерческой тайны остается под вопросом, а снижение этого риска – одним из главных факторов успеха партнеров по аутсорсингу.

Выводы. Проблемами экономической безопасности предприятия являются возможная утечка информации, некачественное и не своевременное выполнение договоренностей партнерами в отношении предприятия, недостаточная квалификация работника для занимаемой им должности, негативное воздействие на предприятие со стороны конкурентов, ведение менее выгодной, чем конкуренты, ценовой политики, недобросовестное выполнение сотрудниками предприятия своих должностных обязанностей и др.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СУЩНОСТИ И МЕТОДИК БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ

Чернявая А.Л.¹, Замковая Е.А.²

¹ к.э.н., доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления
ФГА ОУ ВО «КФУ им.В.И.Вернадского»

² студентка кафедры экономики предприятия Института экономики и управления
ФГА ОУ ВО «КФУ им.В.И.Вернадского»
angelanna_07@mail.ru

Введение. В современных условиях каждое предприятие на начальных этапах развития и на протяжении всего жизненного цикла осуществляет планирование. Бизнес-планирование необходимо для определения объема выпуска продукции, определении спроса на продукцию (услуги), ее результативность на рынке и т.д. Разработка бизнес-планирования отчасти обеспечивает успешность бизнеса и достижение стабильности на конкурентном рынке. Однако основной проблемой изучения касательно бизнес-планирования, с которой сталкиваются ученые, остается вопрос выбора методики и усовершенствования общей организации бизнес-планирования проектов.

Цель и задачи исследований. Целью исследования является теоретический анализ сущности и особенностей методик бизнес-планирования.

Методика исследования – аналитическая.

Результат исследования. Бизнес-планирование является самостоятельным видом

деятельности и насчитывает большое разнообразие версий бизнес-планов: по форме, структуре, содержанию. Изучение методик бизнес-планирования позволяет преодолеть возникшие проблемы. Исследованиями бизнес-планирования занимались отечественные и зарубежные ученые. Среди них можно выделить: П.И. Орлова, В.Д. Жариков, Г.Г. Арунцянц, Р. Абрамс, Б. Форд, М. Розин.

Проанализировав определения многих ученых экономистов можно сформулировать, что бизнес-план – это документ, включающий в себя краткое, но содержательное описание будущего состояния бизнеса.

Бизнес-планирование выполняет несколько функций: при выборе и построении стратегии ведения бизнеса; при непосредственном планировании; при переориентации рынка сбыта продукции или производства товаров/услуг; при получении денежных ссуд и кредитов; в ситуациях когда возникает необходимость привлечения потенциальных партнеров; функцию сплочения сотрудников при составлении и реализации бизнес-плана (мотивация при достижении поставленной цели).

Бизнес-планирование на практике составляют для внешнего и внутреннего использования. При внешнем использовании бизнес-план разрабатывается для привлечения в бизнес инвесторов (с целью получения инвестиций, кредитов, создания стратегически конкурентоспособных союзов). Внутренний бизнес-план составляется при создании нового бизнеса либо в ситуации уже созданного и развивающегося бизнеса разработки нового направления развития (новых товаров, новых рынков и т.д.).

Структура бизнес-плана внутри фирмы определяется будущим предпринимателем, она может видоизменяться применительно к цели, для которой составляется бизнес-план.

В зависимости от назначения бизнес-планы подразделяются на бизнес-линии (услуги, технические решения, работы) и по предприятию в целом (новому или действующему, связанное с развитием или финансовым оздоровлением, касается всего предприятия или отдельного подразделения).

Бизнес-планирование осуществляет решение следующих задач:

- определяет направления деятельности предприятия, рынки сбыта и место на рынках;
- оценивает затраты входящие в изготовление и сбыт товара, с параллельной соизмеримостью с рыночными ценами (чтобы определить прибыльность товара);
- выявить необходимый вид мотивации для работников;
- просчитать риски которые могут возникнуть при реализации бизнес-плана.

В экономической теории существует три основных наиболее применяемых методики составления бизнес-плана. Это: методика ЕБРР (Европейский банк реконструкции и развития), KPMG и UNIDO (Организация объединенных наций по промышленному развитию). Каждая методика имеет свои особенности, дифференциацию. Структура и отличительные особенности методик бизнес-планирования представлены в таблице 1.

Таблица 1

Методики бизнес-планирования на предприятии

Методика UNIDO	Методика KPMG	Методика ЕБРР
Информационная составляющая бизнес-плана		
<ul style="list-style-type: none"> - описание образца нового товара; - оценка рынка сбыта; - описание потребителей товара; - оценка конкурентов 	<ul style="list-style-type: none"> - описание продукции и услуги; - разработка и создание сопутствующих товаров 	<ul style="list-style-type: none"> - история предприятия и его состояние на момент создания бизнес-плана; - сбор и использование информации о текущем состоянии деятельности предприятия
<ul style="list-style-type: none"> - анализ целей и стратегии маркетинга, его финансовое обеспечение 	<ul style="list-style-type: none"> - анализ необходимости продукта или услуги, анализ конкурентов, SWOT-анализ 	<ul style="list-style-type: none"> - анализ собственников, руководства, финансового состояния, кредиторских задолженностей
<ul style="list-style-type: none"> - кто будет изготавливать товар? - наличие необходимых мощностей; 	<ul style="list-style-type: none"> - целевой потребитель, ценообразование, стратегии продвижения рекламы, ее 	<ul style="list-style-type: none"> - общая информация о проекте, описание производственного процесса

- описание процесса производства	распространения	
Отличительные особенности методик		
- организационно-правовая форма собственности; - сведения о партнерах; - трудовые ресурсы; - члены руководства	- организация и ключевой персонал; - затраты на подготовку производства	- инвестиционный план проекта; - анализ рынка; - финансовый план; - экологическая оценка
- план доходов и расходов; - график денежных поступлений и выплат	- себестоимость, анализ безубыточности; - доходы и убытки; - риски и меры их снижения	- графики получения и погашения кредитов; - залог и поручительство; - риски и меры их снижения
Последовательность применения методики		
- исходные данные и условия; - анализ рынка мощностей предприятия; - проектно-конструкторская документация; - организация предприятия и накладные расходы; - трудовые ресурсы; - планирование сроков осуществления проекта; - финансово-экономическая оценка проекта	- резюме (цели, задачи, краткий обзор); - продукция и услуги; - анализ рынка и отрасли (SWOT-анализ); - целевые рынки (целевые потребители, ценообразование); - стратегии рекламы и продвижения; - управление; - финансовый анализ	- меморандум о конфиденциальности; - резюме; - история предприятия, описание текущей деятельности и т.д.; - проект (инвестиционный план, финансовый план, экологическая оценка, производственный процесс); - финансирование (графики погашения кредитных средств, SWOT-анализ, риски и мероприятия по их снижению)

Учитывая вышеизложенное, можно утверждать, что при разработке бизнес-плана выбор определенной методики основывается в зависимости от целей, имеющейся информационной базы и способов достижения потенциального результата.

Выводы. Подводя итог, отметим, что каждый бизнес-план индивидуален, при этом существуют разные методики для его разработки. А выбор методики бизнес-планирования напрямую зависит от внешних и внутренних факторов. Также, используя какую-либо методику, предприятия вносят в них определенные дополнения и нововведения, повышая тем самым конкурентоспособность.

ОПТИМИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ С ПОМОЩЬЮ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

Круликовский А.П.¹, Горб Е.О.²

¹ к.ф.-м.н., доцент кафедры бизнес-информатики и математического моделирования
института экономики и управления КФУ

² студентка кафедры бизнес-информатики и математического моделирования института
экономики и управления КФУ

anat03385@ukr.net

Введение. Конкурентоспособность организации для современного руководителя является одной из приоритетных целей в достижении прибыльного производства и роста инвестиционной привлекательности компании. Главным и самым действенным способом достижения такой задачи является эффективное управление материальными, финансовыми, трудовыми и другими ресурсами предприятия. Этот процесс подразумевает необходимость

проведения регулярной политики по оптимизации бизнес-процессов, которую можно осуществлять с помощью инновационных технологий.

Цель работы – анализ применения искусственного интеллекта для оптимизации бизнес-процессов на предприятии.

Задачи:

-определение потенциальных отраслей экономики, активно использующих возможности искусственного интеллекта для оптимизации бизнес-процессов;

–изучение особенностей использования искусственного интеллекта в условиях российского бизнеса.

Результаты исследований. Для достижения наибольшей эффективности производственной деятельности необходимо регулярно модернизировать бизнес-процессы, автоматизируя их с помощью инновационных технологий, например, искусственного интеллекта (далее ИИ). ИИ – это механизм, который способен воспроизводить мыслительную деятельность человека, самообучаться, анализировать массивы данных и формировать на их основе оптимальные решения.

ИИ в современных компаниях является помощником в управлении рутинными процессами, что позволяет работнику концентрироваться на изучении сложных и творческих задач. Основное преимущество ИИ заключается в том, что он способен обучаться в процессе своей деятельности, не требуя постоянного контроля со стороны человека. Это позволяет полностью автоматизировать производство только с начальной настройкой системы, требующей участия человека. Кроме того, преимущество роботов перед человеком заключается в том, что они могут работать непрерывно вне зависимости от времени, при этом не уставая, не делая перерывы.

В промышленной сфере этот факт является важным для руководителя, так как уменьшается время производства, повышается качество продукции, а также снижаются издержки. Примером является компания «Газпром нефть», которая использует ИИ для того, чтобы отслеживать качество автомобильного топлива, сообщать об отклонениях и устранять неисправности. 250 тысяч датчиков с разных подразделений отправляют информацию о состоянии производства, а машина анализирует примерно 180 тысяч полученных сигналов в секунду. Сотруднику пришлось бы потратить на это около недели.

Немаловажным фактором является также то, что ИИ позволяет извлекать максимальную пользу из анализируемых данных, обеспечивая конкурентоспособное преимущество компании в условиях рыночной экономики. ИИ в финансовой отрасли позволяет применять данное преимущество с целью повышения качества обслуживания клиентов. В банках такая технология используется в различных направлениях, начиная от внедрения чат-ботов, заканчивая анализом рынков ценных бумаг. Однако, первостепенной задачей является автоматизация таких процессов, как проверка документов потенциального заемщика, внесение данных в базу, анализ информации. Эти операции занимают у рядового сотрудника банка огромное количество рабочего времени, соответственно увеличивается время предоставления услуги. В настоящее время активно применяя ИИ в компаниях, подобные процедуры выполняются машиной в несколько раз быстрее, что позволяет снижать затраты, не ухудшая при этом качество услуг. В Российские банки технология ИИ внедряется довольно активно и по прогнозам компании Accenture она станет основным инструментом взаимодействия с клиентами к 2020 году у 76 % крупных банков. На данный момент одним из таких банков является ВТБ, который использует автоматическую обработку клиентской информации, что в 2,5 раза быстрее, чем ручная обработка. По прогнозам ВТБ такая технология сэкономит им в ближайшие несколько лет до 276 млн. руб.

ИИ влияет не только на деятельность компаний, но и на потребительские предпочтения. Вместе с технологическим процессом растут и желания клиента, которые необходимо качественно удовлетворять. Это означает, что сфера услуг должна также модернизироваться в соответствии с потребностями рынка. Основным направлением является индивидуализация предложений для каждого клиента согласно его субъективным желаниям и особенностями.

Туристический бизнес представляет собой наглядный пример того, насколько специализированным может быть предложение для конкретного клиента. Раньше для подбора путевки необходимо было договариваться в офисе непосредственно с туроператором, что могло занимать большое количество времени. Сейчас же, с помощью таких сервисов, как, например, Aviasales, это стало намного доступнее. Aviasales использует алгоритм машинного обучения, который позволяет на основе пожеланий клиента формировать предложение, которое максимально удовлетворяет его потребности при покупке билета.

Несмотря на перечисленные преимущества внедрения ИИ для оптимизации бизнес-процессов в разных сферах деятельности человека, можно говорить и о минусах данной технологии:

– незначительная ошибка в программе или ошибка в действии самой машины может привести к технологической катастрофе на производстве;

– автоматизация множества бизнес-процессов приводит к тому, что некоторые профессии становятся бесполезными, соответственно сокращаются рабочие места и растет уровень безработицы.

Однако, эти недостатки являются незначительными по сравнению с преимуществами, поэтому использование ИИ в различных областях деятельности человека с каждым годом будет только возрастать. Согласно прогнозам компании Accenture, доход предприятий, активно инвестирующих в применение ИИ, к 2022 году вырастет на 38 % по сравнению с 2018 г.

Выводы. Согласно задачам, поставленным в работе, были определены потенциальные отрасли экономики, активно внедряющие технологию ИИ, выделены несколько российских компаний, в которых применение ИИ является оптимальным способом автоматизации бизнес-процессов, что позволяет сократить затраты на производство товара или предоставление услуги, а также повысить качество и минимизировать дефекты готовой продукции.

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Цветкова И.И.

к.э.н., доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления КФУ

Введение. Формирование механизма управления рисками является важным условием успешного функционирования и развития отечественных предприятий в конкурентной борьбе на внутреннем и внешнем рынках. Стабильное развитие является управляемым и обеспечивается на предприятии с помощью наиболее рационального использования трудовых, финансовых, информационных, технико-технологических и других ресурсов предприятия и эффективного управления.

Управление рисками является одной из перспективных функций управления, направленных на стабилизацию деятельности предприятия. Для реализации данной функции целесообразно разработать на предприятии механизм управления рисками и обеспечить его внедрение в практическую деятельность.

Целью работы является формирование концептуальных положений разработки механизма управления рисками на предприятии.

Результаты исследований. На наш взгляд, данный механизм должен включать не только процесс управления рисками, но и учитывать влияние факторов внешней и внутренней среды, прохождения процедуры согласования и принятия соответствующих управленческих решений, а также функциональное обеспечение (ресурсное, правовое, методическое и т.д.).

Последовательность разработки механизма управления рисками на предприятии предлагается следующая:

- определение особенностей формирования механизма;
- выбор методики анализа внутренней и внешней среды;
- анализ факторов влияния внутренней и внешней среды;
- выбор методики оценки рисков предприятия;
- качественный и количественный анализ рисков;
- формирование целей и задач управления рисками;
- принятие решения о централизованном или децентрализованном управлении рисками;
- обоснование комплекса элементов, обеспечивающих механизм и оценку эффективности его функционирования;
- планирование функционального обеспечения реализации механизма управления рисками;
- разработка организационно-методического обеспечения механизма;
- реализация выбранных методов управления рисками;
- контроль эффективности механизма;
- корректировка механизма;
- оптимизация процесса управления рисками на предприятии.

Определение особенностей формирования механизма управления рисками на предприятии предусматривает определение цели его функционирования, объектов и субъектов управления рисками. Цель управления рисками любого предприятия состоит, как правило, в обеспечении стабильного функционирования предприятия и достижения им плановых показателей в условиях постоянной неопределенности и рискованных ситуаций. Субъектами управления рисками является администрация, руководители и специалисты функциональных подразделений, а также риск-менеджер (при наличии). Объектами управления являются все подсистемы предприятия.

Механизм управления рисками как составная часть механизма управления предприятием, характеризуется чертами, свойственными для других механизмов, которые определяют эффективность работы предприятия. Именно поэтому структура механизма состоит из следующих элементов, использование которых, по нашему мнению, обеспечит достижение поставленной цели: принципы управления рисками (целенаправленность, системность, полнота, универсальность, открытость, возможность оперативного реагирования, эффективность), рычаги управления рисками (цена, прибыль, налоги, виды и ставки кредитов, размеры страховых платежей, санкции, материальные стимулы), методы управления рисками (планирование, прогнозирование, регулирование, ценообразование, стимулирование труда, анализ, учет и контроль), ресурсное обеспечение (материально-техническое, финансовое, информационное, кадровое).

Механизм управления рисками в системе управления производственным предприятием должен отвечать следующим требованиям:

- обеспечивать оперативную реакцию на изменения внешней и внутренней среды предприятия, которые могут привести к возникновению риска;
- реагировать на реальные риски, включать наиболее широкий анализ факторов риска, сводя неопределенность к минимуму;
- управляющая подсистема должна взаимодействовать со всеми структурными подразделениями предприятия;
- осуществлять эффективное снижение негативного влияния риска или его предотвращения;
- непрерывно функционировать.

В реализации механизма управления рисками решающая роль принадлежит высшему руководству предприятия, которому необходимо осуществить следующие мероприятия:

1. Иметь план реализации механизма управления рисками в виде целевых установок и фиксированной достижения каждой цели.

2. Довести до работников предприятия цели, механизм и план управления рисками. Это позволит достичь понимания работниками не только того, чем занимается предприятие, но и неформально вовлечь их в процесс реализации стратегии.

3. Установить индивидуальную ответственность за управление рисками. Ответственные за риск-менеджмент лица должны иметь соответствующую подготовку, полномочия и возможности для эффективного управления рисками.

4. Осуществить мотивацию работников к эффективному выполнению запланированных задач и принятых решений, направленных на достижение целей управления рисками.

5. Обеспечивать поступление всех необходимых ресурсов.

Заключение. Внедрить механизм управления рисками в действие, ожидая от него положительной отдачи, возможно путем разработки и реализации эффективной стратегии управления рисками, которая позволит существенно снизить вероятность потери стабильности при осуществлении процесса развития, оптимизировать затраты на развитие и повысит общую эффективность управления предприятием.

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ И СОПУТСТВУЮЩИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ РИСКИ

Антонова А.А.¹, Хмеленко П.С.²

¹доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления КФУ

²обучающийся первого курса магистратуры кафедры менеджмента ИЭУ КФУ

Введение. Гражданский кодекс Российской Федерации определяет риск в качестве признака предпринимательской деятельности, подразумевающего принятие и несение соответствующим предпринимателем всех возможных неблагоприятных последствий своей хозяйственной деятельности. При этом характеристика, объём и структура предпринимательских рисков находится в прямой взаимосвязи с избранной предпринимателем организационно-правовой формой хозяйствования. Соответственно выбор последней определяет формализованные правила деятельности организации, её гибкость и адаптивность, влияет на построение внутренних взаимосвязей, распределение прав и обязанностей как между работниками, так и между учредителями. Таким образом, организационно-правовая форма собственности с учётом вышеперечисленных особенностей косвенно влияет на эффективность работы организации с учётом сопутствующих предпринимательских рисков.

Целью данной работы является характеристика существующих предпринимательских рисков, а также обоснование перспективных направлений по их снижению предприятиями различных организационно-правовых форм собственности.

Методика исследования. В качестве основных приёмов и способов исследования в контексте системного подхода использованы сравнение, детализация и обобщение результатов анализа с учётом взаимосвязи финансово-хозяйственной деятельности с её организационно-правовыми условиями осуществления.

Результаты исследований. Целью выбора определённой организационно-правовой формы хозяйствования для субъектов предпринимательской деятельности является обеспечение максимального соответствия целям, задачам и условиям функционирования конкретного объекта управления. В последующем от принятого решения зависит как система

налогообложения, процедура оформления учредительных документов, так и возможность управления предпринимательскими рисками в целом.

В реалиях Российской Федерации к наиболее распространённым формам бизнеса в рамках малых и средних по размерам предприятий относят общества с ограниченной ответственностью и индивидуальное предпринимательство. При этом с целью снижения уровня рискованности хозяйственной деятельности зачастую отечественные предприниматели делают выбор в пользу регистрации предприятия в форме общества с ограниченной ответственностью. Как отмечено в Гражданском кодексе, если в случае индивидуального предпринимательства гражданин отвечает в рамках своих обязательств всем принадлежащим ему имуществом, то в случае обществ с ограниченной ответственностью его участники несут ответственность только в пределах доли в уставном капитале. Таким образом, основным мотивом предпринимателей при выборе организационно-правовых форм хозяйствования выступает не налаживание взаимовыгодных партнёрских взаимоотношений участников, а уход от потенциальных финансовых рисков.

Однако, в данном случае при разработке системы управления предпринимательскими рисками не учитываются важные особенности практической реализации законодательно установленных норм гражданского права. Действительно, если организация платежеспособна, вовремя рассчитывается с кредиторами и поставщиками, не имеет налоговых недоимок и завершает свой жизненный цикл через ликвидацию, то собственник не привлекается к оплате счетов фирмы. Однако, ограниченная ответственность общества действует лишь в период функционирования фирмы, а в случае признания юридического лица банкротом и начала процесса ликвидации, распространена практика привлечения участников общества к дополнительной или субсидиарной ответственности. Таким образом, понятие ограниченной ответственности в пределах уставного капитала имеет отношение только к самой организации, но не к участникам общества. Последние могут быть привлечены к неограниченной субсидиарной ответственности, погашаемой, в том числе, за счет личного имущества.

В то же время для предпринимателей, выбравших в качестве организационно-правовой формы хозяйствования общество с ограниченной ответственностью, весомым вкладом в эффективное функционирование системы управления рисками является грамотный юридический подход к составлению учредительного договора и устава общества. Снижение рисков рейдерских захватов и возникновения конфликтных ситуаций между собственниками обеспечиваются заранее внесенные и строго регламентированные в учредительных документах ряд основных положений. В частности, имеются в виду так называемые вопросы «входа» и «выхода» участников общества, наследования долей, их продажи третьим лицам, строго регламентированные обязанности и права участников общества и др.

Не менее важным вопросом снижения уровня организационных рисков является целесообразный выбор системы налогообложения. Так, имеет место существенная взаимосвязь между принятой организационно-правовой формой собственности предприятия и используемой в практике хозяйствования системой налогообложения. Так, Налоговый кодекс Российской Федерации определяет объект, базу, ставку и период налогообложения, допустимую численность персонала и уровень доходов, остаточную стоимость основных производственных фондов и возможную долю участия других организаций. Необоснованно выбранная система налогообложения резко снижает эффективность бизнеса, подвергает предприятие любой организационно-правовой формы собственности значительным финансовым рискам, вплоть до возможности банкротства.

Заключение. Предпринимательские риски оказывают существенное воздействие на возможности развития любой организации вне зависимости от вида деятельности и формы собственности. При этом в общей системе управления рисками решающее значение отводится эффективному использованию специфических особенностей законодательного регулирования деятельности предприятий определённых организационно-правовых форм хозяйствования.

ВЫБОР ПРЕДПРИЯТИЕМ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ СЛУЖБЫ УПРАВЛЕНИЯ

Приходько К.М.¹, Троян И.А.²

¹Магистрант 2-ого года обучения, направления подготовки 38.04.01 Экономика, кафедра экономической теории

²к.э.н., доцент кафедры экономической теории

Институт экономики и управления (структурное подразделение)
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского»

Введение. Управление - это особый интеллектуальный вид деятельности, в котором занято огромное количество людей, вооруженных современным компьютерным и организационным оборудованием. Эффективное управление организацией является одним из факторов трансформации экономики, благодаря которому реализуется действие объективных законов функционирования рынка; это организационное начало всей системы факторов радикальной реформы управления экономикой.

Ключевой проблемой в организации управления является выбор оптимальной структуры системы управления (организационная структура). Зная структуру, можно целенаправленно влиять на состав и содержание отдельных элементов системы управления, приводя ее в соответствие с меняющимися условиями производства.

Цель работы: обосновать выбор организационной структуры. **Задачи:** определить виды организационной структуры, выявить факторы, которые оказывают влияние на данный выбор, дать рекомендации по ее совершенствованию. Актуальность данного исследования заключается в изучении особенностей выбора и развития современных организационных структур.

Результаты исследования. Организационная структура является одним из основных элементов управления организацией, который характеризуется распределением управленческих целей и задач между отделами и работниками в организации. Структура управления представляет собой комбинацию всех элементов и звеньев системы управления, а также постоянных отношений, установленных между ними. Определены технологии управленческой деятельности, процессы разделения и кооперации труда в сфере управления, выражена последовательность внедрения процедур управления. Также она связывает структуру и функции управления. Организационная структура управления определяет координацию и подчиненность деятельности производственных подразделений и организации служб управления, представляет собой совокупность отдельных звеньев в своих отношениях и подчиненных, которые выполняют различные функции управления.

Прежде всего, организационная структура управления определяется структурно-производственной организацией. В то же время это связано с изменениями в производстве, а также с трудностями, связанными с созданием необоснованных мастерских, секций и сервисов. Организационная структура руководящего органа является единственной единицей,

которая предназначена для выполнения определенных функций управления организацией, подчинена и взаимосвязана с другими единицами.

Типы и параметры организационной структуры зависят от многих факторов и определяются размером организации, видом деятельности, типом и характером производства, уровнем внутренней производственной специализации и кооперации, сложностью и характером продукции. К наиболее весомым детерминантам можно отнести размеры компаний и количество осуществляемых ими видов деятельности, внешнюю и внутреннюю среду, масштабы управляемости, технологии, организационную и национальную культуру, человеческие ресурсы, экономические факторы. В теории западного менеджмента можно выделить три группы факторов, которые влияют на выбор конкретной структуры фирмой (корпорацией). Первая группа включает в себя следующие характеристики управления в компании: формализация стандартов управляемости (сфера контроля), сложность, централизация. Вторую группу факторов, влияющих на структуру, и, соответственно, ее выбор, мы произвольно называем общими факторами. По отношению к первому они в какой-то степени являются внешними или выходными. Они определяют первоначальный выбор структуры. Это стратегия компании, тип продукта или технологии, внешняя среда, размер организации. В третью группу входят характеристики «управление и власть» и «компьютеризация информационных процессов».

Выводы. На основе проведенного исследования видов организационной структуры, результат выбора структуры управления должен базироваться на следующих принципах: стратегической направленности, системности, сочетания централизации и децентрализации управления, сочетания интеграции и кооперации в процессе взаимодействия структурных подразделений, эффективности принятия управленческих решений, оптимизации затрат.

Основной задачей менеджера является выбор структуры управления, которая наилучшим образом соответствует целям и задачам организации, а также быстро адаптируется к внешней и внутренней среде. «Оптимальная» - это структура, которая позволяет организации эффективно взаимодействовать с внешней средой, эффективно и целенаправленно распределять, и направлять усилия своих сотрудников, удовлетворяя потребности клиентов и достигая их целей с высокой эффективностью. Поскольку целью организационной структуры является обеспечение того, чтобы организация сталкивалась с поставленными задачами, структура должна основываться на стратегических планах организации.

Согласно классической теории организации, ее организационная структура должна проектироваться (развиваться) сверху вниз. В целом последовательность развития организационной структуры аналогична последовательности элементов процесса планирования. Сначала руководители должны разделить организацию на широкие области, а затем поставить конкретные задачи. Последовательность действий для проектирования организационной структуры следующая:

- горизонтальное разделение организации на широкие блоки, соответствующие важным направлениям деятельности для реализации стратегии;
- установление соотношения полномочий различных должностей. В то же время руководство устанавливает цели групп и, при необходимости, осуществляет дальнейшее разделение на более мелкие организационные единицы для эффективного обеспечения специализации, а также для предотвращения перегрузки управленческой команды;
- определение должностных обязанностей как совокупности различных задач и функций и их назначение конкретным лицам.

Важно понимать, что созданная организационная структура не всегда постоянна. Поскольку организационные структуры основаны на планах, значительные изменения в планах могут потребовать соответствующих изменений в структуре.

Список использованной литературы

1. Жемчугов А.М., Жемчугов М.К. Развитие организации / Проблемы экономики и менеджмента. – 2016. – № 11. – С. 3-29
2. Прушакевич И.И. Организационная структура современного предприятия / Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2016. – № 10-1. – С. 218-226
3. Качанова А.А., Аверченкова В.П. Управление инновациями в организации // Naukarastudent.ru. – 2015. – №. 03 (15) / [Электронный ресурс] – URL: <http://naukarastudent.ru/15/2490/>
4. Селиванов И. Топ-50 инновационных компаний мира / По материалам bcgperspectives.com [Электронный ресурс]. URL: <http://1tmn.ru/ratings/world-ratings/top-50-innovacionnykh-kompanijj-mira4140006.html>

ХАРАКТЕРИСТИКА СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Ошовская Н.В.¹, Бородкина Н.С.²

¹к.э.н., доц., доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»

²студентка Института экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»
borodkina_natashenka@mail.ru

Аннотация: в статье раскрыты понятие и сущность стратегического управления, а также факторы, оказывающие влияние на стратегическое управление предприятием.

Ключевые слова: стратегическое управление, экономическая деятельность предприятия, государственное управление, предприятие, социально-экономическое устройство.

Актуальность данной статьи состоит в том, что с целью эффективной разработки стратегии предприятию необходимо оценивать потенциал, перспективы развития и определять влияние внешней и внутренней среды на эффективность его функционирования. При этом для формирования стратегии предприятия необходимым является анализ многих факторов, взаимодействие которых различно для каждой отрасли.

Целью работы является характеристика стратегии управления предприятием.

Отметим, что приоритетным направлением совершенствования системы управления в организации является эффективное взаимодействие стратегического и оперативного управления путём формирования устройства их взаимодействия, направляющего оперативное управление на решение стратегических целей и задач.

Понятие «стратегическое управление» было сформулировано на стыке 60-70х годов XX века, основополагающим фактором которого является, управление организацией, которое опирается на человеческие ресурсы, направляет производственную деятельность на запросы потребителей, осуществляет регулирование и своевременные изменения в предприятия, которые отвечают вызову со стороны окружения и которые позволяют достигнуть конкурентных достоинств, что в итоге предоставляет возможность предприятию выживать в долгосрочной перспективе, достигая при этом собственные задачи [6].

Альфред Чандлер в своей работе «Стратегия и структура» считал, что «Стратегия должна определять долгосрочные цели предприятия, а также намечать действия и размещать необходимые для решения задач ресурсы[2]».

В работе американского исследователя Рассела Акоффа отмечено, что «стратегия представляет собой просто системный подход, обеспечивающий сбалансированность и общее направление роста[3]».

Виханский О.С. рассматривает стратегическое управление как «деятельность высшего руководства по управлению организацией в конкурентной рыночной среде[1]».

Ансофф И.М. определяет стратегию управления как «набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности[4]».

По мнению Д. Хангера: «Стратегия – это развёрнутый и всесторонний план, показывающий, как корпорация добьётся выполнения своей миссии и целей[5]».

Таким образом возможно утверждать, что стратегия – это планирование дальнейшей работы для прогнозирования будущих проблем и возможностей с целью снижения рисков при принятии решений и создания плана работы на длительный срок с дальнейшей перспективой улучшения положения предприятия на рынке.

Далее рассмотрим факторы, оказывающие влияние на стратегию управления предприятием. В качестве основных факторов, оказывающих влияние на стратегию управления предприятием, целесообразно выделять [7]:

1. Государственный фактор – государство оказывает на предприятие прямое и косвенное воздействие. Прямое воздействие выступает в виде разработки законодательных актов в которых прописаны обязанности, правила, запреты для проведения определённой экономической политики. Государственное вмешательство в экономическую деятельность предприятия является необходимым и правомерным шагом для достижения баланса между интересами общества и законным интересам предприятия. Косвенное воздействие происходит путём разработки налоговой системы, государственную собственность и государственный бюджет.

2. Социальный фактор – социальный фактор очень важен для реализации социально устойчивого роста. Социальный фактор включает в себя социальные потребности и запросы, определяющие жизнедеятельность сотрудников предприятия, а также вопросы, связанные с общественной жизнью региона, где расположено предприятие.

3. Внешнеэкономические факторы – нужно оценивать, как экономическое состояние государства оказывает влияние на текущие задачи предприятия и способы их достижения. Темпы инфляции, международный платёжный баланс, уровень безработицы - все эти факторы в итоге представляют либо угрозу, либо возможности развития для организации.

4. Внешнеполитические условия. К ним можно отнести государственное устройство и государственную политику, в том числе внешнюю и внутреннюю. От того как устроена политическая система в государстве зависит влияние государственной политики на деловую активность субъектов предпринимательства: она может поспособствовать их развитию или создать трудности для них.

Таким образом, можно сделать вывод, что стратегическое управление в системе менеджмента представляет собой комплекс принципов деятельности организации и ее отношений с внешней и внутренней средой, перспективных целей организации, а также соответствующих решений по выбору инструментов достижения этих целей и ориентации деловой активности организации.

УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ КАК НАПРАВЛЕНИЕ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СТРУКТУРЫ

Ольховая Г.В.¹, Стаховская Т.В.²,

*¹доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»*

*²обучающийся второго курса магистратуры кафедры экономики предприятия
Института экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»*

GalinaBoyko2006@yandex.ru

Введение. В основе современной экономики лежит предпринимательская деятельность, и уровень ее организации во многом определяет степень развития экономической системы на различных уровнях. Предпринимательскую деятельность осуществляют предпринимательские структуры, от динамики развития которых зависит темп экономического роста, уровень занятости населения, структура общественного производства и ряд социальных аспектов. В результате проблема направлений повышения эффективности предпринимательской структуры не теряет актуальности.

Целью исследования является обоснование роли управления затратами в повышении эффективности деятельности предпринимательской структуры. Для достижения цели использовались общенаучные методы исследования.

Результаты исследований. Управление затратами – это категория, которая стала относительно недавно использоваться в теории и практике отечественного предпринимательства. Однако подходов к ее определению сложилось достаточно много. Хаиров Б.Г. рассматривает управление затратами как подсистему управленческого учета; Лебедев В.Г., Низовкина Н.Г. – как совокупность функций управленческого цикла («прогнозирование, планирование, организация, координация, регулирование, стимулирование, учет и анализ»), которые призваны повысить эффективность использования ресурсов предпринимательской структуры. Ибрагимов Г.М., Жукова Е.А. рассматривают управление затратами как управленческую деятельность, ориентированную на достижение целей организации. Управление затратами как деятельность, направленная на экономию, рациональное использование ресурсов трактуется в работах Сулоева С.Б., Руденко И.В. Еще один подход используется в трудах Кузьминой М.С., Сынкova И.А.: управление затратами рассматривается как процесс целенаправленного формирования затрат.

Несмотря на дискуссионность определения места управления затратами в системе управления, несомненным является тот факт, что все виды деятельности организации в прошлом, настоящем и будущем времени могут быть выражены в показателях затрат. Поэтому контроль затрат и умение управлять ими для достижения целей является ключевой компетенцией, которая способна повысить эффективность деятельности предпринимательской структуры, обеспечить ей тактические и стратегические конкурентные преимущества.

В режиме нормального функционирования управление затратами должно осуществляться непрерывно на всех стадиях жизненного цикла организации и ее продуктов, направляться на оптимизацию затрат и достижение стратегических целей – повышение потребительской ценности предлагаемых рынку товаров и услуг, создание новых источников дохода, рост стоимости бизнеса. Управление затратами при этом фокусируется и на внутренних и на внешних факторах среды, которые формируют конкурентную позицию.

В ситуации кризиса управление затратами направлено на их сокращение и достижение краткосрочных целей – сохранение функциональности и обеспечение определенного уровня рентабельности бизнеса. В фокусе специалистов по управлению затратами находятся преимущественно факторы внутренней среды, влияющие на технико-экономические характеристики организации и ее продуктов. Таким образом, в рамках управления затратами можно говорить об их сокращении (реактивный подход) и оптимизации (проактивный подход). Систематизируем отличительные черты этих моделей в таблице 1.

Таблица 1 – Модели управления затратами

Критерии	Сокращение затрат	Оптимизация затрат
Цели	Краткосрочные тактические цели – повышение рентабельности, снижение дефицита финансовых ресурсов, сохранение функциональности	Долгосрочные стратегические цели – создание новых источников дохода, повышение потребительской ценности товаров и услуг и стоимости бизнеса

Мотивы	Реактивные – подчиненность внешним факторам, ответная реакция на неблагоприятные экономические условия	Проактивные – моделирование будущего, инициирование изменений для упреждающего развития по отношению к динамике рыночной среды
Объект	Центры ответственности (места возникновения затрат)	Цепочка ценностей
Характер действий	Временные меры для поддержания бизнеса в сложный период	Непрерывный процесс
Источники	– снижение деловой активности; – сокращение расходов на оплату труда (увольнение персонала; отказ от премий; сокращение социального пакета, переход на неполный рабочий день и пр.); – сокращение накладных расходов; – модернизация основных фондов	– повышение производительности труда и эффективности использования производственных мощностей; – сокращение потерь; – оптимизация организационной структуры; – аутсорсинг; – рационализация бизнес-портфеля; – стандартизация и унификация; – автоматизация; – избирательное сокращение затрат
Потенциал	Либо дестабилизация бизнеса в будущем, невозможность достижения стратегических целей, либо выявление зон потерь, источников сбережения затрат и роста эффективности	Устойчивое развитие предпринимательской структуры, инвестиции в будущее

Ключевыми функциями управления затратами являются проектирование (планирование) и контроль. Объектами управления являются ресурсы, процессы и продукты организации. Именно они в общих чертах описывают процесс создания потребительской ценности и в совокупности с поставщиками и потребителями формируют бизнес-модель функционирования предпринимательской структуры. Отправной точкой реактивного управления затратами являются ресурсы. Манипулирование объемами их потребления обеспечивает достижение краткосрочных тактических целей. Продукты и процессы непосредственно влияют на потребление ресурсов, однако в краткосрочном периоде их изменить сложно, поэтому они становятся объектами проактивного управления затратами.

Заключение. Затраты ограничивают размер прибыли, влияют на объем предложения, играют важную роль в процессе ценообразования и оценки экономической эффективности деятельности. В условиях перенасыщенности рынков, быстро изменяющегося спроса, качественное управление затратами может дать больший эффект нежели разработка новых продуктов или освоение новых рынков. Таким образом, управление затратами играет первостепенную роль при разработке мероприятий, направленных на повышение эффективности деятельности предпринимательской структуры.

ЗАДАЧИ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Роднова А.Е.¹, Ольховая Г.В.²

*¹обучающийся второго курса магистратуры кафедры экономики предприятия
Института экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»*

*²доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»*

rodnova_a_e@mail.ru

Введение. Управление человеческими ресурсами имеет стратегическое значение для любой организации, так как персонал обеспечивает успех организации и создает для нее конкурентное преимущество. В этом смысле предприятия энергетического комплекса не являются исключением. Основу управления человеческими ресурсами формирует кадровая политика, которая содержит руководящие принципы в отношении отбора, найма, продвижения, развития, мотивации и прочих действий, предпринимаемых в отношении персонала. Несмотря на процессы автоматизации производства и принятия управленческих решений, персонал остается ключевым звеном, обеспечивающим эффективное объединение и использование факторов производства. В этой связи проблемы формирования эффективной кадровой политики не теряют своей актуальности.

Целью исследования является выявление проблем и систематизация задач кадровой политики предприятий энергетического комплекса в условиях радикальных цифровых преобразований. Для достижения цели использовались общенаучные методы исследования.

Результаты исследований. Энергетическая отрасль для любого государства играет важную роль в экономической и социальной сфере. Российская Федерация стоит на четвертом месте среди энергетических рынков в мире по производству и потреблению электроэнергии после крупнейших стран, таких как Китай, Индия и США. По итогам 2018 года выработка электроэнергии в стране составила 1091,7 млрд кВт·ч, что на 1,7% превысило показатель 2017 года. Обеспечение электро-энергетической безопасности страны в целом и регионов в частности требует адекватного реагирования на внешние и внутренние вызовы, которыми в частности являются: необходимость снижения зависимости от иностранных технологий, повышения эффективности производства за счет энергосберегающих и цифровых технологий, необходимость модернизации отрасли в связи с высоким износом и, соответственно, аварийностью основных производственных фондов, необходимостью в дальнейшем развитии энергетической инфраструктуры.

Стоящие перед энергетическим комплексом задачи невозможно решить без соответствующего кадрового обеспечения. А так как в современной энергетической отрасли наблюдается острый дефицит высококвалифицированных кадров, обладающих широким спектром компетенций, умеющих ориентироваться в потоке поступающей информации, способных быстро и грамотно решать возникающие сложные задачи при постоянно изменяющихся условиях, проблема кадрового обеспечения выходит за рамки отдельных энергетических предприятий, и приобретает масштабы государственной.

Аналитики отмечают, что ключевыми причинами кадрового дефицита в отрасли являются «недостаточное число учебных заведений, осуществляющих подготовку специалистов в сфере энергетики; конкуренция со стороны других энергетических отраслей, которые являются более привлекательными по уровню заработной платы. Проблема количества кадров усугубляется их относительным старением: все больший удельный вес в структуре кадров отрасли занимает персонал пенсионного возраста, обновление кадрового состава происходит неудовлетворительно медленными темпами. Нехватка кадров ощущается на всех этапах - от проектирования до инжиниринга, монтажа и эксплуатации энергетических объектов. Согласно прогнозам дефицит персонала в энергетической отрасли в ближайшее время составит более 12 %. В том числе с начальным профессиональным образованием - 4,8 %; со средним профессиональным - 3,6 %; с высшим - 3,6 %».

Согласно энергетической стратегии Российской Федерации проблема кадрового обеспечения отрасли должна решаться комплексно на трех уровнях: государственном, уровне образовательных учреждений, уровне отдельных предприятий. Со стороны государственного

управления ключевыми задачами являются формирование профессиональных стандартов с учетом цифровизации отрасли, прогнозирование потребности в кадрах и формирование госзаказа на подготовку специалистов соответствующего профиля. Образовательные организации должны провести актуализацию программ подготовки кадров в тесной взаимосвязи с учреждениями науки и отраслевыми предприятиями. Ключевыми задачами кадровой политики отраслевых предприятий должны стать:

1) создание конкурентоспособных и безопасных условий осуществления трудовой деятельности через повышение привлекательности профессии с социальных и экономических позиций, снижение уровня аварийности и потенциальной опасности устройств и оборудования для жизни и здоровья обслуживающего персонала;

2) формирование моделей непрерывного развития персонала с учетом цифровой трансформации отрасли с целью подготовки персонала, способного управлять электросетевым хозяйством на базе цифровых технологий;

3) изменение корпоративной культуры в части ориентации на общий высокий конечный результат, непрерывное обучение, отношение к изменениям, новым стандартам качества и ключевым показателям эффективности.

Хотя в целом, состав элементов кадровой политики в части подбора, адаптации, обучения и развития, оценки, карьерного роста, мотивации сохраняется неизменным, цифровизация существенным образом меняет их содержание. В связи с появлением новых видов оборудования, подходов к проектированию и обслуживанию электрических сетей требуют изменений карта компетенций персонала, а соответственно, подходы к подбору, обучению, развитию персонала. Кардинального изменения требует система мотивации: в трансформационных условиях на первый план выходит потребность в повышении квалификации персонала, а значит персонал должен быть мотивирован на индивидуальное и групповое обучение, готов к совмещению профессий, изменению форматов взаимодействия, новым стандартам работы.

Выводы. Коренные изменения в энергетической сфере, вызванные разработкой и внедрением новых технологических решений, требуют радикальных преобразований кадровой политики энергетических предприятий. Стратегическими задачами кадровой политики в трансформационных условиях являются преодоление количественного дефицита кадров и развитие персонала с ориентацией на повышение уровня образования и квалификации, приобретение практических знаний и навыков, необходимых для перехода на цифровые технологии.

ЭФФЕКТИВНАЯ СИСТЕМА ПЛАНИРОВАНИЯ И КОНТРОЛЯ БИЗНЕС-ПРОЕКТА ФИРМЫ

Кирильчук С.П.¹, Ляшенко Д.А.²,

*¹заведующий кафедрой экономики предприятия Института экономики и управления
КФУ им. В.И. Вернадского*

*² студент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления
КФУ им. В.И. Вернадского
skir12@yandex.ru*

Введение. На практике только 5% бизнес-проектов реализуются в соответствии с первоначальными планами. Чем сложнее и технологичнее проект, тем чаще возникает необходимость перепланирования и тем большая нагрузка ложится на систему управления проектом фирмы на ее подсистемы планирования и контроля.

Кроме того, с течением времени могут измениться и потребности, для удовлетворения которых разрабатывался проект. Первоначальный план может оказаться несостоятельным из-за различных факторов, например из-за сдвига сроков начала проекта, пересмотра условий финансирования, изменения потребностей, неточного планирования зависимостей между работами, временных оценок и ресурсных ограничений для работ, задержки в передаче рабочей документации или отсутствия необходимого оборудования у подрядчиков, непредвиденных технических затруднений или изменения внешних условий.

Цель и задачи исследований. В этих условиях одним из важных средств реализации поставленных целей является контроль хода реализации бизнес-плана проекта. Контроль — это процесс, при помощи которого проект-менеджер, экономист определяет, правильны ли его плановые решения, как осуществляется проект (по времени, стоимости, ресурсам), не требуются ли корректировки плана его реализации.

Основной целью контроля бизнес-проекта фирмы является обеспечение выполнения плановых показателей и повышение общей эффективности функций планирования и контроля проекта.

Задача эффективной системы планирования и контроля проекта фирмы состоит в определении результатов деятельности фирмы на основе оценки и документирования фактических показателей выполнения работ и сравнения их с плановыми показателями.

Результаты исследований. Принципы построения эффективной системы контроля применяются для эффективного управления в рамках оперативного цикла бизнес-проекта фирмы, который требует проектирования, разработки и внедрения хорошо организованной системы контроля, необходимой для достижения непосредственной обратной связи. Посредством этой связи фактическое использование ресурсов может сравниваться с плановыми работами, установленными на стадии планирования. Существует несколько основных принципов построения эффективной системы планирования и контроля бизнес-проекта фирмы.

Наличие конкретных планов. Планы должны быть содержательны, четко структурированы и фиксированы, с тем чтобы обеспечивать основу для контроля. Если планы обновляются слишком часто и без применения процедур контроля за изменениями, контроль над проектом может быть потерян.

Наличие информативной системы отчетности. Отчеты должны отображать состояние проекта относительно исходных планов на основании единых подходов и критериев. Для обеспечения этого должны быть четко определены и достаточно просты процедуры подготовки и получения отчетов, а также установлены для всех видов отчетов четкие временные интервалы.

Результаты, представленные в отчетах, должны обсуждаться на совещаниях.

Наличие эффективной системы анализа фактических показателей и тенденций. В результате анализа собранных данных руководство бизнес-проекта фирмы должно определить, соответствует ли текущая ситуация запланированной, а если нет, то рассчитать размер и серьезность последствий отклонений. Двумя основными показателями для анализа являются время и стоимость. Для анализа тенденций в стоимостных и временных оценках работ проекта необходимо использовать специальные отчеты. Прогноз, например, может показать увеличение стоимости проекта или задержки по срокам. Однако часто отклонения во временных и стоимостных показателях оказывают также влияние на содержание предстоящих работ и качество результатов.

Наличие эффективной системы реагирования. Завершающим шагом процесса контроля бизнес-проекта фирмы являются действия, предпринимаемые руководством и направленные на преодоление отклонений в ходе работ проекта. Эти действия могут быть направлены на исправление выявленных недостатков и преодоление негативных тенденций в рамках проекта. Однако в ряде случаев может потребоваться пересмотр плана. Перепланирование требует проведения анализа "что, если...", обеспечивающего предсказание и расчет последствий от планируемых действий. От экономиста-менеджера зависит также убеждение и мотивация

команды проекта в необходимости тех или иных действий.

Процессы контроля проекта подразделяют на основные и вспомогательные:

- общий контроль изменений - координация изменений по проекту в целом;
- ведение отчетности по проекту - сбор и передача отчетной информации о ходе реализации проекта, включая отчеты о выполненных работах, о выполнении плановых показателей, прогноз с учетом имеющихся результатов;
- контроль изменений содержания - контроль за изменениями содержания проекта;
- контроль расписания - контроль за изменениями в расписании проекта;
- контроль затрат - контроль затрат по работам и изменений бюджета проекта.
- контроль качества - отслеживание конкретных результатов проекта для определения их соответствия установленным стандартам и принятие, необходимых мер по устранению причин, приводящих к нарушению качества;
- контроль риска - реагирование на изменение уровня риска в ходе реализации проекта.

Вывод. Процессы планирования и контроля бизнес-проекта фирмы тесно взаимосвязаны и могут быть представлены для эффективности как один интегрированный процесс, состоящий из выбранных процессов. Например, совместная реализация процессов ведения отчетности, контроля изменений содержания, контроля расписания и контроля затрат может быть представлена в виде трехэтапного процесс, а отслеживания фактического состояния работ, анализа результатов и измерения прогресса, и проведение корректирующих действий для достижения целей бизнес-проекта фирмы:

. отслеживание: сбор и документирование фактических данных; определение в официальных и неофициальных отчетах степени соответствия фактического выполнения запланированным показателям;

. анализ: оценка текущего состояния работ и сравнение достигнутых результатов с запланированными; определение причины и путей воздействия на отклонения от выполнения плана;

. корректировка: планирование и осуществление действий, направленных на выполнение работ в соответствии с планом, минимизацию неблагоприятных отклонений или получение преимуществ от возникновения благоприятных отклонений.

КОНТРОЛЬ ХОДА РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

Кирильчук С.П.¹, Липовая А.Д.²,

¹ *заведующий кафедрой экономики предприятия Института экономики и управления
КФУ им. В.И. Вернадского*

² *студентка кафедры экономики предприятия Института экономики и управления
КФУ им. В.И. Вернадского
skir12@yandex.ru*

Введение. Слово контроль, как и слово власть, прежде всего рождает отрицательные эмоции. Для многих оно означает ограничение, принуждение, отсутствие самостоятельности.

Вследствие такого устойчивого восприятия контроль относится к числу тех функций управления, сущность которых чаще всего понимается неправильно.

Сводить контроль к неким ограничениям, исключающим возможность действий, наносящих вред организации и заставляющих вести себя строго дисциплинированно, означало бы упустить важнейшую функцию управления - обеспечение поставленных целей проекта.

Цель и задачи исследований. В этих условиях одним из важных средств реализации

поставленных целей является контроль хода реализации проекта. Контроль — это процесс, при помощи которого проект-менеджер определяет, правильны ли его решения, как осуществляется проект (по времени, стоимости, ресурсам), не требуются ли корректировки.

Основной целью контроля проекта является обеспечение выполнения плановых показателей и повышение общей эффективности функций планирования и контроля проекта.

Задача контроля проекта состоит в определении результатов деятельности на основе оценки и документирования фактических показателей выполнения работ и сравнения их с плановыми показателями.

Результаты исследований. Контроль представляет процесс, в котором руководитель проекта устанавливает, достигаются ли поставленные цели, выявляет причины, дестабилизирующие ход работы, и обосновывает принятие управленческих решений, корректирующих выполнение заданий, прежде чем будет нанесен ущерб выполнению проекта (срыв сроков, превышение использование ресурсов, стоимости, низкое качество и т.д.).

Контроль дает возможность руководителю проекта определить, следует ли пересматривать планы, сметы, если некоторые параметры превысили допустимые значения.

На ход реализации проекта воздействуют множество как внешних, так и внутренних дестабилизирующих факторов. Это приводит к изменению расчетных параметров (временных и стоимостных).

Руководителям не всегда удается своевременно принимать меры по корректированию хода выполнения работ в связи с меняющимися условиями окружающей среды проекта и мотивировать подчиненных на достижение поставленных целей.

Система контроля проекта представляет собой часть общей системы управления проектом, между элементами (подсистемами) которой имеются обратные связи и возможность изменения ранее заданных показателей. То есть при любом нарушении хода выполнения проекта формируется ответное воздействие, направленное на уменьшение возникшего отклонения от плана с учетом изменений в окружающей среде.

В самой простой форме система управления с обратной связью может быть представлена в виде блок-схемы (рис.1).



Рисунок 1. Блок-схема контроля реализации проекта

Как видно из рис.1, система контроля имеет вход, выход и процесс исполнения проекта, который может соответствовать также любой части проекта, пакету работ, работе. Здесь подсистемы управления рассматриваются как компоненты некоторого контура регулирования, а процесс управления соответствует регулированию в кибернетическом смысле. Выходные показатели контролируются, сравниваются с некоторыми предварительно установленными настройками данного конкретного контура (вообще говоря, не с планами, сроками, ограничениями на ресурсы и т.д., а с некоторыми фиксированными параметрами типа температуры внутри помещения). Если они отличаются, то по цепи обратной связи формируется корректирующее воздействие, которое возвращается назад на вход системы для устранения возникших отклонений или корректировки входных параметров.

С точки зрения организационной структуры проекта совокупность процессов

управления представляется как иерархическая система нескольких контуров регулирования. Организационные подразделения при этом являются или регуляторами, или объектами регулирования либо и тем, и другим одновременно. Без учета внешних воздействий руководитель проекта в этом случае выполняет функции регулятора, подразделения-исполнители соответствуют объектам регулирования, а находящиеся между ними промежуточные организационные подразделения, выполняющие и управленческие, и исполнительские функции (например, подразделения, отвечающие за выполнение пакетов работ), являются одновременно и регуляторами, и объектами регулирования. Организационные подразделения связаны между собой информационными потоками, с которыми передается плановая и фактическая управленческая информация.

Обычно вследствие непредсказуемых изменений внешнего окружения проекта и непредвиденных обстоятельств в самой организации длительность выполнения проекта, фактическая стоимость, а иногда и технология выполнения работ, составляющая основу процесса, отличаются от запланированных.

Вывод. Требования к системе контроля вырабатываются до начала реализации проекта с участием всех заинтересованных сторон и определяют состав анализируемой информации, структуру отчетов и ответственность за сбор данных, анализ информации и принятие решений.

Для создания эффективной системы контроля необходимо:

- . тщательное планирование всех работ, выполнение которых необходимо для завершения проекта;
- . точная оценка времени, ресурсов и затрат;
- . учет фактического выполнения и затрат во временном разрезе;
- . периодическая переоценка времени и затрат, необходимых для выполнения оставшейся работы;
- . многократное, периодическое сравнение фактического выполнения и затрат с графиком и бюджетом.

СПОСОБЫ МОТИВАЦИИ ТВОРЧЕСКИХ КОЛЛЕКТИВОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Дементьев М.Ю.¹, Инкина А.С.²

¹доцент кафедры экономики предприятия ИЭиУ

² обучающаяся второго курса бакалавриата кафедры менеджмента ИЭиУ

Введение. Наличие эффективной системы мотивирования персонала способствует улучшению производительности труда, уменьшению текучести кадров, а также стабильной работе предприятия.

Для того чтобы построить эффективную систему мотивации сотрудников, в первую очередь следует выявить основное направление деятельности предприятия, затем выявить реальные потребности сотрудников, а после сформировать дифференцированную систему вознаграждения.

Стоит отметить, что мотивация – это психологическое состояние человека побуждающее его действовать определенным образом. Как известно в творческом коллективе куда сложнее организовать труд сотрудников, а также их мотивировать.

Целью данной работы является выявление эффективных способов мотивации творческого коллектива.

Результат исследования. Творческий коллектив подобен сложному механизму, поэтому к управлению творческим коллективом нужен творческий подход, представляющий

комплекс способов, которые помогут руководителю в мотивации, а также организации труда творческого коллектива.

Наличие гибкого графика (нефиксированного времени выхода на работу). Сотрудник может работать и в отдаленном доступе и в любое ему удобное время, но только с тем условием, что поставленные задачи должны быть выполнены. Руководитель может своим подчиненным обрисовать поставленную задачу, а также указать сроки на ее выполнение.

Возможность самореализации. Для людей с творческим направлением деятельности стоит давать шанс высказать свое мнение, сгенерировать идею, а также предложить варианты ее воплощения.

Традиционно, способы мотивации делятся на две большие группы: экономические (способы, которые повышают уровень жизни человека) и неэкономические (способы, которые направлены на самовыражение и признание сотрудника на предприятии). В творческом коллективе более эффективным будет являться неэкономический способ мотивации, а именно моральный, где сотрудник будет нацелен получить личное или публичное признание, похвалу за совершенный труд, так как сотрудники данного направления деятельности в большей степени нуждаются в поддержке как на эмоциональном, так и на психологическом уровнях.

При работе с творческим коллективом следует устанавливать дедлайн (предельный срок к которому должна быть выполнена задача) иначе есть шанс, что поставленная задача может быть не выполнена в назначенные сроки. При этом обязательно стоит оставлять запас времени на случай форс-мажорной ситуации, так как творческая личность не предсказуема. Работнику нужно прописать четкую инструкцию обязав его придерживаться сроков; контролировать успевают ли сотрудник выполнить свою работу к дедлайну. Можно позволить сотруднику передать свою работу в том случае если он загружен другими проектами. Данный метод позволяет сотруднику работать в спокойном эмоциональном состоянии, не опасаясь, что его могут уволить в случае отклонения от графика.

Работа творческого коллектива непосредственно зависит от обстановки, в которой ему приходится трудиться. Постоянный контроль и соблюдение строгих установок и правил могут демотивировать персонал. Для них важна свобода действий и свобода общения. Руководителю будет проще контролировать действия персонала, если у них будет присутствовать неформальное отношение. Руководитель может для сближения со своими сотрудниками выполнить незначительные действия, такие как дарение подарков, поздравление с праздниками, что поможет им стать более «открытыми» и генерировать лучше идеи.

Сотрудникам творческого коллектива необходимы различные мероприятия для сплочения коллектива и отдыха, например: тренинги, активный отдых, совместные поездки, корпоративы, которые позволят коллективу сплотиться и эффективно работать над поставленными задачами вместе.

Заключение. Наиболее эффективными с позиции руководства и приемлемыми для работников считаем следующие шесть способов мотивации творческого коллектива:

1. Наличие гибкого рабочего графика;
2. Возможность самореализации;
3. Применение неэкономического способа мотивации;
4. Установление дедлайна;
5. Наличие неформального общения;
6. Организация мероприятий по сплочению коллектива.

Данные способы мотивации творческого коллектива способствуют качественной и стабильной работе предприятия, улучшению эффективности труда, а, следовательно, повышению эффективности функционирования предприятия.

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ СБЫТОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Терещенко П.Ю.¹, Дементьев М.Ю.²

¹студентка кафедры экономики предприятия

Института экономики и управления КФУ им. В. И. Вернадского

²к.э.н, доцент кафедры экономики предприятия

Института экономики и управления КФУ им. В. И. Вернадского

Введение. В условиях динамично развивающихся всех сфер экономики, работа предприятий предусматривает перераспределение функциональных сфер деятельности хозяйствующих субъектов и в основном, это касается именно системы сбыта. Данная система формируется из субъектов, объектов и методов, при помощи которых предприятие повышает эффективность сбытовой деятельности. От качества стратегии деятельности зависит объем продаж, стабильность увеличения дохода и уверенность положения предприятия на конкурентном рынке.

Цели и задачи исследования. Целью работы является разработка системы управления сбытом на предприятии. Для достижения цели необходимо определить понятие сбыта и сбытовой политики, изучить деятельность специалистов по сбыту и необходимые ему качества для работы, выявить проблемы внутреннего и внешнего характера сбытовой деятельности на предприятии, а также рассмотреть необходимость законодательного закрепления требований к сбыту продукции.

Результаты исследований. Формирование сбыта является важнейшим элементом маркетинговых мероприятий на многих предприятиях. Сбытом называют процесс перемещения товара от производителя к потребителю, который включает транспортировку продукции, ее дальнейшее хранение, сохранение запасов на необходимом уровне, продвижение оптовым и розничным агентам для продажи, перепродажи, оформление заказов, соответствующих документов, а также осуществление проверки груза и отпуска готовой продукции.

Учитывая основные правила сбытовой деятельности, можно выделить основные качества, которыми должен обладать специалист в этой сфере:

- способность наиболее полно учитывать маркетинговую информацию о спросе покупателей, потребностях и трудностях субъектов сбыта, а также личных издержек производства;

- согласованность, т.е. сочетание сбытовых задач с решениями по определенному виду товара, процедурой формирования себестоимости и цены реализации, а также средств сообщения и возможностей обеспечения производства;

- системность, которая подразумевает изучение сбыта и маркетинговых инструментов как основных элементов, способных вызвать синергетический эффект от совместного использования);

- гибкость, выражающаяся в активной готовности к изменению неактуальных позиций при возникновении соответствующей необходимости.

Сбытовая политика - это руководство деятельностью по распространению товара, значимая сфера деятельности предприятия. Основой проведения и разработки сбытовой политики должны быть качественные знания о рынке (внешней среде) и потенциал предприятия (внутренняя среда), такие данные, по которым можно осуществлять исследования и сбыт.

В динамичных условиях развития бизнеса управление сбытом необходимо рассматривать шире, чем отношения "поставщик-покупатель". Если раньше большее значение придавали оптимизации внутренних процессов, то теперь фокусируются на внешней интеграции участников бизнеса, включающая межфирменные связи, создание единых информационных каналов "поставщик-клиент". Появляется целесообразность сочетания бизнес-процессов на предприятии на протяжении всего пути перемещения товара от

поставщика к конечному потребителю. Особое значение здесь имеет поддержание баланса между потребностями и поставками, что возможно реализовать при интеграции и балансировке процессов от производства к конечному потребителю.

Чем эффективнее и качественнее будет организована политика сбыта любого товара на предприятии, тем значительно увеличится спрос на него. Такая положительная зависимость способствует достижению новых уровней развития хозяйствующего субъекта на рынке, повышает его имидж и конкурентоспособность. При проектировании и реализации стратегических и тактических операций проявляется сущность эффективной сбытовой политики.

Опыт работы предприятий разных сфер деятельности позволяет сформулировать проблемы внешнего и внутреннего характера.

К внешним проблемам относятся следующие:

- недостаточно развитый механизм рыночных отношений ограничивает полное применение приемов и элементов маркетинга;
- низкая платежеспособность потребителей продукции;
- невысокий уровень культуры маркетинга, что можно объяснить существованием стереотипов деловых отношений;
- необходимость адаптации персонала предприятий к новым условиям экономики;
- влияние большого количества неконтролируемых факторов, определяющих значимость функций стратегического планирования.

К внутренним проблемам можно отнести такие, как:

- отсутствие системы информационного обеспечения информационной деятельности на многих предприятиях;
- плохо развитая система маркетинговых коммуникаций;
- краткосрочный характер планирования сбыта;
- низкая эффективность деятельности специалистов по сбыту в исследовании новых и расширении имеющихся рынков сбыта.

Каждое предприятие должно максимально быстро, в короткий срок, оперативно трансформировать свою деятельность так, чтобы опередить конкурентов. Во внимание необходимо принимать интересы по сбережению и увеличению благосостояния как предприятия, так и покупателя, общества в целом. Основой для сбытовой политики являются производственно-технологическая деятельность, инновационная и финансовая политики. Решением данной проблемы необходимо заниматься специалистам по сбыту. Специалисты данной сферы во взаимодействии с руководством способны наиболее правильно составить "Положение о сбытовой политике".

Целесообразность документального закрепления сбытовой политики можно объяснить несколькими факторами. Во-первых, так формируется видение работы сбыта и возникающие проблемы ответственных специалистов этой сферы, что дает им возможность понимать трудности не только своего, но и других подразделений, что способствует поиску взаимосвязей по разнообразным аспектам сбытовой деятельности. Во-вторых, это приводит к формальному принятию плановых показателей сбыта для дальнейшего контроля. В-третьих, предприятие становится более подготовленным к любым переменам динамично развивающейся внешней среды. В-четвертых, появляется возможность четкой координации усилий по сбытовой деятельности. В-пятых, снижение злоупотреблений и неточностей возможно при формальном и документальном закреплении соответствующих стандартов сбыта продукции. В-шестых, общее положение предприятия является базой для разработки индивидуальных положений каждого подразделения.

Выводы. Грамотно построенная система организации и контроля сбытовой деятельности способна обеспечить максимально высокую конкурентоспособность предприятия, однако для её формирования нужно приложить усилия как в сфере решения кадровых вопросов, так и в сфере планирования и контроля за деятельностью предприятия.

ТРЕЙД-МАРКЕТИНГ, КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Бабанова В.А.¹, Дементьев М.Ю.²

¹ обучающаяся второго курса бакалавриата кафедры менеджмента ИЭиУ

²доцент кафедры экономики предприятия ИЭиУ

Введение. Для повышения прибыли в современных предприятиях широко используют трейд-маркетинг. Он направлен на стимулирование сбыта продукции посредством использования типичных маркетинговых инструментов, которые завязаны на социальной психологии потребителя и современных тенденциях из кино- и медиасфер. Построение рекламы на тенденциях общества даёт больший отклик потребителя, а, следовательно, стимулирует увеличение сбыта продукции.

Цель работы. Рассмотреть использование трейд-маркетинга на примере предприятия сферы общественного питания и на примере конкретных мероприятий выявить зависимость потребительского спроса от подобных рекламных кампаний. Предложить методы трейд-маркетинга для сети кафе быстрого питания «Mr. Garry's».

Задачи исследования: проанализировать деятельность мероприятий на предмет применения инструментов трейд-маркетинга, изучить результативность данных мероприятий.

Результаты исследования. Выпускаемая корпорацией «McDonalds'» продукция узнаваема. Однако, с высоким развитием конкуренции в сфере общественного питания, продукция нуждается в постоянном привлечении потребителя. Для этого используется трейд-маркетинг. В частности, инструменты, которые направлены на покупателей. Причём для разных целевых аудиторий используются разные подходы.

Особое внимание уделяется детям. Для этой целевой аудитории были разработаны специальные комплексные обеды, которые содержат наиболее привлекательные для детей продукты и напитки из основного меню. Однако высокая эффективность продаж достигается из-за дополнения набора обеда игрушкой. Создатели включили в основной набор игрушку, которая является актуальной на сегодняшний день. Компания добавляет в коробочки игрушки, отображающие героев из мультфильма, выпущенного недавно или из уже устоявшейся классики кинематографа. Опираясь на востребованность такого решения, корпорация заключила несколько контрактов для взаимной рекламы с несколькими известными киностудиями и получила законное право использования известных персонажей в рекламных акциях.

Стимулирование продажи изделий достигается именно с помощью одного из основных инструментов sales promotion — размещения на упаковке изображения известных персонажей, а также путём проведения специальных мероприятий на местах продажи. Главным объектом воздействия является именно потребитель, у которого после знакомства с продукцией формируются определённые предпочтения. Краткосрочной целью такого подхода можно определить создание дополнительной ценности товара у потребителя. В качестве долгосрочной цели выступает формирование в сознании потребителя большей ценности подобной продукции.

При изучении маркетинговой деятельности на медиаплощадках сети кафе быстрого питания «Mr. Garry's» было выявлено использование трейд-маркетинга посредством проведения различных акций, розыгрышей призов. Однако для привлечения большей целевой аудитории среди детей, подростков и молодёжи «Mr. Garry's» необходимо использовать дополнительные средства рекламы, в том числе sales promotion, которые будут основываться на тенденциях кино- и медиасферы.

Среди реализуемой «Mr. Garry's» продукции есть аналоги детских комплексных обедов корпорации «McDonalds'» — «Гаррис кидс». Однако подобных маркетинговых уловок, как дополнение обеда игрушкой из узнаваемых и актуальных мультфильмов, не обнаружено. Игрушки, как дополнение к обеду присутствуют, однако часто они не актуальны, из-за чего не вызывают спроса у целевой аудитории. Для решения этой проблемы необходимо приобретать актуальные игрушки, с персонажами мультфильмов, которые актуальны сейчас или которые являются классикой мультимедийной сферы. Для наиболее выгодного приобретения подобного товара и отсутствия нарушения авторских прав необходимо заключить сотрудничество с отечественным производителем игрушек, которые обладают данным правом.

Выводы. Таким образом за счёт результативности рекламного подхода, опирающегося на тенденции кино- и медиасферы, может быть достигнута дополнительная ценность товара, а вместе с ней и дополнительный спрос, который, в следствии удовлетворения, превратится в дополнительную прибыль.

ФИНАНСОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ: СУЩНОСТЬ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ

Курьянова И. В. ¹

¹ старший преподаватель кафедры экономики агропромышленного комплекса Института экономики и управления КФУ
irinatnu@gmail.com

Введение. Система финансовой безопасности предприятия является сложным многогранным понятием, которое находится под влиянием многих факторов внутренней и внешней среды. Обеспечение соответствующего уровня финансовой безопасности возможно при условии, если на предприятии разрабатывается и реализуется взаимосвязанный процесс управления его платежеспособностью. В условиях финансовой неустойчивости возникает необходимость формирования оптимальной структуры капитала предприятия, оценка ее влияния на финансовое состояние предприятия, что приводит к принятию управленческих решений, способных нарушить уровень его платежеспособности, устойчивости и финансовой безопасности.

Цель работы – разработка теоретических и методических подходов к управлению платежеспособностью в системе финансовой безопасности предприятий. **Задача:** раскрыть экономическое содержание системы финансовой безопасности.

Высоко оценивая вклад ученых в развитие теории и практики управления платежеспособностью предприятий в системе их финансовой безопасности, нужно отметить, что проблемы финансовой безопасности часто отождествляют и объединяют как с проблемами макроэкономического регулирования, так и с проблемами финансового менеджмента предприятий. Таким образом, актуальность выбранной темы заключается в исследовании теоретических и методических положений по управлению платежеспособностью в системе финансовой безопасности предприятий.

Результаты исследований. Переход экономики России на рыночные отношения характеризуется осложнением условий хозяйствования и усилением конкурентной борьбы между предприятиями, что может значительно ухудшать их финансовое состояние.

Эффективность деятельности субъектов хозяйствования в рыночной экономике определяется в том числе по состоянию его финансов, что приводит к необходимости обеспечения финансовой безопасности предприятия, которая является основной составляющей экономической безопасности предприятия.

При том, что исследованию проблем финансовой безопасности посвящено значительное количество научных работ, нужно отметить, что их, как правило, отождествляют и объединяют как с проблемами макроэкономического регулирования, так и с проблемами финансового менеджмента предприятий. Поэтому, вопросы обеспечения надежности

функционирования системы финансовой безопасности требуют дальнейшего исследования, разработки механизмов обеспечения финансовой безопасности субъектов хозяйствования, что возможно только при детальном описании и реализации адекватных методических подходов к идентификации измерений результативности платежеспособности производственно-экономических систем.

Поэтому, мы считаем, что потребность в применении комплексного подхода к формированию современной системы финансовой безопасности предприятия, поможет обеспечить защиту его финансовых интересов в процессе реализации стратегий развития. При этом возникает необходимость в более детальном исследовании сущности понятия «финансовая безопасность предприятия» и выяснения его характерных особенностей.

Признавая актуальность учета (при развитии адекватной системы финансовой безопасности предприятий), использования исходных положений не только комплексного подхода, но и системно-структурного, объектно-целевого и процессного, осуществим обобщения трактовок и концептуальных подходов ведущих ученых-экономистов к определению сущности и содержания понятия «финансовая безопасность предприятия». Последние, считаем целесообразным, обобщить сущностные характеристики реализации управления процессами обеспечения финансовой безопасности предприятия. Так, в частности:

1) финансовая безопасность предприятия — это один из базовых элементов общей системы экономической безопасности предприятия. Структура капитала предприятия, уровень финансового потенциала, скрытые инвестиционные резервы, взаимосвязи между платежеспособностью и рентабельностью, финансовой рискованности и доходности существенно влияют на процессы обеспечения реализации основных целей деятельности предприятия и тем самым подтверждают, что финансовая составляющая является одной из основных составляющих общей безопасности предприятия любой формы собственности;

2) уровень финансовой безопасности предприятия определяется с помощью не только количественных показателей, характеризующих его финансовое состояние, но и качественных, отражающие степень защиты предприятия от негативного деструктивного влияния факторов внешней и внутренней среды;

3) значения показателей уровня финансовой безопасности должны иметь предельные значения. Разработка и внедрение системы показателей-индикаторов в количественном выражении может стать основой для создания системы предупреждения и раннего реагирования на возникновение возможных угроз потери платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия;

4) комплекс приоритетных финансовых интересов предприятия должен стать объектом обеспечения финансовой безопасности предприятия. Этот комплекс финансовых интересов потребует внедрения соответствующих процедур финансовой защиты. Приоритетные финансовые интересы предприятие также нужно интегрировать в общую систему управления предприятием. Определение приоритета финансовых интересов является крайне важным в связи с тем, что детальное исследование абсолютно всех финансовых интересов может значительно усложнить систему его финансовой безопасности, в результате чего эффективность применяемых превентивных мер будет снижаться.

Таким образом, на основе обобщения основных характеристик финансовой безопасности предприятия, можно сущность целевого понятия сформулировать так: финансовая безопасность предприятия отражает процесс достижения определенного состояния предприятия для финансовой защиты от реальных и потенциальных угроз внешнего и внутреннего характера, который определяется количественными и качественными параметрами его платежеспособности и финансовой устойчивости, сбалансированностью финансовых инструментов и методов управления ими, обеспеченностью достаточным объемом финансовых ресурсов с учетом формирования комплекса приоритетных финансовых интересов и создание системы нужных финансовых предпосылок устойчивого роста и

развития в краткосрочном и долгосрочном периодах при условии постоянного мониторинга финансовой безопасности и формирования комплекса превентивных мер и мер контроля.

ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СУДОСТРОИТЕЛЬНОГО ЗАВОДА «ЗАЛИВ»

Дементьев М.Ю.¹, Желтенко Д. С.²

¹доцент кафедры экономики предприятия ИЭиУ

² обучающаяся второго курса бакалавриата кафедры менеджмента ИЭиУ

Введение. Предприятие является открытой системой, деятельность которого тесно зависит от множества факторов. На деятельность малых, средних и крупных предприятий влияют различные факторы внешней и внутренней среды предприятия.

Цель работы – выявить наиболее значимые факторы внешней среды, влияющие на деятельность ООО «Судостроительный завод «Залив»». Разработать предложения по улучшению деятельности предприятия.

Результаты исследования. Основным направлением производственной деятельности завода является судостроение, а дополнительные виды деятельности – это оказание комплекса услуг по замене стали, очистке и окраске, ремонту и замене механизмов, трубопроводов, систем и устройств. Одним из перспективных и активно развивающихся направлений деятельности современного «Залива» является изготовление оффшорных металлоконструкций.

Завод практикует гражданское и военное судостроение. Поэтому сильно воздействующими факторами внешней среды на спрос и деятельность предприятия оказались экономические и политические.

Основной экономический фактор, который прямо воздействует на деятельность завода «Залив» – это конкуренция. На территории Республики Крым помимо завода «Залив» есть ещё два крупных судостроительных завода – ФГУП «Судостроительный завод «Море» и Филиал «Севастопольский морской завод» АО «Центр Судоремонта «Звездочка».

В условиях конкуренции необходимо искать и развивать преимущества предприятия, которые будут выделять его из конкурентной среды, тем самым обеспечивать функционирование предприятия. Таким преимуществом стала специализация Керченского завода, которая выгодно отличается от деятельности заводов других городов Крыма – это военное судостроение, которым занимается только завод «Залив».

Частично негативно на деятельность завода влияет политический фактор косвенного воздействия, а точнее отношения России с западными странами. Переход Республики Крым в Российскую Федерацию, повлёк за собой некоторые негативные последствия для завода «Залив». Если раньше предприятие строило суда для всего мира, то теперь из-за санкций, завод потерял многих потребителей. Например, при Украине, суда заказывали компании из Нидерландов.

Другим политическим фактором внешней среды является финансирование на государственном и республиканском уровнях. Властями разработаны различные проекты по реконструкции и технической модернизации судостроительных предприятий Крыма. До 2022 года судостроительные заводы Республики Крым должны получить финансирование для реализации государственных проектов. Также власти планируют организовать подготовку кадров и помочь заводам с поиском заказчиков. Последнее будет сделать особенно сложно, учитывая санкции, принятые Западом непосредственно в отношении Крыма; так что скорее всего заказчиками будут российские компании или само государство.

Модернизация основных фондов предприятия является одним из главных условий его дальнейшего развития, поэтому, на республиканском уровне правительство Крыма в 2016 году выделило заводу «Залив» 38 млн. рублей. Такое решение приняли члены Конкурсной комиссии по предоставлению субсидий. На выделенные деньги реконструировали блок корпусных цехов (БКЦ1). Также было приобретено оборудование для корпусообрабатывающего и малярного производств, полуприцеп-цистерна для кислородной станции и около ста сварочных аппаратов, аттестованных под требования НАКС, что позволило использовать их для изготовления металлоконструкций для Керченского моста.

Такой внешний фактор косвенного воздействия как географический благоприятно влияет на деятельность завода. Помимо того, что судостроительные заводы должны располагаться возле моря, предприятие «Залив» находится в небольшой бухте, что упрощает спуск готовых кораблей на воду тем, что бухта «защищает» завод от штормов. Также не мешают проходящие мимо корабли. Однако есть и минусы данного фактора. Например, учитывая кто в последнее время является заказчиками завода, поставка готовых судов осложнена тем, что Чёрное море имеет прямой выход только в Атлантический океан. То есть, если заказывают корабли компании из Севера России, то транспортировка судна займёт долгое время.

Таким образом, чтобы судостроительный завод «Залив» развивался и улучшал качество выпускаемой продукции, требуется изменение некоторых факторов. Несмотря на субсидии, выплачиваемые государством, значительный объем капиталовложений по модернизации производства предприятие берет на себя. Так как основным заказчиком является государство – ему нужны суда, сделанные качественно, власти могут уделять заводу «Залив» больше внимания.

Раньше с Керченского техникума судостроения, в котором обучают сварщиков и судостроителей-судоремонтников металлических судов, отправляли выпускников работать на предприятие «Залив». Сейчас такое не практикуют, поэтому власти могут наладить обеспечение завода качественной подготовки специалистов.

Вывод. Для снижения негативного влияния факторов внешней среды на предприятия, необходимо сформировать меры государственного регулирования, которые направлены на поощрение изменения структуры затрат предприятия в судостроении, стимулирующих рост заработной платы высококвалифицированных технических работников. Работа завода должна строиться на приоритете государственных интересов над интересами частного бизнеса в области стратегического развития. То есть, судостроительный завод «Залив» может эффективно работать если объединятся усилия государства и инструменты частного бизнеса. Сохранение и развитие отечественного судостроения, в первую очередь – это вопрос государственной политики.

Глухий Е.Н.¹

¹ студентка кафедры бизнес-информатики и математического моделирования Института
Экономики и управления КФУ
научный руководитель: доц., к.э.н., Остапенко И.Н..
ekaterina.gluhiy@mail.ru

Информационные технологии за последние годы активно развиваются и охватывают всё новые сферы деятельности. Социальные сети являются мощнейшим инструментом влияния на людей, так как их используют (согласно данным крупнейшего аналитического агентства We Are Social) 29% населения планеты. Можно представить какое большое количество компаний развивают свою деятельность в социальных сетях и имеют от этого полезный эффект в разы больше, нежели компании, которые развивают собственный бизнес привычными способами. Исходя из вышеупомянутых факторов, сформировать маркетинговый капитал в социальных сетях является наилучшим способом для предприятия.

Введение. В настоящее время с помощью социальных сетей можно многое, в том числе и развивать собственный бизнес: находить потенциальных клиентов, целевую аудиторию, продвигать его с помощью рекламы и так далее. Социальные сети охватывают очень много отраслей, начиная от социальной и заканчивая финансовой. Как раз-таки финансовая отрасль активно развивается, и одной из ее составляющих является маркетинговый капитал.

Цель работы – определить сущность термина «маркетинговый капитал», определить роль социальных сетей для финансовой отрасли. **Задача:** выявить как формируется маркетинговый капитал в общем смысле, и в рамках социальных сетей.

Прежде чем определять роль маркетингового капитала, необходимо разобраться в сущности таких понятий, как маркетинговый капитал и социальные сети. Маркетинговый капитал – это совокупность таких показателей, как: популярность компании на рынке, наличие определенного количества клиентов, наличие торговой марки, устойчивость компании на рынке, будущие перспективы для предприятия, каналы распределения продукта или услуги.

Социальные сети-это виртуальная платформа в режиме online, с помощью которой общество может объединяться в виртуальные группы по своим интересам.

Понятия кажутся совсем разными по смыслу, но при изучении каждого из них, и слиянии воедино для достижения определённого результата для бизнеса, можно сделать вывод о том, что различные вышеперечисленные показатели можно развивать с помощью социальных сетей.

В настоящее время информацию рассматривают тоже, как некий капитал. И это можно объяснить тем, что информация (равнозначно капиталу) имеет такое свойство, как накапливаться. Как раз-таки в социальных сетях предприятие может формировать свой капитал, относительно различных показателей. Для того, чтобы предприятие существовало на рынке, ему необходимо обозначить бизнес-цель, определить задачи и необходимые пути достижения поставленных целей. С помощью социальных сетей можно реализовать все, а если реализацией будет заниматься специалист, то достигнуть всех целей можно в краткосрочном периоде. Самой популярной маркетинговой моделью в наше время является «Воронка продаж», которая представлена на рисунке 1. Суть данной модели в том, что в ней описывается путь, который проходит товар (услуга), прежде чем потребитель его(ее) приобретет.

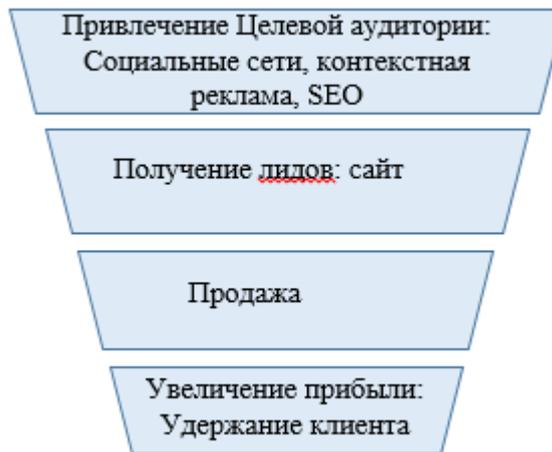


Рисунок 1. Маркетинговая модель «Воронка продаж».

На вершине модели находится привлечение аудитории: социальные сети. Именно с этого начинается путь товара или услуги. Социальные сети могут внести огромную роль в формирование маркетингового капитала, ведь, то, что предприятие делает в самом начале сказывается на его дальнейшей работе.

Можно обозначить этапы формирования маркетингового капитала для предприятия:

1. Анализ конкурентного рынка
2. Выявление сильных и слабых сторон предприятия
3. Определение целей предприятия
4. Определение перспектив для предприятия
5. Описание путей достижения целей
6. Поиск целевой аудитории
7. Брендинг компании
8. Таргетированная реклама
9. Развитие предприятия в социальных сетях
10. Сохранение предприятия на рынке, путем осуществления деятельности, направленной на потенциальных клиентов

Результаты исследований. В настоящее время популярность на формирование маркетингового капитала в социальных сетях активно развивается. Это можно объяснить тем, что:

- меньше рисков у предприятия,
- меньше затрат на продвижение у предприятия,
- возможность отследить статистику по созданному предприятию (что позволяет сделать анализ предприятия, степень его заинтересованности перед потребителями и так далее),
- осуществить поиск своих потенциальных клиентов, которые будут заинтересованы в предлагаемом товаре или услуге (вручную или с помощью специальных программ).

Выводы.

В настоящее время социальные сети действительно охватывают различные сферы деятельности. Социальные сети и маркетинговый капитал – это два разных, но тем не менее неразлучных понятия. С помощью социальных сетей можно с положительной динамикой влиять на людей, чтобы они приобретали товар или услугу, активно развивать предприятие и выводить его на новые горизонты, с целью получения большей прибыли.

На основе вышеперечисленных положительных сторон относительно формирования маркетингового капитала, можно сделать вывод о том, что социальные сети значительно упрощают деятельность предприятий, но тем не менее не уступают предприятиям, которые развиваются вне их. Однако формировать маркетинговый капитал в социальных сетях

рекомендуется небольшим и средним предприятиям, ведь для больших это будет самым неподходящим способом.

Таким образом, маркетинговый капитал в социальных сетях формируется на основе таких показателей, как: популярность компании, наличие определенного количества клиентов, наличие торговой марки, устойчивость компании на рынке, будущие перспективы для предприятия, каналы распределения продукта или услуги на платформе какой-либо социальной сети. Все вышеперечисленные показатели можно развивать, и, таким образом улучшать деятельность компании, для достижения максимального полезного эффекта (получение прибыли, улучшение качества продукции(услуги), повышение конкурентоспособности и др.).

МЕХАНИЗМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ

Якушевская Е.А.¹, Ольховая Г.В.²

¹ обучающийся первого курса магистратуры кафедры экономики предприятия ИЭиУ КФУ
² к.э.н. доцент кафедры экономики предприятия ИЭиУ КФУ

Введение. Успешная, эффективная деятельность предприятия в условиях конкуренции невозможна без конкурентных преимуществ. Соответственно, необходимым для предприятия является формирование, сохранение и совершенствование уровня конкурентоспособности на целевых рынках. Обеспечение последнего должно осуществляться посредством эффективных инструментов в частности и оптимального механизма в целом. Но формирование оптимального механизма управления конкурентоспособностью предприятия возможно только в случае изучения и понимания содержания подобного механизма, в том числе и организационно-экономического.

Достижение и поддержание на определенном уровне конкурентоспособности продукции требуют определенных мер, которые должны быть комплексными и системными, увязанными со всеми аспектами деятельности предприятия.

Поэтому подсистема управления конкурентоспособностью является одной из важнейших подсистем управления предприятием.

Целью данной работы является определение сущности и составляющих элементов механизма конкурентоспособности продукции. Для достижения цели использовались общенаучные методы исследования.

Результаты исследований. С позиции комплексного подхода в подсистеме управления конкурентоспособностью можно выделить несколько относительно обособленных, но взаимосвязанных элементов:

- аппарат управления конкурентоспособностью;
- механизм управления;
- процесс управления;
- обеспечивающие средства.

Механизм обеспечения конкурентоспособности – это эффективное использование конкурентных преимуществ с целью реализации стратегических целей хозяйственно-финансовой деятельности и обеспечения социально-экономических потребностей потребителей.

Сконцентрироваемся на механизме конкурентоспособности продукции.

Конкурентоспособность продукции - это характеристика товара (услуги), отражающая его отличие от товара-конкурента как по степени соответствия конкретной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение. Два элемента - потребительские свойства и цена - являются

главными составляющими конкурентоспособности товара (услуги). Однако рыночные перспективы товаров связаны не только с качеством и издержками производства. Причиной успеха или неудачи товара могут быть и другие (нетоварные) факторы, такие, как рекламная деятельность, престиж фирмы, предлагаемый уровень обслуживания.

Основной целью управления конкурентоспособностью продукции является адаптация продукции к требованиям конкретного рынка по соотношению «качество-цена». Решения по такой адаптации принимаются аппаратом управления при помощи механизма управления конкурентоспособностью.

Принципами обеспечения конкурентоспособности являются:

1) Ориентация на потребителя. Выжить на рынке могут только те предприятия, которые представляют свое потенциальному потребителю лучшую продукцию, чем их конкуренты.

2) Ориентация на продукцию. Если в качестве стратегической цели предприятия рассматривать удовлетворение требований потребителя, то оказывается, что выпускаемая продукция или оказываемые услуги являются решающим фактором в достижении этой цели, то есть тактикой.

3) Ориентация на перспективу. Базой обеспечения высокого качества и конкурентоспособности продукции является стандартизация и унификация.

4) Непрерывность. Обеспечение конкурентоспособности продукции не может быть актом единовременным.

Наиболее важной частью механизма управления конкурентоспособностью являются функции и методы обеспечения конкурентоспособности. Под функциями понимаются обособившиеся виды деятельности, порождаемые разделением труда и направленные на достижение конкурентоспособности. Поэтому процесс обеспечения конкурентоспособности выступает как система функций, выполняемая различными структурными подразделениями предприятия.

В состав функций входят:

1. Прогнозирование конкурентоспособности продукции, работ, услуг.
2. Нормирование требований к конкурентоспособности.
3. Аттестация и сертификация продукции.
4. Организация разработки и постановки продукции на производство.
5. Организация технологической подготовки производства.
6. Метрологическое обеспечение конкурентоспособности продукции.
7. Правовое обеспечение конкурентоспособности.
8. Информационное обеспечение.

Для экономических методов характерно косвенное воздействие на работников, обеспечивающих конкурентоспособность продукции. С их помощью создается стабильный механизм экономической заинтересованности работников в высокой конкурентоспособности продукции предприятия.

Конкурентоспособность продукции определяет конкурентоспособность предприятий и национальной экономики в целом, что, в свою очередь, является важнейшим условием экономической безопасности государства. Поэтому решение проблем сбыта отечественной продукции на долговременной основе как на внутреннем, так и на внешних рынках требует определенной протекционистской политики государства в таких областях как: налоговая политика, таможенная политика, валютная политика, кредитная политика.

Заключение. При формировании механизма обеспечения конкурентоспособности продукции надо не забывать факторы саморегуляции рынка, а также особенности государственного регулирования рыночных отношений. Анализ средств и методов, которые способствуют поддержки необходимого уровня конкурентоспособности продукции, должен опираться на систему особых критериев – технической, финансовой, организационной, информационной и кадровой обеспеченности

ЭТАПЫ РЕАЛИЗАЦИИ ФУНКЦИЙ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ В СТРАХОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Смирнова Е.А.

к.э.н., доцент кафедры экономики агропромышленного комплекса
Институт экономики и управления (СП) КФУ имени В.И. Вернадского
varwavska@mail.ru

Введение. В современных условиях развития устойчивость страхового рынка выступает важной составляющей финансовой безопасности государства, которая предусматривает сбалансированную и стабильную деятельность страховых компаний. Развитие национальной экономики в условиях глобализации, усиления тенденций к дерегуляции экономических процессов, увеличение финансовых вливаний в экономику с целью преодоления глобальных дисбалансов все больше актуализируют проблему эффективного регулирования рынка финансовых услуг. Крайне важными в настоящее время становятся вопросы безопасности функционирования всех субъектов этого рынка и страховых организаций в частности.

Цель – определить этапы реализации управления экономической безопасностью в страховых организациях.

Задача: разработать этапы реализации управления экономической безопасностью в страховых организациях.

Экономическая безопасность страховой организации отражает систему взаимоотношений и взаимозависимости субъекта хозяйствования в финансовой сфере и заключается в защите финансово-экономических интересов, ценностей, недопущении потери финансовой независимости и эффективном функционировании страховой компании в целом. Важная роль страховых организаций как стабилизаторов рынка финансовых услуг связана с концентрацией значительных финансовых ресурсов и превращения их в мощные финансово-кредитные институты. Важнейшей характеристикой финансового состояния страховой организации является ее финансовая надежность, а целью деятельности - достижение и поддержание устойчивого финансового состояния. В то же время особое внимание приобретают вопросы эффективного управления финансовыми потоками, повышение уровня капитализации, укрепление финансовой безопасности страховщика, противодействие мошенничеству на рынке страхования.

Результаты исследования. Общими функциями управления является определение целей, планирование, организация, мотивация и контроль, анализ. Всеобщность этих функций подчеркивается их повторяемостью или цикличностью в процессах управления, поэтому эти функции часто называют типовыми элементами управленческого цикла. Наличие общих функций предопределяет принципиальное единство структуры процесса управления на предприятиях независимо от их отраслевой принадлежности.

Целью системы управления экономической безопасностью страховых организаций, является обеспечение необходимого уровня экономической безопасности страхового сектора для его жизнеспособности и устойчивого функционирования при любых организационно-экономических, политических, социальных и других изменений в его внутренней и внешней среде.

Функциональная структура системы управления экономической безопасностью страховых организаций представлена на рис. 1.

Выводы. В результате исследования, с позиции процессного подхода, управление экономической безопасностью страховых организаций рассматривается как процесс реализации определенной совокупности управленческих функций - постановки целей,

планирования и/или контроля организации и управления выполнение деятельности по формированию необходимого уровня экономической безопасности субъекта хозяйствования.

Необходимо отметить, что достижение целей и задач управления экономической безопасностью страховых организаций обеспечивается путем выполнения ряда действий, направленных на установление, обеспечение и поддержание необходимого уровня его экономической безопасности; изучение внутреннего и внешнего окружения и определение наиболее весомых факторов, влияющих на уровень экономической безопасности; оценка потенциального или достигнутого уровня экономической безопасности; оценка достаточности определенного уровня экономической безопасности для выхода на конкретный рынок, или закрепление позиций на уже занятом рынке; разработка путей и мероприятий повышения экономической безопасности и реализация этих мер (в случае необходимости); анализ изменения факторов экономической безопасности и внедрения мероприятий по использованию собственных позиций, а также нивелирования или снижения возможного негативного влияния такого изменения на экономическую безопасность.

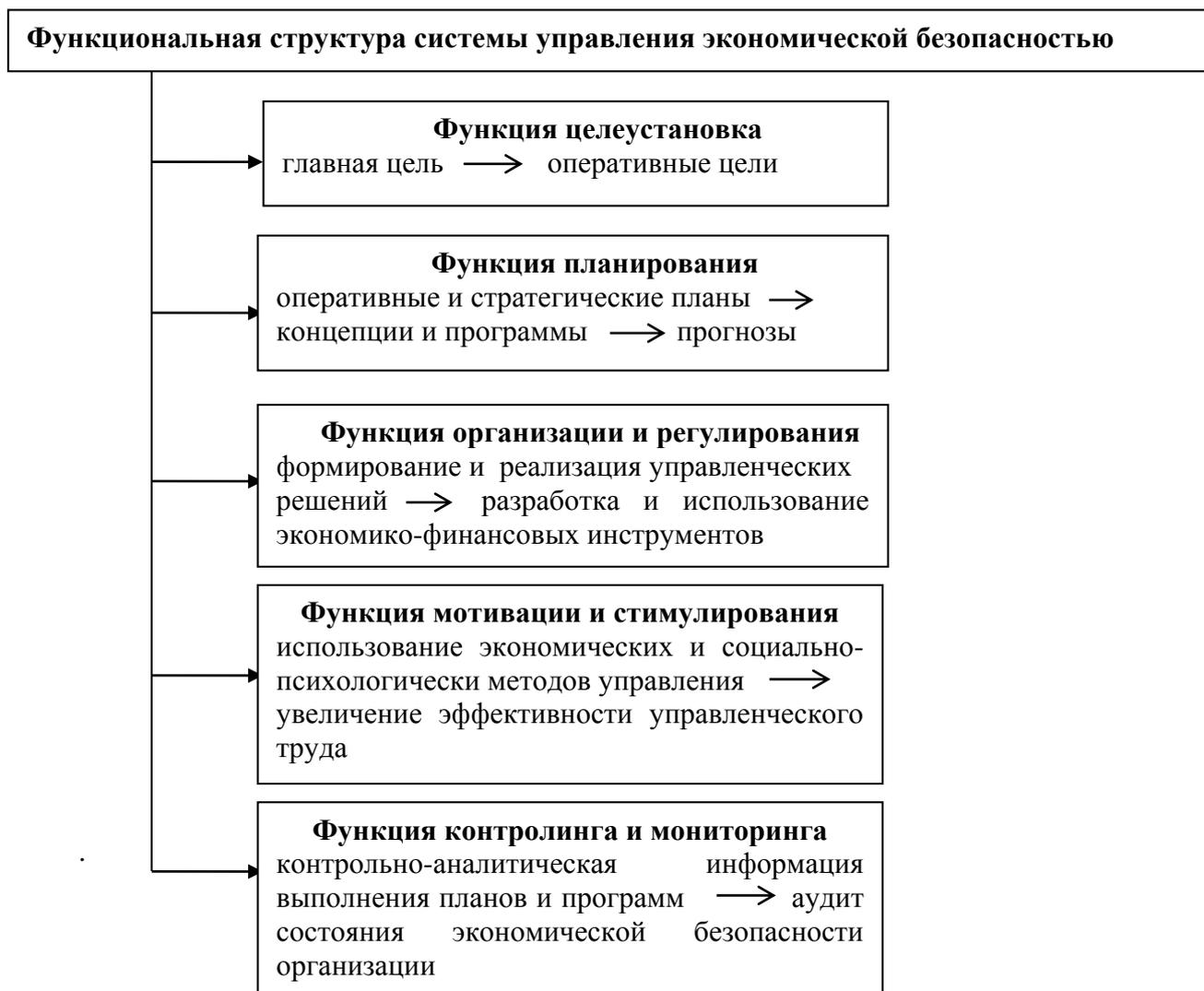


Рис 1. Этапы реализации функций управления экономической безопасностью в страховых организациях

АЛФАВИТНЫЙ УКАЗАТЕЛЬ

А

Аблякимова А.С., 5, 7
Алимов И.Л., 52
Антонова А.А., 84
Артюхова И.В., 9, 22, 28

Б

Бабанова В.А., 100
Белоусенко А.П., 42
Бердников Д.Д., 74
Бойченко О.В., 74, 76
Бородкина Н.С., 88

В

Владиславская А.С., 38

Г

Гайсарова А.А., 43
Глухий Е.Н., 105
Головко В.М., 45
Горб Е.О., 80
Гостева М.А., 12

Д

Дементьев М.Ю., 97, 98, 100, 104

Е

Ергин С.М., 5, 17, 36, 60, 66
Ефремова А.А., 11, 45, 46

Ж

Желтенко Д. С., 104

З

Замковая Е.А., 78

И

Инкина А.С., 97

К

Каминская А.О., 48, 68
Кириленко Д.М., 48
Кирильчук С.П., 50, 93, 95
Кислицына Е.Ю., 16
Круликовский А.П., 80
Кузьмина Н.В., 52, 54
Купрацевич С.М., 17, 20
Курьянова И. В., 102

Л

Липовая А.Д., 95
Лисименков А.С., 22
Ляшенко Д.А., 93

М

Малеванная А.В., 56
Малиновская Е.М., 46

Н

Наливайченко Е.В., 3, 40

О

Ольховая Г.В., 89, 91, 108
Остапенко И.Н., 105
Ошовская Н.В., 7, 20, 24, 30, 88

П

Палатай В.В., 26
Пилипенко В.В., 58
Полищук В.А., 28
Попович О.Н., 54
Потеева М.А., 56
Пригоцкая Я. Д., 60
Пригоцкая Я.Д., 30

Приходько К.М., 86

Р

Раифова М.Р., 62

Роднова А.Е., 91

Рыбовалова М. А., 64

С

Смирнова Е.А., 110

Стаховская Т.В., 89

Стаценко Е. В., 38

Стаценко Е.В., 12, 26

Стаценко Е.В., 32, 58

Т

Терещенко П.Ю., 34, 36, 98

Тодорова Ю.В., 50

Троян И.А., 86

Х

Харина А.О., 14

Хмеленко П.С., 84

Ц

Цветкова И.И., 82

Ч

Чемеричко А.В., 9, 11, 24, 66, 68,
70

Чернявая А.Л., 78

Ш

Шамилева Э.Э., 42, 70, 72

Шевченко В.В., 32

Шевченко Е. В., 64

Шевченко. Е. В., 34

Шевченко. Е.В., 14

Шестопад А.В., 72

Шрамко И. В., 76

Штофер Г.А., 16, 62

Я

Якушевская Е.А., 108

Ярошенко А.А., 40